

**PENGARUH *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL
DI KECAMATAN TULIS KABUPATEN BATANG**

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas Dan Melengkapi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1) Dalam Ilmu Ekonomi Islam



Disusun Oleh:

Luluk Atul Mardiyah

1505026147

PRODI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

2022



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
website : febi.Walisongo.ac.id – Email febi @ walisongo.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : -

Hal : Naskah Skripsi

An.Sdri. Luluk Atul Mardiyah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Luluk Atul Mardiyah

NIM : 1505026147

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, Juni 2022

Pembimbing I

Nurudin, S.E., M.M
NIP.199005232015031004

Pembimbing II

Warno, S.E., M.Si
NIP.198307212015031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Luluk Atul Mardiyah

NIM : 1505026147

Jurusan : Ekonomi Islam

Judul : **Pengaruh *E-Money*, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus pada tanggal:

29 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 dalam ilmu Ekonomi Islam pada tahun akademik 2021/2022.

Semarang, 29 Juni 2022

Ketua Sidang

Drs. Saekhu, M.H.
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji I

Fajar Adhitya, S.Pd., M.M.
NIP. 19891009 201503 1 003

Pembimbing I

Nurudin, S.E., M.M.
NIP. 19900523 201503 1 004

Sekretaris Sidang

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 19830721 201503 1 002

Penguji II

Singgih Muheramtohad, M.E.I.
NIP. 19821031 201503 1 003

Pembimbing II

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 19830721 201503 1 002



MOTTO

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

(QS. Al Isra: 26)

“Jika setiap harapan selalu tersimpan di atas sajadah, mungkin kita takkan pernah merasakan sesaknya hati yang patah.”

-anonim-

PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur penulis persembahkan Skripsi ini teruntuk :

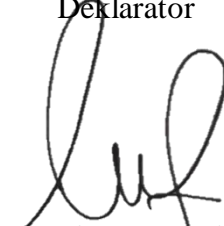
1. Orang tuaku tercinta Bapak Karono *rahimahullah*, dan Ibu Siti Uripah yang senantiasa memberikan kasih sayang serta memberikan dukungan berupa doa dan semangat.
2. Kakak-kakakku tersayang Akhmad Thohirin, Nur Fatoni, Ali Maskur, Sulistyaningrum, Nur Hayati dan Diah Kartika Sari yang sudah menjadi kakak terbaikku yang selalu mengarahkan, mendukung dan menjagaku.
3. Keponakanku tersayang M. Khevin Al-Fathoni, Ken Rara Alexandra, Ken Rere Alexandra, Raditya Putra Al-Fatoni yang selalu menghiburku dan menjadi pelipur laraku.
4. Keluarga besar yang selalu memberikan kasih sayang dan arahan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Sahabat-sahabat yang telah membantu menyemangati dan menemani, Lina, Yuni, Ismi, Mutiara, Desy, Hesti, Putri, Alvia, Avita dan Atikah. Terimakasih untuk canda, tawa, tangis, dan perjuangan yang telah terlewati bersama.
6. Teman berjuangku Adriyanto Pratomo, terima kasih untuk kebaikan, perhatian dan pembelajaran berharga darimu.

DEKLARASI

Penulis bersaksi bahwa hasil karya skripsi ini ditulis dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab. Skripsi ini original dan belum pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain. Informasi dan hasil skripsi juga berasal dari buah pemikiran penulis, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 15 Juni 2022

Deklarator



Luluk Atul Mardiyah
NIM. 1505026147

TRANSLITERASI

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik diatas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Zal</i>	Ž	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Şād</i>	Ş	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d	de titik di bawah
ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	z	set titik dibawah
ع	<i>'Ayn</i>	...=...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka

ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	Hamzah	... ' ...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	Ditulis	<i>muta_āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>_iddah</i>

C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

نعمة الله	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fitri</i>

D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	A
ِ	Kasrah	Ditulis	I
ُ	Dammah	Ditulis	U

E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	A
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
Fathah + ya‘ mati	Ditulis	A
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya‘ mati	Ditulis	I
مجيد	Ditulis	<i>Majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	U
فروض	Ditulis	<i>Furūd</i>

F. Vokal rangkap:

Fathah + ya‘ mati	Ditulis	Ai
بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمش	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh antara e-money, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. E-money berkaitan dengan kemudahan yang membuat seseorang berperilaku konsumtif. Aspek literasi berkaitan dengan kecerdasan seseorang dalam mengelola keuangan pribadinya. Sementara itu gaya hidup berkaitan dengan kegiatan, minat dan pendapat seseorang saat berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup seseorang menunjukkan status sosial seseorang di masyarakat.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif, Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Dengan sampel penelitian yang berjumlah 99 responden, yang diambil dari rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% dengan menggunakan data primer dan sekunder. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS. Variabel independennya itu variabel *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup. Sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa variabel *e-money* dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Sedangkan variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. Hasil nilai koefisien determinasi R square berpengaruh sebesar 47,9% yang artinya bahwa variabel *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 47,9% dan sisanya 52,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *E-money*, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Generasi Milenial, Perilaku Konsumtif.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil ‘alamin, segala puji bagi Allah SWT, atas berkat rahmat serta hidayah-Nya penulis dapat menyusun Skripsi dengan judul “Pengaruh E-money, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumtif Gnerasi Milenial Di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang”.

Skripsi ini disusun dalam rangka untuk melengkapi salah satu syarat guna menyelesaikan program studi Strata 1 Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi ini dapat tersusun atas bantuan dari beberapa pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M. Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag, selaku Ketua Jurusan S1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Nurudin, S.E., M.M selaku pembimbing I dan Bapak Warno, S.E., M.Si selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan arahan untuk memberikan bimbingan dalam menyusun Skripsi ini.
5. Segenap Dosen dan staff karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
6. Segenap karyawan beserta staff Perpustakaan Pusat UIN Walisongo Semarang yang telah meminjamkan buku-buku yang diperlukan penulis dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Orang tua penulis yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Teman-teman S1 Ekonomi Islam angkatan 2015 yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	Error! Bookmark not defined.
PENGESAHAN.....	iError! Bookmark not defined.
MOTTO.....	iii
PERSEMBAHAN	iv
DEKLARASI	v
TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRAK.....	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teori.....	7
2.1.1 <i>Electronic Money</i>	7
2.1.2 Literasi Keuangan	10
2.1.3 Gaya Hidup	13
2.1.4 Perilaku Konsumtif	17
2.1.5 Generasi Milenial.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Teoritis	27
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data	32

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran	33
3.5 Teknik Analisis Data.....	35
3.5.1 Uji Instrument Penelitian.....	35
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	37
3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda	39
3.5.4 Uji Hipotesis	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.1.1 Profil Kecamatan Tulis Kabupaten Batang	43
4.1.2 Visi dan Misi Kecamatan Tulis Kabupaten Batang	45
4.2 Uji Kelayakan Data	45
4.2.1 Uji Validitas.....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas	47
4.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
4.4 Uji Asumsi Klasik	49
4.4.1 Uji Normalitas.....	49
4.4.2 Uji Multikolinearitas	51
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	51
4.5 Uji Hipotesis.....	52
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
4.5.2 Uji F (F-Test).....	54
4.5.3 Uji t (t-Test)	54
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
DAFTAR LAMPIRAN	64
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Penduduk.....	31
Tabel 4.1 Jumlah Desa.....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Deskriptif.....	48
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	52
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji F (F-Test).....	54
Tabel 4. 10 Hasil Uji t (t-Test).....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Uji Validitas

Lampiran 4 : Uji Reliabilitas

Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6 : Uji Hipotesis (Uji Regresi Linear Berganda)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif. Menurut Fattah, Indriayu & Sunarto perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan.¹

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

Kemajuan teknologi yang berkembang pesat pada saat ini berdampak pada perilaku masyarakat dengan budaya praktisnya. Dimana masalah keuangan tidak hanya dialami oleh yang sudah berpasangan bahkan berkeluarga nyatanya generasi milenial khususnya mahasiswa pun bisa mengalami masalah keuangan, generasi milenial dinilai sangat konsumtif dengan gaya hidup kekinian yang dinilai menuntut banyak uang dalam hal berbelanja. Apalagi dengan hadirnya berbagai aplikasi yang menawarkan pembelian yang dilakukan secara online sehingga berbelanja pada masa kini sangat

¹ Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 4(1), 12.

mudah yang mana bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun hanya dengan sebuah gadget.²

Generasi milenial adalah mereka yang lahir pada rentang 1982- 2002. Salah satu ciri generasi milenial ialah mereka yang sangat paham dunia digital atau bisa dikatakan mereka adalah pengguna terbesar dunia media sosial. Generasi milenial menggunakan internet sebagai jenis transaksi mulai dari membeli makanan, transportasi, berbelanja pakaian dan kebutuhan sehari-hari yang menuntut generasi milenial mengeluarkan uang yang tidak sedikit.

Generasi milenial sangat mudah mengeluarkan uang hanya untuk kesenangan membeli suatu barang yang mereka inginkan dan liburan, namun enggan menambah perolehan aset mereka, seperti mengikuti produk yang lagi trending-trendingnya dan dikarenakan mereka tidak perlu lagi menghabiskan waktu banyak hanya untuk melihat-lihat barang ditoko, komunitas atau lingkaran pertemanan pun akan sangat mempengaruhi seseorang, ketika ada sekelompok komunitas pertemanan yang mempunyai barang-barang tertentu sehingga timbul rasa untuk ikut memiliki barang tersebut, adanya influencer seperti selebgram, youtuber, ataupun seorang *public figure* yang mempromosikan produk atau biasa disebut endorsement, termasuk seseorang yang sangat berpengaruh khususnya pada generasi milenial dalam hal berbelanja yang mana mereka akan mudah merasa tertarik apalagi jika influencer tersebut merupakan idola pada generasi milenial maka mereka akan mudah saja untuk memiliki barang yang sama dengan idola mereka.³

Hal inilah yang menjadi salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumtif pada generasi milenial, yang mana perilaku konsumtif sendiri adalah perilaku yang menunjukkan seseorang membeli sesuatu secara berlebihan terhadap barang dan jasa yang secara ekonomis bersifat pemborosan yang mana pembelian dengan mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan, yang mengakibatkan generasi milenial tidak bisa menabung dan cenderung boros.

Indonesia Millennial Report, menyebutkan bahwa 51% uang milenial dihabiskan untuk keperluan konsumtif (OJK 2019). Sedangkan sebesar 10,7% dana ditabung dan

² Krisdiantoro, D., Susanto, & Maryati, T. (2016). Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal Management*.

³ Fitriarianti, Baiq. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Berinvestasi. Vol 1 No 1. Universitas Pamulang

2% investasi. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa generasi millennial tidak memiliki perencanaan keuangan yang baik karena lebih mementingkan menghabiskan uang secara konsumtif.

Menurut David Low, General Manager Asia Tenggara menyebutkan survei yang dilakukan dengan bekerja sama dengan Dahlia Research menunjukkan sebesar 69% dari generasi milenial Indonesia tidak memiliki strategi dalam mengembangkan dana. Menurut beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fattah, Indriayu, & Sunarto (2018), Ramadhani (2016), Astuti (2016), dan Dikria & W (2016) keputusan individu dalam berperilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu *electronic money*, literasi keuangan dan gaya hidup.

Kedua, *electronic money (e-money)* atau uang elektronik adalah salah satu instrumen pembayaran non tunai dimana jumlah nilai uang yang tertera sesuai dengan jumlah nilai uang disetorkan terlebih dahulu oleh pemilik *e-money* kepada pihak penerbit. Nilai uang tersebut disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip, serta dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran.⁴

Menurut Bank Indonesia jumlah *electronic money* beredar di Indonesia semakin bertambah pesat. Hal ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah *electronic money* yang beredar di Indonesia pada tahun 2013 ke tahun 2018 terus meningkat dari 36.225.373 *electronic money* menjadi 152.073.288 *electronic money* menunjukkan pengguna *electronic money* yang semakin bertambah.⁵ Dengan adanya sistem pembayaran elektronik ini mempermudah transaksi pembayaran. Alat pembayaran *electronic money* juga dapat mempengaruhi pola hidup masyarakat menjadi lebih efisien maupun lebih konsumtif.

Kedua, literasi keuangan merupakan hal penting yang tidak bisa dipisahkan dalam proses mengelola keuangan. Menurut Margaretha & Pambudhi (2015) adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya. Banyaknya generasi milenial yang tidak mengerti tentang literasi keuangan seperti pengetahuan finansial, sehingga menyebabkan banyak

⁴ Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Drbit dan Uang Elektronik (E-money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. JESP, 8(1).

⁵ www.bi.go.id, diakses pada tanggal 20 Maret 2021

masyarakat yang mengalami kerugian, baik akibat penurunan kondisi perekonomian dan inflasi atau karena berkembangnya sistem ekonomi yang cenderung boros dikarenakan masyarakat semakin konsumtif.⁶

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

Perilaku konsumtif juga sangat dipengaruhi oleh gaya hidup yang membuat seseorang memutuskan untuk melakukan pembelian produk barang atau layanan jasa. Kebiasaan gaya hidup telah mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju ke arah berlebihan semenjak berkembangnya teknologi *smartphone*, *social media*, dan *electronic commerce*. Tindakan berlebihan dalam mengkonsumsi barang atau layanan jasa demi memenuhi gaya hidup mengakibatkan pemborosan. Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik mampu mengontrol pengeluaran untuk gaya hidupnya agar terhindar dari perilaku konsumtif.⁷

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian **“Pengaruh E-Money, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang?

⁶ Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1).

⁷ Hariyanto, P. (2015). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Journal Psikologi*, 3(2).

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh e-money terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.
2. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.
3. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat secara teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi bermanfaat mengenai e-money, literasi keuangan, gaya hidup, serta perilaku konsumtif terutama di kalangan generasi milenial. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang literasi keuangan (pengetahuan keuangan) dan perilaku konsumtif generasi milenial.

2. Manfaat secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi terkait peningkatan literasi keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif. Bagi lembaga dapat memberikan masukan informatif tentang e-money, literasi keuangan, dan gaya hidup. Bagi peneliti lanjutan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih mempermudah dalam pemahaman penelitian, maka diperlukan untuk sistematika penelitian. sistematika tersebut secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II menjelaskan tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka

berpikir dan hipotesis. Teori yang menjelaskan tentang teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini, diantaranya yaitu e-money, literasi keuangan, gaya hidup dan perilaku konsumtif.

Bab III menjelaskan tentang metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini, seperti jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknis analisis data.

Bab IV menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh e-money, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.

Bab V merupakan bab terakhir yang berisi penutup, yang menjelaskan kesimpulan sebagai hasil dari penelitian dan saran-saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kerangka Teori

2.1.1 Electronic Money

2.1.1.1 Pengertian *Electronic Money*

Electronic money yaitu alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, uang elektronik adalah instrument pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip.
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai uang elektronik juga merupakan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.⁸

Bank for International Settlement (BIS) dalam Aneke dkk., mendefinisikan uang elektronik sebagai produk stored value (nilai tersimpan) atau prepaid (prabayar) dimana catatan dana atau nilai yang dimiliki konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen.⁹

2.1.1.2 Jenis dan Batas Electronic Money

Seperti yang telah tertera dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Eletronik mengenai lingkup

⁸ Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, h. 3-4.

⁹ Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk., "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumen", Prosiding Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 6, No. 1, 2020, h. 2.

penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loop* dan *open loop*.

- a. *Closed loop*, yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- b. *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Uang elektronik dapat dibedakan berdasarkan media penyimpanan dan pencatatan data identitas pengguna.

- a. Media penyimpanan nilai uang elektronik yang berupa:
 - 1) *Server based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa server yang dimana nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit. Seperti T-Cash, Rekening Ponsel, Gopay, OVO, Dana, Shopeepay dan sebagainya.
 - 2) *Chip based*, yang menggunakan media penyimpanan berupa chip yang dimana nilai uang elektroniknya selain dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media uang elektronik yang dikelola oleh pemegang. Hal ini mendukung kemungkinan transaksi dilakukan secara offline dan uang elektronik berbasis kartu seperti halnya TapCash BNI, Flazz BCA, Brizzi BRI, Mandiei e-Money Bank Mandiri, JakCard Bank DKI, dan sebagainya.¹⁰
- b. Pencatatan data identitas pengguna uang elektronik yang berupa:
 - 1) *Unregistered*, yakni uang elektronik yang data identitas penggunaannya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit. Dalam hal ini, batas maksimum nilai Uang Elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis unregistered adalah Rp1.000.000,00 (satu juta Rupiah).

¹⁰ Peraturan Bank Indonesia, op.cit., h. 6-7.

2) *Registered*, yaitu uang elektronik yang data identitas penggunanya terdaftar dan tercatat pada penerbit. Dalam kaitan ini, penerbit harus menerapkan prinsip mengenal nasabah dalam menerbitkan uang elektronik *Registered*. Adapun batas maksimum nilai uang elektronik yang tersimpan pada media chip atau server untuk jenis *registered* adalah Rp5.000.000,00 (lima juta Rupiah).¹¹

2.1.1.3 Pihak-pihak Penyelenggara *Electronic Money*

Adanya uang elektronik, tidak terlepas dari adanya pihak-pihak penyelenggara uang elektronik. Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, pihak-pihak penyelenggara uang elektronik ini harus memuat unsur:

- a. Pemegang kartu adalah pengguna yang sah dari uang elektronik.
- b. Prinsipal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggungjawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit dan/atau acquirer, dalam transaksi uang elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
- c. Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan uang elektronik.
- d. *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain.
- e. Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan uang elektronik.
- f. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggungjawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer* dalam rangka transaksi

¹¹ Bank Indonesia, Uang Elektronik, (<https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungankonsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>). Diakses pada tanggal 6 April 2020 jam 13.00

uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.¹²

2.1.2 Literasi Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Kiterasi Keuangan

Di kehidupan sehari-hari setiap individu tidak bisa terlepas dari keuangan. Untuk memenuhi kebutuhan, yang kompleks diperlukan pengetahuan tentang keuangan atau yang disebut literasi keuangan, sehingga setiap individu mampu mengalokasikan keuangan dengan baik. Menurut *The New American Webster Handy Collaage Dictionary* bahwa Literasi adalah membaca dan ilmu pengetahuan. Definisi lain, literacy diartikan sebagai kemampuan seseorang individu untuk membaca, menulis, berbicara, menghitung, dan memecahkan masalah pada tingkat kemahiran yang diperlukan dalam individu, keluarga dan masyarakat (*National Institute for Literacy*).

Sedangkan keuangan dalam *Wikipedia Bahasa Indonesia* diartikan mempelajari bagaimana individu, bisnis dan organisasi meningkatkan, mengalokasi dan menggunakan sumber daya moneter sejalan dengan waktu dan juga menghitung resiko dalam menjalankan proyek mereka.¹³

Menurut Manurung (2009) literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan individu dalam sumber daya keuangan untuk mengambil keputusan secara efektif. Sedangkan menurut Bhushan dan Medury (2013) menjelaskan bahwa dengan adanya financial literacy sangatlah penting bagi individu karena dengan memiliki literasi keuangan bisa melalui masa-masa keuangan yang sulit dan dapat membayar tagihan tepat waktu, serta

¹² Bank Indonesia, loc.cit.

¹³ Galuh Widitya Q, Aldila Septiana, Tinjauan Literasi Keuangan Bagi Santri Pondok Pesntren Madura : Studi Kasus Pondok Pesantren Syaichona Kholil Kabupaten Bangkalan, JES, vol. 2 No. 1

menggunakan kartu kredit secara bijak. Hal ini, literasi keuangan berkorelasi dengan perilaku keuangan setiap individu.¹⁴

Menurut Program For International Student Assessment (PISA) pada tahun 2012, Imawati dkk, menjelaskan literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan financial well-being (kesejahteraan keuangan) dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi.¹⁵

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan tentang keuangan bagaimana seseorang bisa mengatur penggunaan dan pengelolaan keuangan secara efektif. Seseorang dikatakan melek keuangan, ketika memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut atau bisa dikatakan kecerdasan dalam mengelola keuangan.

Literasi keuangan sangat penting dimiliki oleh individu untuk mengembangkan kemampuannya dalam mengelola aktivitasnya. Literasi keuangan tidak hanya membuat individu mampu memanfaatkan aset secara bijak dan cerdas, namun melalui pengetahuan keuangan akan memberikan nilai tambah secara ekonomi. Semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan seseorang akan semakin baik perilaku keuangan yang ditunjukkannya.

2.1.2.2 Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Menurut *Programme For International Student Assessment* PISA, Thomson, aspek-aspek dalam literasi keuangan adalah:

- a. Uang dan transaksi
- b. Perencanaan dan pengelolaan keuangan
- c. Risiko dan keuntungan

¹⁴ Mimi Ientesa Irman, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Financial Literacy di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) Pekanbaru, *Journal Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Vol. 1, No. 2, 2018, h. 183.

¹⁵ Imawati, I., Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program Ips Sma Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/ 2013, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 2, No.1, 2013, Hal. 48

Berdasarkan penelitian-penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu terdapat beberapa aspek yang dapat digunakan untuk mengukur literasi keuangan seseorang, yaitu:

a. Manajemen keuangan pribadi

Merupakan kemampuan seseorang dalam mengatur mulai dari perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana.

b. Bentuk simpanan

Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank berdasarkan perjanjian penyimpanan dana dalam bentuk giro, deposito dan bentuk lainnya.

c. Asuransi

Asuransi ialah jaminan atau perdagangan yang diberikan oleh penanggung kepada yang bertanggung untuk risiko kerugian seperti yang diterapkan dalam surat perjanjian bila terjadi kebakaran, kecurian, kerusakan dan sebagainya ataupun mengenai kehilangan jiwa atau kecelakaan lainnya dengan yang bertanggung membayar premi sebanyak yang ditentukan kepada penanggung tiap-tiap bulan.

d. Investasi

Investasi yang dalam istilah hukum islam disebut mudlarabah adalah menyerahkan modal uang kepada orang yang berniaga sehingga investor mendapatkan prosentase keuntungan. Bentuk usaha ini melibatkan dua pihak : pihak yang memiliki modal namun tidak bisa berbisnis dan kedua pihak yang pandai berbisnis namun tidak memiliki modal. Melalui usaha ini, keduanya saling melengkapi.

Sejalan dengan penjelasan teori di atas literasi keuangan syariah adalah suatu pengetahuan dan keterampilan mengenai pengelolaan keuangan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan (falah) yang

berdasarkan dengan prinsip syari'ah, yaitu dengan menghilangkan unsur riba, gharar dan maysir.¹⁶

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan, selain itu literasi keuangan juga merupakan kebutuhan dasar yang diperlukan seseorang, agar mereka dapat terhindar dari masalah-masalah keuangan. Munculnya masalah keuangan bukan saja karena rendahnya tingkat pendapatan, namun juga bisa berasal dari kurangnya pengetahuan seseorang dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan menunjukkan kecakapan individu dalam memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya untuk mencapai dan meningkatkan kesejahteraan.¹⁷

2.1.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan

- a. Menurut Otoritas Jasa Keuangan faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu :
 - 1) Jenis kelamin
 - 2) Tingkat Pendidikan
 - 3) Tingkat pendapatan
- b. Menurut Ansyong dan gyensare (2012) factor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu :
 - 1) Usia
 - 2) Pengalaman bekerja
 - 3) Pendidikan ibu
 - 4) Jurusan

2.1.3 Gaya Hidup

2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard mendefinisikan gaya hidup sebagai pola hidup seseorang dalam menghabiskan waktu dan

¹⁶ Sri Lestari, Hajar Mukaromah. 2018. Literasi Keuangan Syariah Pengelola Koperasi Pondok Pesantren An-Nawawi Kecamatan Gebang, Kabupaten Purworejo. An-Nawa: Jurnal Studi Islam. Vol 1 No 1. Purworejo

¹⁷ Anis Dwi Astanti, Pengetahuan Keuangan Untuk Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga (Studi Kasus Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Malang) , Majalah Ekonomi, Vol XXIII No 1, Universitas Kanjuruhan Malang, 2018

uang mereka. Adapun pembentukan gaya hidup seseorang menurut Hawkins, Best dan Motherbought, dapat dipengaruhi oleh situasi yang pernah dijumpai, kelas sosial, kelompok sosial maupun keluarganya.¹⁸ Sedangkan menurut Kotler dalam penelitian Susanto bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat dan opininya.¹⁹

Mowen dan minor mengatakan bahwa gaya hidup memperlihatkan bagaimana orang hidup, bagaimana menghabiskan uang, dan bagaimana menggunakan waktu. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan cara berekspresi dalam aktivitas, minat, dan kebiasaan seseorang yang mengeluarkan uang, serta cara mengalokasikan waktu.²⁰

Sedangkan gaya hidup menurut Subandy digambarkan dengan perilaku yang didorong dan dikendalikan oleh keinginan dan untuk senang-senang semata.²¹ Gaya hidup seorang muslim hendaknya tidak berlebihan. Allah telah berfirman dalam ayatnya yang melarang manusia untuk menghindari perilaku boros, hal itu dijelaskan dalam ayat berikut ini:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ

Artinya:

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al Isra: 26-27)

¹⁸ Elfina Putri Nanda Hasibuan, Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kencenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri, skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara, Sumatra: repository.usu.ac.id, 2009, h. 15

¹⁹ Ibid. h. 52

²⁰ Mowen, Minor, M., Perilaku konsumen. Jakarta: Erlangga, 2008. Hal 81

²¹ Eva Melita Fitria, Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda, Jurnal Ilmu Komunikasi Vol1 No 2, 2015, h. 121

Dari ayat di atas, jelas bahwa Allah telah melarang pemborosan, karena pemboros itu merupakan golongan syaitan. Selain itu perilaku konsumtif akan menjadi suatu hal yang sangat merugikan di kemudian hari jika tidak didukung dengan tingkat finansial yang mencukupi.

Renold dan Dearden mengemukakan beberapa indikator untuk mengukur gaya hidup seseorang. Indikator tersebut dikenal dengan AIO (Activities, interest, opinion). Adapun karakteristik masing-masing indikator adalah sebagai berikut :

1. *Activities* adalah tindakan nyata yang tercermin dari kegiatan-kegiatan yang menjadi prioritas seseorang seperti pekerjaan, hobi, berbelanja, olah raga dan kegiatan sosial.
2. *Interest* adalah ketertarikan atau kecenderungan hati seseorang terhadap suatu hal seperti makanan, mode, keluarga dan rekreasi.
3. *Opinion* adalah respon seseorang terhadap suatu stimulus yang ditunjukkan kepadanya berupa mengenal diri mereka sendiri, isu sosial, bisnis dan produk.

2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong, gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor internal yaitu, sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi dengan penjelasan sebagai berikut :

1) Sikap

Sikap berarti sesuatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku.

2) Pengalaman

Pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri

Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal sangat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek.

5) Motif

Motif merupakan dorongan dalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh manusia tersebut.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

b. Faktor Eksternal

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003) yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberikan pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota dalam kelompok tersebut.

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam

sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

4) Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kebiasaankebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.²²

2.1.4 Perilaku Konsumtif

2.1.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Echols dan Shadly dalam Suryo Adi Prakorso mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bentuk dari kata sifat yang berasal dari “consumer” yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti bersifat mengonsumsi barang secara berlebihan.²³ Tambunan dan Tulus dalam Dikria dan Mintarti menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.²⁴

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah diuraikan di atas, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku konsumen dalam mengonsumsi barang dan jasa yang memenuhi kebutuhan hidupnya tanpa mempertimbangkan apakah barang dan jasa yang telah dibelinya berguna atau tidak, masuk ke dalam kebutuhannya atau tidak, sehingga ia melakukan konsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasan maksimal.

2.1.4.2 Indikator Perilaku konsumtif

Terdapat 8 indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono dalam Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti yang antara lain:

²² Zainul Arifin, Pengaruh Sertifikasi Guru Terhadap Perubahan Gaya Hidup Guru MTs Se-KKMTs (Kelompok Kerja Tsanawiyah) Wonorejo Pasuruan. Skripsi. (Malang : Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim. 2015)

²³ Suryo Adi Prakoso, op.cit., h. 18-19.

²⁴ Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9, No. 2, 2016, h. 132.

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas kepentingan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
- g. Munculnya pemikiran bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).²⁵

Sembiring dalam Suryo Adi Prakorso menyatakan ciri-ciri perilaku konsumtif adalah sebagai berikut.

- a. Tidak mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang, hanya mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.
- b. Mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.
- c. Mendahulukan keinginan daripada kebutuhan.
- d. Tidak ada skala prioritas.²⁶

2.1.4.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor. Engel dalam Suryo Adi Prakorso mengemukakan faktor perilaku konsumtif terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang dimaksud terdiri dari motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian dan konsep diri, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan sikap. Sedangkan faktor eksternal yang dimaksud terdiri dari faktor kebudayaan, faktor kelas sosial, faktor keluarga, kelompok acuan.²⁷

Adapun Nugroho J. Setiadi dalam bukunya yang berjudul “Perilaku. Konsumen: Perspektif Kontemporer para Motif, Tujuan, dan

²⁵ Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, loc.cit.

²⁶ Suryo Adi Prakoso, op.cit., 2017, h. 24.

²⁷ Ibid., h. 20-22

Keinginan Konsumen” menyatakan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, dan kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), dan faktor psikologi dari konsumen (umur, motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).²⁸

Berdasarkan beberapa faktor yang telah disebutkan di atas, secara garis besar faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seorang konsumen terdiri dari faktor internal dan eksternal yang dimana keduanya penting dalam mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Dengan kata lain, faktor-faktor tersebut bukan hanya berasal dari dalam diri konsumen saja melainkan dari luar konsumen terutama lingkungan juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seorang konsumen tersebut.

2.1.4.4 Etika Konsumsi Dalam Islam

Perilaku konsumsi seorang muslim tentu berbeda dengan non muslim. Seorang muslim dibatasi dengan etika-etika konsumsi dalam Islam. Menurut Burhanudin Salam sebagaimana dikutip oleh Johan Arifin menjelaskan bahwa etika merupakan ilmu yang membahas mengenai tingkah laku manusia mana yang dianggap baik dan buruk.²⁹ Adanya etika konsumsi dalam Islam dimaksudkan agar tercapai kemanfaatan semaksimal mungkin. Selain itu menghindarkan dari kemudharatan (bahaya) baik untuk dirinya sendiri maupun orang lain.

Islam juga memandang konsumsi sebagai salah satu cara untuk mencapai masalah (kebahagiaan di dunia dan akhirat).³⁰ Bahkan Islam memandang anugerah Allah yang ada di alam semesta ini milik semua orang, sehingga mereka berhak memiliki walaupun tidak

²⁸ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku. Konsumen: Perspektif Kontemporer para Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 10-14.

²⁹ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami*, Semarang : Walisongo Press, Cet Ke-1, 2009. h. 11.

³⁰ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta:Graha Ilmu.2013. h. 93.

memperolehnya. Allah mengutuk orang kikir yang enggan memberikan sebagian hartanya kepada orang lain.

Islam melarang kegiatan konsumsi secara berlebihan (israf) atau tabzir (menghamburkan harta). Bahkan tabzir dapat diartikan sebagai penggunaan harta untuk tujuan yang dilarang dalam Islam, seperti penyuapan, atau hal-hal yang melanggar hukum. Sedangkan pemborosan tidak hanya diartikan sebagai pengalokasian barang secara berlebihan, seperti membeli makanan, pakaian maupun alat-alat elektronik. Adapun etika dalam konsumsi Islam :

a. Adil

Allah menyuruh hambanya untuk berbuat adil dan berbuat baik.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ
وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ
تَذَكَّرُونَ

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”
(QS. An Nahl: 90)

b. Kehendak bebas

Bahwasanya alam semesta yang Allah sediakan untuk makhluk di bumi, bebas untuk dikelola oleh semua makhluk. Akan tetapi ada batasan-batasan tertentu dalam syariah agar tidak mendzalimi makhluk lain.

لَهُ مَعْقَبَاتٌ مِّن بَيْن يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِمَّن
أَمَرَ اللَّهُ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا
بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا
لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ

“Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.”
(QS. Ar Rad : 11)

c. Bertanggungjawab

Dalam melakukan kegiatan konsumsi manusia dituntut untuk mempertanggungjawabkan tindakannya baik kepada Allah maupun kepada lingkungan.

قُلْ أَغَيْرَ اللَّهِ أَبْغِي رَبًّا وَهُوَ رَبُّ كُلِّ شَيْءٍ ۗ وَلَا تَكْسِبُ كُلُّ نَفْسٍ إِلَّا عَلَيْهَا ۗ وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ ۗ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّكُم مَّرْجِعُكُمْ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ

“Katakanlah: "Apakah aku akan mencari Tuhan selain Allah, padahal Dia adalah Tuhan bagi segala sesuatu. Dan tidaklah seorang membuat dosa melainkan kemudharatannya kembali kepada dirinya sendiri; dan seorang yang berdosa tidak akan memikul dosa orang lain. Kemudian kepada Tuhanmulah kamu kembali, dan akan diberitakan-Nya kepadamu apa yang kamu perselisihkan". (QS. Al An'am : 164)

d. Sederhana

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (QS. Al Maidah : 87)

e. Halal

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا
أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ
فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”
(QS Al Baqarah: 173)

2.1.5 Generasi Milenial

Generasi milenial atau generasi Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1982 hingga 2002. Generasi milenial merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang pada masa internet booming (Lyson, 2004 : Putra, 2019) sehingga dikatakan generasi milenial sangat familiar dengan penggunaan teknologi, seperti handphone, komputer, laptop maupun internet.

Generasi milenial menganggap bahwa teknologi merupakan gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan. Yang mana mayoritas generasi milenial menggunakan teknologi untuk mempermudah kehidupannya seperti berbelanja online, mencari informasi melalui internet, sehingga generasi milenial dikenal dengan perilaku konsumtifnya. Hal tersebut merupakan salah satu karakteristik setiap generasi. Karakteristik dapat berupa sifat, cara pandang dan pola pikir yang berbeda dengan kehidupannya untuk menjalankan aktivitas.

(Putri A. A, 2018) menjelaskan bahwa kehidupan generasi milenial berbeda dengan generasi sebelumnya yang mana:

- a. Generasi milenial sangat menyukai teknologi seperti internet.
- b. Kehidupan generasi milenial cukup hedonisme.
- c. Dalam penerimaan dan penangkapan informasi generasi milenial lebih cepat dibandingkan dengan generasi lainnya.

- d. Generasi milenial menyukai tantangan, optimis, memiliki pemikiran kritis, memiliki keingintahuan yang tinggi dan menilai pengalaman pribadi adalah adalah sesuatu yang berharga.
- e. Cara hidup generasi milenial sangat multitasking.
- f. Menjadikan teknologi sebagai gaya hidup contohnya berbelanja online.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan peneliti untuk memperkaya teori sebagai acuan terkait penelitian peneliti. Adapun penelitian terdahulu berasal dari beberapa jurnal terkait penelitian yang dilakukan peneliti.

No	Pengarang	Judul	Tujuan	Alat analisis	Hasil penelitian
1.	Fathul Sani Rohana (2017)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al Munawwir Komplek R2)	Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif santri pondok pesantren al munawwir komplek R2	Regresi linier berganda	Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif santri. Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif santri. Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif santri.
2.	Rianti Hikmah Ramad	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan	Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya	Analisis deskriptif dan analisis	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, Literasi Keuangan, Gaya

	hani (2019)	Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara.	Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara.	regresi berganda.	Hidup, dan Kontrol Diri, secara serempak, berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
3.	Rida Nur Afiah (2020)	Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Mengetahui Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Tadris IPS UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)	Analisis regresi linier sederhana.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
4.	Samuel Travolta Parapat (2020)	Pengaruh penggunaan e-money terhadap tingkat konsumsi pada pegawai PT. PLN Persero Unit Induk P3B	Megetahui pengaruh penggunaan emoney terhadap tingkat konsumsi pada pegawai PT. PLN Persero Unit Induk P3B	Analisis deskriptif kuantitatif	transaksi e-money memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap tingkat konsumsi pegawai PT. PLN Persero Unit Induk P3B

		Sumatera UPT Medan.	Sumatera UPT Medan.		Sumatera UPT Medan.
5.	Riskayanti(2021)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar	Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar	Menggunakan metode Skala Likert.	literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
6.	Danang Krisdiantoro, dkk (2016)	Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	Mengetahui Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Perilaku Konsumtif
7.	Laila Ramadani (2016)	Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap	Mengetahui Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money)	Analisis Regresi Linear Berganda	Variabel Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) berpengaruh

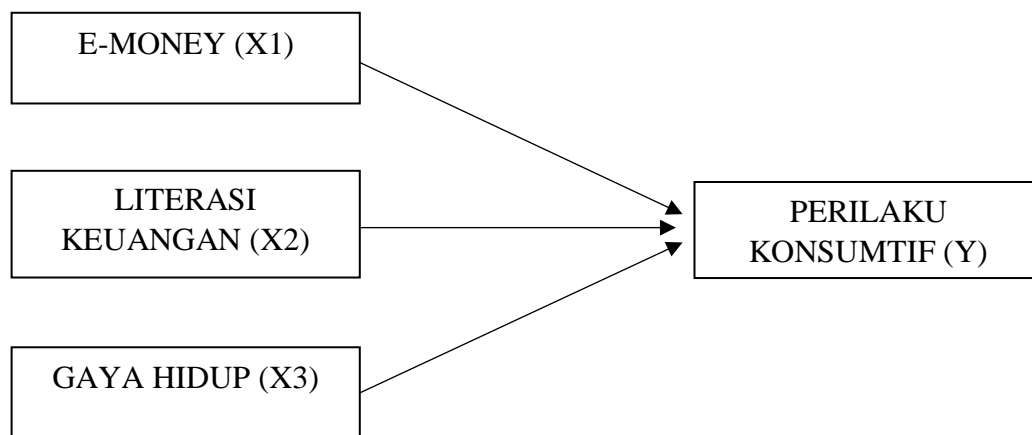
		Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa	Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa		positif dan signifikan Terhadap Pengeluaran konsumsi mahasiswa.
8.	Dias Kanseri na (2015)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Mengetahui Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Analisis Regresi Linear Berganda	Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sedangkan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa,
9.	Okky Dikria dan Sri Umi Minarti W. (2016)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan UNM	Mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan UNM	Analisis regresi linear berganda.	Literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

10.	Zahra dan Astri (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung	Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Bandung	Analisis regresi linear sederhana.	Literasi keuangan berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Bandung.
-----	------------------------	--	---	------------------------------------	---

2.3 Kerangka Teoritis

Penelitian ini mengkaji hubungan antara dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat.³¹ Adapun variabel bebas (independent) antara lain e-money, literasi keuangan dan gaya hidup. Sedangkan variabel terikat (dependent) yaitu perilaku konsumtif. Sedangkan kerangka pemikiran teoritik pemikiran dijelaskan pada gambar dibawah.

Kerangka Berfikir



2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh E-money Terhadap Perilaku Konsumtif

³¹ Riduwan, Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian, Bandung: Alfabeta. 2009. h. 64.

Hipotesis ini didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2016) yang menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin berkembangnya financial technology tentu mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa. Electronic money merupakan salah satu perkembangan financial technology yang sedang trend saat ini yang menawarkan manfaat, kemudahan dan keefektifan dalam transaksi pembayaran. Dengan demikian mahasiswa akan lebih mudah membelanjakan uangnya. Oleh sebab itu, adanya penggunaan e-money mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.³²

H1: e-money berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis yang kedua didasarkan pada penelitian yang dilakukan Okky dikria & Umi mintarti di tahun 2016 yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh negatif artinya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terjadi karena apabila mahasiswa memiliki literasi keuangan yang baik maka mahasiswa tersebut dapat mengendalikan emosinya dalam berkonsumsi, sehingga lebih rasional dan tidak akan berperilaku konsumtif begitu juga sebaliknya.³³

H2: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.

2.4.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hipotesis yang ketiga didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Kanserina (2015), dan Astuti (2016) yang membuktikan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin berlebihan gaya hidup individu maka perilaku konsumsinya semakin konsumtif.

H3: gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.

³² Ramadhani, " Pengaruh Penggunaan Kartu Drbit dan Uang Elektronik (E-money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa" JESP, 8(1), 2016.

³³ Dikkria, Okky., & "Umi Mintarti W" Sri., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013", Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol. 9(2), 2016, Hal. 135

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Pada pendekatan kuantitatif menjelaskan hubungan antar variabel penelitian yang diolah dalam metode statistika, dan menguji hipotesis, serta melakukan generalisasi fenomena sosial terkait yang diteliti. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu.³⁴ Penelitian ini menganalisis pengaruh e-money, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi generasi millenia di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang.

3.1.2 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data dengan cara menyebarkan kuesioner dan mengumpulkan data dari artikel yang mendukung. Sumber data berasal dari responden yaitu seseorang yang memberikan jawaban atas pernyataan peneliti, baik pernyataan secara tertulis maupun secara tatap muka.³⁵ Adapun sumber data yang digunakan penulis sebagai berikut:

1. Data primer

Data primer adalah data yang berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti dan didapatkan secara langsung. Untuk mendapatkan data primer peneliti membagikan kuesioner kepada generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang sebagai sampel.

2. Data sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen laporan, buku, jurnal penelitian, artikel dan majalah ilmiah yang masih berkaitan dengan materi

³⁴ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Cet. Dua Puluh Dua, Bandung: Alfabeta, 2015, h. 14.

³⁵ Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006, h. 129.

penelitian. Jadi data sekunder itu sumber data yang tidak didapatkan secara langsung oleh peneliti yang berupa teori-teori terkait.³⁶

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi menurut Sekaran adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian atau hal minat yang ingin peneliti investigasi. Jadi populasi adalah sekelompok orang, kejadian, atau benda yang memiliki karakteristik tertentu dan dijadikan objek penelitian.³⁷ Populasi yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah generasi milenial di Kecamatan Tulis abupaten Batang. Adapun jumlah populasi berdasarkan data base dari badan pusat statistic dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Jumlah Penduduk Menurut Jenis kelamin dan Kelompok Umur
di Kecamatan Tulis 2021

No	Kelompok Umur	Laki-laki	Perempuan	jumlah
1	25-29	1.664	1.608	3.272
2	30-34	1.660	1.674	3.334
3	35-39	1.516	1.510	3.026
	Jumlah	4.840	4.792	9.632

Sumber: BPS

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila suatu populasi yang diteliti itu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi itu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Hal ini terjadi karena

³⁶ Tim Febi UIN Walisongo Semarang, Panduan Penulisan Skripsi, Semarang: Basscom Creative, 2018, h. 14.

³⁷ Suryani dan Hendryadi, Metode Riset..., h. 190.

adanya keterbatasan waktu, dana, dan tenaga.³⁸ Jadi apa yang dipelajari oleh sampel maka kesimpulan dapat berlaku pada populasi dan sampel yang diambil harus betul-betul representative. Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel sangatlah menentukan apakah sampel dapat mewakili populasi.³⁹ Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel adalah teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = sampel

N = populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan (margin of error)= 0.1

Dalam penelitian ini menggunakan perkiraan tingkat kesalahan (e) sebesar 10 %. Maka perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{9632}{1+9632 (10^2)}$$

$$n = \frac{9632}{1+9632(0,01)}$$

$$n = \frac{9632}{97,32}$$

$$n = 98,97$$

$$n = 99 \text{ (dibulatkan) responden}$$

Dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Dengan Teknik ini, setiap elemen populasi tidak mempunyai kesempatan (peluang) yang sama untuk dijadikan sebagai sampel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data dari berbagai cara, yaitu:

³⁸ Ibid., h.118.

³⁹ Tim Febi UIN Walisongo Semarang, Panduan Penulisan..., h. 23-24.

1. Metode observasi

Metode penelitian pada metode ini dapat digunakan melalui pengumpulan data dengan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fakta-fakta yang diselidiki. Sehingga mendapatkan gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

2. Metode kuisisioner

Metode kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan untuk responden. Pertanyaan tersebut bersifat terbuka atau tertutup dan dapat diberikan secara langsung atau dikirim melalui internet kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien dalam variabel yang akan diukur. Responden digunakan pada jumlah yang cukup besar dan tersebar di wilayah luas. Dalam penelitian ini jawaban responden yang diberikan skor berdasarkan skala likert. Nantinya responden akan memilih jawaban dari pernyataan dengan jawaban yang sudah ditentukan, yaitu sebagai berikut :

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) nilai skor 1
- b. Tidak Setuju (TS) nilai skor 2
- c. Setuju (S) nilai skor 3
- d. Sangat Setuju (SS) nilai skor 4

3. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan atau tidak dipublikasikan, buku-buku, jurnal ilmiah, koran, majalah, website, dan lain-lain.⁴⁰

3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran

1. Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat atau biasa disebut dengan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas atau independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah :

⁴⁰ Ibid., h.27.

a. Perilaku Konsumtif

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif. Beberapa indikator dalam Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut :

- 1) Membeli produk karena kemasannya menarik
- 2) Membeli produk untuk menjaga gengsi, penampilan, dan prestise
- 3) Membeli produk berdasarkan harga (bukan berdasarkan pendapatan atau kegunaan) Membeli produk hanya untuk menjaga simbol mata
- 4) Memakai produk karena unsur model yang mengiklankan
- 5) Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri

2. Variabel Bebas (independent)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya variabel dependen. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah :

a. *E-money*

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator e-money (X_1), sebagai berikut:

- 1) Mudah dipelajari
- 2) Fleksibel
- 3) Dapat mengontrol pekerjaan
- 4) Mudah digunakan

b. Literasi keuangan

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator Literasi Keuangan (X_2), sebagai berikut :

- 1) Mengalokasikan sebagian uang untuk kebutuhan mendatang.
- 2) Menyukai hal tentang pengelolaan keuangan pribadi.
- 3) Selalu membuat perencanaan setiap ingin menggunakan uang.
- 4) Merasa perlu untuk memiliki asuransi untuk melindungi diri

c. Gaya hidup

Dalam penelitian ini terdapat beberapa indikator Gaya Hidup (X_3), sebagai berikut:

- 1) Memakai produk bermerk yang dapat mencerminkan status sosial dan meningkatkan rasa percaya diri.
- 2) Mengikuti tren mode fashion dan kurang berhemat untuk kebutuhan sehari-hari.
- 3) Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi dimata teman.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data digunakan setelah data secara keseluruhan terkumpul, kemudian dikelompokkan berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dalam penelitian kuantitatif untuk analisis data menggunakan statistik.⁴¹ Penelitian ini untuk analisis data menggunakan program komputer SPSS. Statistik ini disebut statistik probabilitas, karena kesimpulan yang diberlakukan untuk populasi berdasarkan data sampel itu kebenarannya bersifat peluang (probabilitas).⁴²

Metode ini menggunakan beberapa uji untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, meliputi:

3.5.1 Uji Instrument Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu alat ukur (tes) yang menggambarkan apa yang diukur dan untuk mengetahui valid atau tidaknya terhadap pertanyaan yang terangkum dalam kuesioner. Validitas mengacu pada aspek ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Apabila memiliki nilai korelasi (r_{hitung}) > r_{tabel} (signifikansi 0,05 atau 5%), maka dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila nilai korelasi (r_{hitung}) < r_{tabel} , maka dikatakan tidak valid terhadap item-item pertanyaan dalam kuesioner. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang yang dinyatakan oleh skor dalam instrumen pengukuran yang bersangkutan.⁴³

Instrumen penelitian yang valid artinya instrumen yang mampu mengukur apa yang harus diukur dengan tepat dan cermat, atau dapat memberikan informasi tentang nilai variabel yang diukur dengan tepat dan cermat. Suatu alat ukur mungkin tepat untuk mengukur suatu objek akan tetapi belum tentu cermat untuk mengukur objek tersebut. Cermat adalah kemampuan suatu alat ukur untuk memberikan gambaran secara cermat atau

⁴¹ Sugiyono, Metodologi Penelitian..., h. 207.

⁴² Ibid., h. 209.

⁴³ Suryani dan Hendryadi, Metode Riset..., h. 144-145.

teliti mengenai objek tersebut (mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan di antara objek yang satu dengan objek yang lain).⁴⁴

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2007) instrumen reliabilitas adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Sedangkan menurut Groth Marnat (2010) reliabilitas adalah suatu tes merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Ini berarti bahwa skor-skor yang diperoleh seseorang itu akan menjadi sama jika orang tersebut diperiksa ulang dengan tes yang sama pada kesempatan yang berbeda. Jadi reliabilitas pengukuran didefinisikan sebagai kemampuan yang diandalkan atau konsistensi dari ukuran suatu variabel. Dengan kata lain, reliabilitas pengukuran merupakan indikasi mengenai stabilitas dan konsistensi di mana instrumen mengukur konsep dan membantu menilai ketepatan sebuah pengukuran.⁴⁵

Instrumen reliabilitas menunjukkan kemampuan alat ukur untuk menghasilkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok objek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama (aspek yang diukur belum berubah) meskipun tetap ada toleransi bila terjadi perbedaan. Jika perbedaan tersebut sangat besar dari waktu ke waktu, maka hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (dikatakan tidak reliabel). Adanya nilai toleransi perbedaan pengukuran ini disebabkan karena perbedaan waktu pengukuran akan dapat mempengaruhi perbedaan jawaban responden. Semakin rendah derajat toleransi perbedaan maka semakin reliabel alat ukur yang digunakan. Pengertian alat ukur yang reliabel pada dasarnya bukan alat ukurnya yang reliabel akan tetapi datanya yang reliabel karena yang diuji adalah datanya bukan alat ukurnya. Untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan ukuran Alpha Cronbach > 0,6. Ini berarti apabila memiliki nilai alfa > 0,6, maka dinyatakan instrumen

⁴⁴ Suliyanto, Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi, Yogyakarta: Andi Offset (Anggota IKAPI), 2018, h. 233-234

⁴⁵ Suryani dan Hendryadi, Metode Riset..., h.134-135.

memiliki tingkat reliabel. Sebaliknya, apabila memiliki nilai $\alpha < 0,6$ maka instrumen tersebut tidak variabel.⁴⁶

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas pada regresi bisa menggunakan metode Kolmogorov Smirnov untuk menguji normalitas data masing-masing variabel. Residual menyebar normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.⁴⁷ Dalam metode Kolmogorov Smirnov ini jika signifikansi (Asymp.sig) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, dan sebaliknya jika signifikansi (Asymp.sig) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Selain itu, uji normalitas data dengan metode Normal Probability Plot berbentuk grafik yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai regresi residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Namun, pengujian metode Normal Probability Plot (P-P) cenderung kurang valid karena penilain satu dengan yang lain 37tastisi berbeda, sehingga dilakukan uji Kolmogorov Smirnov. Model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi residual normal atau mendekati normal.⁴⁸

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah keadaan dimana terjadinya korelasi dari residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain yang disusun menurut runtun waktu. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah autokorelasi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test).⁴⁹ Uji Durbin Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Apabila nilai DW lebih besar daripada batas atas (upper bound U), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol. Artinya tidak ada autokorelasi positif.

⁴⁶ Suliyanto, Metode..., h.254-255.

⁴⁷ Duwi Priyatno, Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran, Yogyakarta: Gava Media, 2010, h. 54.

⁴⁸ Ibid., h. 58.

⁴⁹ Ibid., h. 75.

- b. Apabila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah (lower bound L) koefisiensi autokorelasi lebih besar dari pada nol. Artinya ada autokorelasi positif.
- c. Apabila nilai DW terletak di antara batas atas dan batas bawah, maka tidak dapat disimpulkan.⁵⁰

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel. Apabila korelasi antara dua variabel bebas lebih tinggi dibandingkan korelasi, maka salah satu atau kedua variabel bebas tersebut dengan variabel terikat. Uji multikolinearitas perlu dilakukan karena jumlah variabel independent lebih dari satu. Adanya statistik F dan koefisien determinasi yang signifikan namun diikuti dengan banyaknya statistik t yang tidak signifikan. Perlu diuji apakah sesungguhnya X_1 atau X_2 secara sendiri-sendiri tidak mempunyai pengaruh terhadap Y , atau adanya multikolinearitas yang serius menyebabkan koefisien mereka menjadi tidak signifikan. Apabila dengan menghilangkan salah satu, yang lainnya menjadi signifikan, besar kemungkinan ketidaksignifikanan variabel tersebut disebabkan adanya multikolinearitas yang serius. Pendeteksian multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance yang lebih kecil dari 0, 10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) lebih besar dari 10 maka dikatakan suatu variabel mempunyai masalah multikolinearitas. Sebaliknya, bila nilai VIF.⁵¹

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain atau disebut homoskedastisitas. Namun, dikatakan heteroskedastisitas bila adanya ketidaksamaan varians dari residual dalam semua pengamatan

⁵⁰ Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018, h. 115.

⁵¹ *Ibid.*, h. 123-124.

pada model regresi.⁵² Jika model regresi tidak memenuhi asumsi homoskedastisitas maka model regresi mengalami masalah heteroskedastisitas. Biasanya masalah heteroskedastisitas ini muncul dalam data cross section, walaupun dalam beberapa kasus muncul dalam data time series. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak ada masalah heteroskedastisitas. Kemudian, jika semua asumsi klasik dalam model regresi terpenuhi namun terdapat masalah heteroskedastisitas maka masalah tersebut akan berdampak pada model regresi yang di bangun, yaitu varian yang diperoleh cenderung membesar dan tidak lagi menjadi varian yang terkecil. Kecenderungan semakin membesarnya varian akan mengakibatkan uji hipotesis yang dilakukan tidak akan memberikan hasil yang baik (tidak valid). Jika sampel pengamatan jumlahnya kecil maka kesimpulannya akan semakin jelek. Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser, yaitu dengan membandingkan nilai $sig. > 0,05$ maka dapat diambil keputusan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.⁵³

3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda

Regressi linier berganda (multiple linier regression) merupakan pengembangan analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana hanya melibatkan satu variabel bebas, sedangkan regresi linier berganda terdiri dari beberapa variabel bebas yang digunakan untuk menjelaskan variabel terikat (dependent variable) lebih dari satu (bisa dua, tiga, dan seterusnya). Model regresi linier berganda lebih realitis dibandingkan regresi sederhana, karena dalam dunia nyata sangat masuk akal jika variable dependent dijelaskan oleh lebih dari satu variable independent.⁵⁴ Menurut Agusyana dan Islandscrip mendefinisikan regresi berganda merupakan model yang memiliki variabel bebas minimal dua atau lebih. Model untuk regresi berganda pada umumnya dapat ditulis melalui persamaan berikut:

⁵² Ansofino, dkk, Buku Ajar Ekonometrika, Yogyakarta: Deepublish, 2016, h.94.

⁵³ Widarto Rachbini dan Agus Herta Sumarto dan Didik J. Rachbini, Statistik Terapan: Cara Mudah dan Cepat Menganalisis Data, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, h. 111-112.

⁵⁴ Riyanto dan Uka Wikarya, Statistika Ekonomi dan Bisnis, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018, h. 173.

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

Keterangan:

Y = perilaku konsumtif (Variabel terikat/dependent)

X1 = e-money (Variabel bebas/independent)

X2 = literasi keuangan (Variabel bebas/independent)

X3 = gaya hidup (Variabel bebas/independent)

a = Bilangan Konstanta

b1 = Koefisien Regresi X1

b2 = Koefisien Regresi X2

b3 = Koefisien Regresi X3

e = Residual/error

Berdasarkan model diatas, tidak adanya batas maksimal berapa jumlah variabel independen yang diharuskan. Hanya saja untuk menjaga stabilitas variabel, jumlah variabel independen hendaknya tidak terlalu banyak. Dari sekian banyak metode peramal yang digunakan, metode regresi berganda merupakan salah satu metode yang paling banyak digunakan, baik oleh praktisi maupun akademisi.⁵⁵

3.5.4 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji t)

Uji t biasanya dikenal dengan uji persial atau uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi untuk mengetahui adanya pengaruh atau tidaknya. Artinya, apakah ada pengaruh antara masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t berfungsi sebagai penguji hipotesis secara persial saat menggunakan prosedur regresi linier berganda, dimana menggunakan variabel bebas atau prediktor lebih dari satu. Dalam pengujian ini dijelaskan variabel bebas (X) mana yang lebih cenderung berpengaruh pada variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai t_{hitung} (t_o) dengan t_{tabel} (t nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu: jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat

⁵⁵ Hendri Tanjung Abrista Devi, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Bekasi: Gramata Publishing, 2018, h. 133.

signifikansi tertentu, misalnya sebesar 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sebaliknya, jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.⁵⁶

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah satu parameter (b_i) sama dengan nol atau $H_0 : b_i = 0$. Artinya apakah suatu variabel independen bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis alternatifnya (H_a), parameter suatu variabel tidak sama dengan nol atau $H_a : b_i \neq 0$. Artinya variabel tersebut merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol atau $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = 0$, artinya tidak ada pengaruh variabel kebutuhan pada e-money (X_1), literasi keuangan (X_2), dan gaya hidup (X_3) terhadap perilaku konsumtif generasi milenial (Y). Selain itu, $H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq 0$, artinya ada pengaruh variabel kebutuhan pada e-money (X_1), literasi keuangan (X_2), dan gaya hidup (X_3) terhadap perilaku konsumtif generasi milenial (Y). Kemudian, dijelaskan simpulan dengan cara melihat tabel Anova dalam kolom signifikansi, bila probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak.⁵⁷

Nilai F terdapat dalam Anova adalah nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis secara simultan. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F hitung dengan F tabel (F nilai kritis) dengan menggunakan ketentuan, yaitu: jika nilai F hitung $>$ F tabel dengan tingkat signifikansi tertentu, misalnya sebesar 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sebaliknya jika nilai F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Nilai F berbanding lurus dengan nilai R^2 . Dengan demikian,

⁵⁶ Jonathan Sarwono, Statistik untuk Riset Skripsi, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018, h. 19.

⁵⁷ Mudrajat Kuncoro, Metode Kuantitatif..., h. 107-108.

jika nilai R^2 semakin besar, maka nilai F juga semakin besar. Sebaliknya jika nilai R^2 semakin kecil, maka nilai F juga semakin kecil. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pengujian hipotesis dengan nilai F tidak hanya berfungsi sebagai pengujian signifikansi keseluruhan regresi yang diestimasi, tetapi juga untuk pengujian signifikansi nilai R^2 .⁵⁸

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent (X) dalam menjelaskan variasi variabel dependent (Y) amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtut waktu biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi (R^2) adalah bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependent.⁵⁹

Pengukuran proporsi varian variabel tergantung dengan rata-ratanya yang dapat dijelaskan oleh variabel bebas atau prediktornya. Jika nilai ini semakin besar (mendekati 1), maka prediksi yang dibuat semakin akurat. Rentang nilai R square ialah antara 0-1. Nilai ini selalu positif dan merupakan salah satu nilai dalam regresi linear yang dijadikan sebagai acuan kecocokan model regresi. Nilai R square dikatakan baik bila di atas 0,05, karena terkisar antara 0-1. Nilai R square mendekati 1 mempunyai makna kecocokan model regresi semakin benar, sebaliknya jika nilainya mendekati 0, maka model regresi semakin tidak layak.⁶⁰

⁵⁸ Jonathan Sarwono, Statistik..., h. 18.

⁵⁹ Mudrajad Kuncoro, Metode Kuantitatif..., h. 109.

⁶⁰ Jonathan Sarwono, Statistik..., h. 15-16

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Profil Kecamatan Tulis Kabupaten Batang

Kecamatan Tulis berbatasan langsung dengan Laut Jawa, Kecamatan Subah, Kecamatan Bandar, dan Kecamatan Kandeman. Jarak dari ibukota Kecamatan Tulis dengan lokasi Kantor Camat berada di Desa Tulis ke ibukota Kabupaten Batang sekitar 12,0 km dan lokasi kantor desa terjauh yaitu Desa Manggis dengan jarak sekitar 15 km. Sedangkan ibukota kabupaten/kota lain terdekat yaitu Kota Pekalongan dengan jarak sekitar 19,0 km. Wilayah Kecamatan Tulis berbatasan dengan laut dan ketinggian rata-rata wilayah adalah 51 mdpl.

Luas wilayah Kecamatan Tulis mencapai 4.508,78 ha dengan desa terluas yaitu Desa Kenconorejo 627,0 ha dan desa terkecil yaitu Desa Sembojo 96 ha. Berdasarkan laporan desa pada tahun 2020, total luas tanah sawah di kecamatan ini mencapai 1.334,12 ha dengan desa yang memiliki luas tanah sawah terbesar ada di Desa Kenconorejo yaitu mencapai 182,72 ha.

Kecamatan Tulis memiliki 17 desa yang terdiri dari 57 dusun, 52 RW dan 175 RT. Jumlah RT terbanyak dimiliki oleh Desa Tulis yaitu sebanyak 19 RT, sedangkan yang paling sedikit di Desa Posong, Desa Sembojo dan Desa Manggis sebanyak 4 RT. Kantor Camat Tulis terletak di Jalan Raya Kaliboyo No. 1, Desa Kaliboyo dengan kode pos 51261.

Tabel 4.1
Jumlah Dusun, RW dan RT di Kecamatan Tulis

No	Desa	Dusun	RW	RT
1	Tulis	4	4	19
2	Wringingintung	5	4	15
3	Posong	3	1	4
4	Sembojo	4	2	4

5	Beji	3	4	11
6	Kaliboyo	3	3	9
7	Simbangdesa	5	5	16
8	Simbangjati	3	3	5
9	Ponowareng	2	2	12
10	Kenconorejo	4	4	14
11	Kedungsegog	4	4	9
12	Manggis	2	1	4
13	Jolosekti	4	3	9
14	Siberuk	2	2	4
15	Kebumen	4	5	13
16	Cluwuk	2	2	6
17	Jrakahpayung	3	3	17
	Jumlah	57	52	175

Sumber: BPS

Berdasarkan hasil pendataan Sensus Penduduk 2020, jumlah penduduk Kecamatan Tulis tahun 2020 mencapai 38.785 jiwa yang terdiri dari 19.365 laki-laki dan 19.420 perempuan. Rasio jenis kelamin penduduk Kecamatan Tulis sebesar 99,72 menggambarkan bahwa jumlah penduduk perempuan lebih banyak daripada jumlah penduduk laki-laki. Desa Tulis mempunyai penduduk 5.181 jiwa terbanyak dibandingkan desa yang lainnya, sedangkan Desa Manggis mempunyai penduduk paling sedikit yaitu 769 jiwa.

Kepadatan penduduk menunjukkan jumlah rata-rata penduduk pada setiap km². Peningkatan jumlah penduduk memberi dampak semakin padatnya penduduk di suatu wilayah. Kepadatan penduduk Kecamatan Tulis pada tahun 2020 mencapai 860 jiwa/km². Wilayah terpadat ada di Desa Tulis yaitu 1.518 jiwa/km² sedangkan wilayah dengan kepadatan penduduk terendah berada di Desa Manggis yaitu 231 jiwa/km².

4.1.2 Visi dan Misi Kecamatan Tulis Kabupaten Batang

1. Visi

Mewujudkan pelayanan kepada masyarakat di bidang pemerintahan dan kemasyarakatan secara prima

2. Misi

- 1) Menyelenggarakan sistem pelayanan prima sesuai kebutuhan masyarakat dilakukan secara tertib, cepat dan transparan.
- 2) Meningkatkan kemampuan aparatur pemerintah kecamatan dalam meningkatkan penyelenggaraan pemerintahan umum di wilayah melalui pembinaan dan pengawasan penyelenggaraan pemerintahan desa.
- 3) Meningkatkan koordinasi dan kerjasama antara aparat kecamatan dengan aparat tingkat kabupaten, desa dan masyarakat dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan.
- 4) Meningkatkan pembinaan UKM yang ada dimasyarakat untuk membangkitkan perekonomian di desa menuju masyarakat yang sejahtera.

4.2 Uji Kelayakan Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui sebuah kuesioner yang telah dibagikan dianggap layak atau tidak untuk pengujian hipotesis. pengujian validitas dilakukan pada empat variabel yaitu gaya hidup, religiulitas, literasi keuangan dan perilaku konsumtif. pengujian ini dilakukan dengan korelasi bivariate antara score butir pertanyaan dengan totalnya. dengan ketentuan jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka dikatakan valid, namun jikan nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak valid.⁶¹

⁶¹Afifatun Nisa', "Pengaruh Pengetahuan Perpajakan Kesadaran Wajib Pajak Dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)", Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2016, Hal. 53.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item pernyataan	Sig. (2-tailed)	Taraf Sig. (2-tailed)	Keterangan
E-Money	X1.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X1.2	0,000		Valid
	X1.3	0,000		Valid
	X1.2	0,000		Valid
Literasi Keuangan	X2.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X2.2	0,000		Valid
	X2.3	0,000		Valid
	X2.4	0,000		Valid
	X2.5	0,000		Valid
	X2.6	0,000		Valid
	X2.7	0,000		Valid
Gaya Hidup	X3.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	X3.2	0,000		Valid
	X3.3	0,000		Valid
	X3.4	0,000		Valid
Perilaku Konsumtif	Y.1	0,000	0,05 (5%)	Valid
	Y.2	0,000		Valid
	Y.3	0,000		Valid
	Y.4	0,000		Valid
	Y.5	0,000		Valid
	Y.6	0,000		Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item pernyataan setiap variabel dinyatakan valid. karena memiliki nilai Sig. (2-tailed) < 0,05.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk pengujian seberapa konsisten seperangkat pengukuran mengukur secara konsisten suatu konsep yang diukur.⁶² Uji Reliabilitas merupakan suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk diinginkan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel apabila jawaban dari responden konsisten dari waktu ke waktu. Dalam pengujian reliabilitas penelitian ini menggunakan formula Cronbarch Alpha > 0,06.⁶³

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
E-Money (X ₁)	0,726	Reliabel
Literasi Keuangan (X ₂)	0,875	Reliabel
Gaya Hidup (X ₃)	0,682	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,758	Reliabel

Dari hasil diatas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel dinyatakan reliabel dikarenakan nilai Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga kuesioner ini layak menjadi alat ukur dalam penelitian.

4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel bebas dan variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

⁶² Sugiyono, Statistika Untuk Penelitian, Bandung : Alfabeta, 2012, Hal. 228.

⁶³ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8, Undip, Semarang, 2016

Tabel 4.4
Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.387	3.124		3.325	.001
	E-MONEY (X1)	.436	.154	.262	2.840	.006
	LITERASI KEUANGAN (X2)	-.226	.080	-.278	-2.821	.006
	GAYA HIDUP (X3)	.471	.159	.291	2.967	.004

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Tabel diatas dapat diketahui hasil analisis regresi berganda untuk variabel e-money sebesar 0,436, variabel literasi keuangan sebesar -0,226 dan variabel gaya hidup sebesar 0,471. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh

$$Y = 10,387 + 0,436X_1 - 0,226X_2 + 0,471X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda, diketahui:

1. Nilai konstan (a) sebesar 10,387 artinya jika variabel e-money (X1), literasi keuangan (X2) dan gaya hidup (X3) nilainya adalah 0 (nol), maka variabel perilaku konsumtif berada pada angka 10,387.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel *electronic money* adalah 0,436 bernilai positif. Artinya *electronic money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Jika variabel *electronic money* (X1) ditingkatkan maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan meningkat.
3. Nilai koefisien regresi dari variabel literasi keuangan adalah 0,226 bernilai negatif. Artinya literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Jika variabel literasi keuangan (X2) ditingkatkan maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan menurun.
4. Nilai koefisien regresi dari variabel gaya hidup adalah 0,471 bernilai positif. Artinya gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Jika variabel

gaya hidup (X3) ditingkatkan maka variabel perilaku konsumtif (Y) akan meningkat.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas berdistribusi normal atau tidak normal. Pengujian ini dilakukan dengan cara uji ststistik non-parametrik One Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) dan dibantu Program SPSS Versi 22. Dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih besar dari tingkat alpha 5% Sig. (2- tailed) maka hasil berdistribusi normal.⁶⁴

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61885706
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.066
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

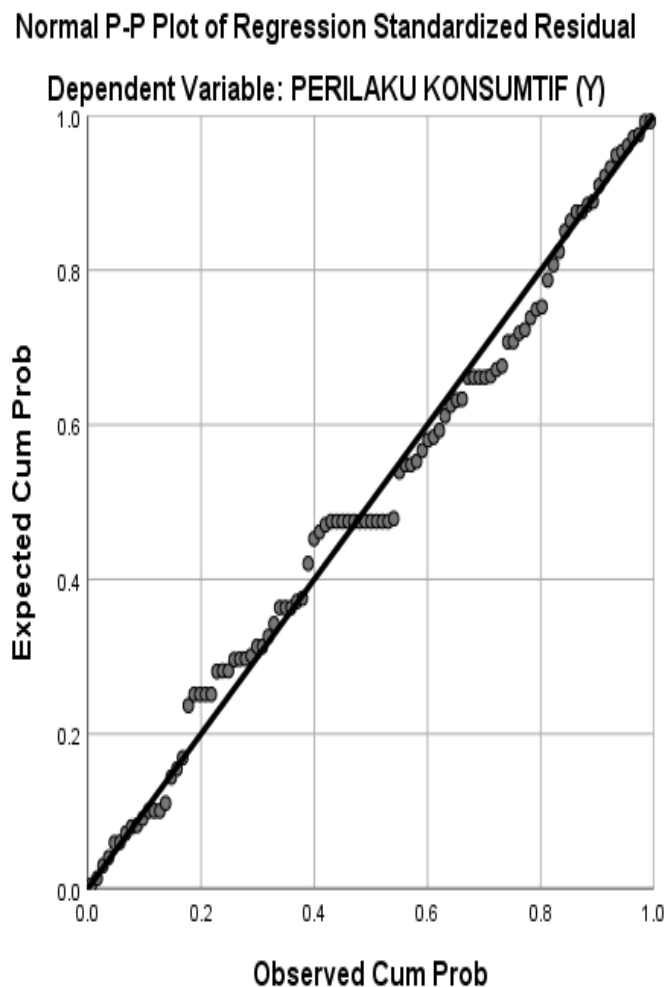
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

⁶⁴ Dwi Priyatno, SPSS 22 Pengelohan Data Terpraktis, Yogyakarta : CV Andi Offset, 2014

Berdasarkan hasil uji normalitas Asymp Sig. (2-tailed) memperoleh nilai sebesar 0,200, dan hasil itu menunjukkan bahwa dalam model regresi ini data dikatakan berdistribusi normal karena $> 0,05$.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas dengan Probability Plot data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila data atau titik-titik menyebar jauh dari arah garis dan tidak mengikuti arah garis diagonal.



Dari hasil tabel normal P-P Plot of Regression Standarized Residual diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Sehingga data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. pengujian ini menggunakan bantuan dari Software Program SPSS Versi 22. dengan ketentuan jika VIF kurang dari 10 atau tolerance lebih dari 0,10 maka dinyatakan bebas dari multikolinearitas.⁶⁵

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	E-MONEY (X1)	.622	1.607
	LITERASI KEUANGAN (X2)	.549	1.822
	GAYA HIDUP (X3)	.554	1.806

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Dari hasil uji multikolinearitas nilai tolerance dari ketiga variabel bebas lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. dengan hal ini disimpulkan bahwa model regresi tersebut bebas dari masalah multikolinearitas sehingga layak digunakan untuk penelitian.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu ke pengamatan lainnya. pengujian ini menggunakan bantuan Software

⁶⁵ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005, Hal.206

Program SPSS Versi 22, dengan nilai ketentuan jika nilai probabilitas > 0,05 dalam arti bebas dari heteroskedastisitas.⁶⁶ Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model						
1	(Constant)	1.288	1.156		1.115	.268
	E-MONEY (X1)	.029	.057	.065	.504	.615
	LITERASI KEUANGAN (X2)	-.022	.030	-.103	-.746	.457
	GAYA HIDUP (X3)	-.046	.059	-.106	-.776	.440

a. Dependent Variable: AbsRES

Berdasarkan hasil dari output SPSS memperoleh nilai signifikansi variabel independen X1 sebesar 0,615, X2 sebesar 0,457, dan X3 sebesar 0,440 yang artinya bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas atau variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

4.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel bebas dengan

⁶⁶ Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : Badan Penerbit UNDIP, 2005, Hal. 301

variabel terikat. Uji hipotesis model regresi linear berganda dalam penelitian ini dibantu dengan Software Program SPSS Versi 22 yang meliputi uji koefisien determinasi (R^2), uji F (F-Test), dan uji t (T-Test).

4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dalam uji koefisien determinasi atau (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. koefisien determinasi dihitung dengan mengkuadratkan koefisien korelasi (R), dengan ketentuan jika nilai R^2 mendekati 1 maka variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁶⁷

Tabel 4.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.479	1.64422

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Berdasarkan hasil output spss diketahui bahwa Adjusted R Square sebesar 0,479. Besarnya angka koefisien determinasi (R^2) 0,479 sama dengan 47,9% yang artinya bahwa variabel e-money, literasi keuangan dan gaya hidup, mempengaruhi variabel perilaku konsumtif sebesar 47,9% dan sisanya 52,1% telah dipengaruhi oleh variabel diluar model regresi lain.

⁶⁷ Imam Ghazali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS, Edisi Ketiga, Semarang : UNDIP, 2005, Hal. 97

4.5.2 Uji F (F-Test)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen.⁶⁸ Dengan ketentuan apabila signifikansi < 0,05 maka variabel bebas secara bersama berpengaruh terhadap variabel terikat dalam arti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.9
Hasil Uji F (F-Test)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252.161	3	84.054	31.091	.000 ^b
	Residual	256.828	95	2.703		
	Total	508.990	98			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang artinya < 0,05 (5%). Dengan ini dapat disimpulkan variasi nilai variabel bebas atau variabel independen dapat menjelaskan variasi nilai dependen, sehingga variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan religiulitas secara bersama berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif.

4.5.3 Uji t (t-Test)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen dalam menerangkan variabel dependen secara individu.

⁶⁸ Anton Bawono, *Multivariate Analisis Dengan SPSS*, Salatiga, STAIN Salatiga Press, 2006, Hal. 91.

Pengujian regresi digunakan untuk menguji dua arah (two tailed test) dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Dalam pengambilan keputusan pada uji t-test dengan asumsi yaitu apabila nilai signifikansi t hitung lebih besar dari 0,05 (signifikansi t hitung > 0,05) maka H_0 diterima, begitu pula sebaliknya. jika nilai signifikansi < 0,05 maka H_0 ditolak dan terdapat pengaruh secara persial antara variabel bebas dan variabel terikat. Adapun hasil hipotesis dalam pengujian penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji t (t-Test)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.387	3.124		3.325	.001
	E-MONEY (X1)	.436	.154	.262	2.840	.006
	LITERASI KEUANGAN (X2)	-.226	.080	-.278	-2.821	.006
	GAYA HIDUP (X3)	.471	.159	.291	2.967	.004

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa pengolahan data dari ketiga variabel independen yang dimasukkan ke dalam model regresi maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai t dari dari e-money adalah t_{hitung} sebesar 2,840 > t_{tabel} 1, 66 dengan angka signifikan sebesar 0,006 < 0,05. Hal ini menunjukkan hipotesis yang mengatakan e-money berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang adalah diterima.

2. Nilai t dari literasi keuangan adalah t_{hitung} sebesar $-2,821 > t_{tabel}$ 1, 66 dengan angka signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis yang mengatakan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang adalah diterima.
3. Nilai t dari gaya hidup adalah t_{hitung} sebesar $2,967 > t_{tabel}$ 1, 66 dengan angka signifikan sebesar $0,004 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hipotesis yang mengatakan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang adalah diterima.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Electronic Money* terhadap Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan, bahwa *electronic money* berpengaruh positif (dengan nilai koefisien 0,436) dan signifikan pada α (5%) (dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$) terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Artinya, jika penggunaan *electronic money* ditingkatkan maka perilaku konsumtif akan meningkat. Hal ini karena *electronic money* merupakan salah satu perkembangan *financial technology* yang sedang trend saat ini yang dapat memberikan manfaat berupa memberikan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi-transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai yang mendorong mahasiswa cenderung berperilaku konsumtif.

Hasil analisis yang telah dilakukan sebagian besar generasi milenial menjawab pada pertanyaan kuesioner terbuka bahwa mereka akan lebih mudah 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 *e-money* mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rorin dan Ria (2020) dengan judul “Analisis Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi

Universitas Indraprasta PGRI' diketahui bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan, bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif (dengan nilai koefisien -0,226) dan signifikan pada α (5%) (dengan nilai signifikan $0,006 < 0,05$) terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Artinya literasi keuangan dan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang searah, jika tingkat literasi keuangan semakin meningkat, maka akan berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti W (2016). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu penelitian Riskayanti (2020) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.

Generasi milenial dengan literasi keuangan yang baik, dapat terhindar dari perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan mereka memiliki anggaran dan prioritas dalam pengelolaan keuangan. Selain itu mereka memiliki rencana keuangan dimasa depan. Sehingga mayoritas memiliki tabungan atau investasi untuk menjaga hartanya. Hal ini menjadikan mereka lebih selektif dalam perilaku konsumsinya dan terhindar dari perilaku konsumtif.

3. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini, dari hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif (dengan nilai koefisien 0,471) dan signifikan pada α (5%) (dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$) terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Artinya jika variabel gaya hidup ditingkatkan maka variabel perilaku konsumtif secara signifikan akan meningkat. Jadi, semakin tinggi gaya hidup generasi milenial akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Hasil analisis yang telah dilakukan kepada mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara, pada pertanyaan kuesioner terbuka sebagian besar generasi milenial menyatakan bahwa gaya hidup harus dipenuhi untuk

mengekspresikan diri dan mengikuti perkembangan jaman. Oleh sebab itu, semakin berlebihan gaya hidup generasi milenial maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kanserina (2015), dan Pristian (2016) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel e-money (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai $t_{hitung} 2,840 > t_{tabel} 1,66$ yang artinya jika variabel electronic money ditingkatkan maka variabel perilaku konsumtif secara signifikan akan meningkat.
2. Variabel Literasi Keuangan (X2) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,006 < 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai $t_{hitung} -2,821 > t_{tabel} 1,66$. Pengaruh literasi keuangan bersifat negatif, ditunjukkan dengan nilai t_{tabel} negatif (-). Sehingga apabila literasi keuangan generasi milenial mengalami kenaikan, maka akan menurunkan perilaku konsumtif generasi milenial, begitu pula sebaliknya.
3. Variabel Gaya Hidup (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang. Hal ini ditunjukkan dari nilai sig sebesar $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut juga didukung dengan nilai $t_{hitung} 2,967 > t_{tabel} 1,66$. Sehingga gaya hidup yang tinggi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang tinggi. Begitu pula sebaliknya, gaya hidup yang rendah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan terhadap generasi milenial di Kecamatan Tulis Kabupaten Batang maka saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi generasi milenial disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku konsumsi agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah meningkatkan tingkat literasi keuangan, bijak menggunakan

electronic money, dan memperkuat kontrol diri dalam diri sehingga dapat mengontrol dan mengendalikan pembelian impulsif.

2. Bagi pemerintah disarankan agar lebih sering mengadakan edukasi mengenai literasi keuangan berupa seminar, workshop dan gerakan yang dapat memicu masyarakat khususnya generasi milenial untuk memahami dan menerapkan pentingnya literasi keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel lain yang dianggap dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu ruang lingkup dari penelitian diperluas lagi sehingga pengambilan sampel dapat lebih beragam dan bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, Yuriatul. Eka Syahputra Yogi. 2016. Analisis Tingkat Literasi Keuangan, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*. Vol. 1. No. 2. Hal.236.
- Aneke Nurdian Dwi Sari, dkk., “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumen”, *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 6, No. 1, 2020, h. 2.
- Ansofino, dkk, *Buku Ajar Ekonometrika*, Yogyakarta: Deepublish, 2016
- Astuti, R. P. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, 3, 50.
- Duwi Priyatno, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*, Yogyakarta: Gava Media, 2010
- Elfina Putri Nanda Hasibuan. 2009. *Hubungan antara Gaya Hidup Brand Minded dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri*. Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara.
- Eva Melita Fitria, Dampak Online Shop di Instagram dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda, *Jurnal Ilmu Komunikasi Vol1 No 2*, 2015, h. 121
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *Jurnal pendidikan Bisnis dan Ekonomi*, 4(1), 12.
- Fitriarianti, Baiq. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Pendapatan terhadap Keputusan Berinvestasi. Vol 1 No 1. Universitas Pamulang, *Journal Management*.
- Hariyanto, P. (2015). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Journal Psikologi*, 3(2).
- Hendri Tanjung Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Bekasi: Gramata Publishing, 2018

- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8*, Undip, Semarang, 2016
- Imawati, I., Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program Ips Sma Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/ 2013, *Journal Management*, Vol. 2, No.1, 2013, Hal. 48
- Jonathan Sarwono, *Statistik untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018.
- Kaharu, Debora. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5. No.3. Hal.3.
- Krisdiantoro, D., Susanto, & Maryati, T. (2016). Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Journal Management*.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(1).
- Mimelientesa Irman, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Financial Literacy di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Riau (UMRI) Pekanbaru, *Journal Economic, Business and Accounting (COSTING)*, Vol. 1, No. 2, 2018, h. 183.
- Mowen, Minor, M., 2008. *Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga. Hal 81.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2018
- Nugroho J. Setiadi, 2015. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer para Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenadamedia Group, h. 10-14.
- Novi Yushita, Amanita. 2017. Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*. Vol.6. No. 1. Hal 13.
- Okky Dikria dan Sri Umi Mintarti, Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 9, No. 2, 2016, h. 132.

- Prasetyaningsih, Rizka Fitri. 2018. “*Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin, dan Jurusan terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*”. Skripsi. Yogyakarta : Universitas Negeri Yogyakarta.
- Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik.
- Ramadhani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Drbit dan Uang Elektronik (E-money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, 8(1).
- Riduwan, 2009. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Riyanto dan Uka Wikarya, *Statistika Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018
- Suliyanto, *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi*, Yogyakarta: Andi Offset (Anggota IKAPI), 2018
- Sugiyono, 2015, *Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, Cet. Dua Puluh Dua, Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikonto, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: PT. Rineka Cipta,
- Tri Anggraini, Ranti,. Fauzan Heru Santhoso,. 2017. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychologi*. Vol. 3(1). Universitas Gadjah Mada. Hal. 131-140
- Tim Febi UIN Walisongo Semarang, *Panduan Penulisan Skripsi*, Semarang: Basscom Creave, 2018,
- Utami, S. S., & Kusumawati, B. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan E-Money. *Balanve*, 14(2).

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KECAMATAN TULIS KABUPATEN BATANG

Responden Yth,

Saya mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, memohon kesediaan Saudara/i sebagai pengguna electronic money dalam mengisi kuesioner penelitian ini dengan penilaian secara objektif. Data dari Saudara/i akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Informasi yang Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Umur :

Pernah/sedang menggunakan Electronic Money (Ovo, Gopay, Dana, Brizi, Shopeepay, dll)

Ya

Tidak

Electronic money yang pernah atau sedang digunakan :

PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan-pernyataan berikut ini dengan cermat sebelum anda menjawabnya.
2. Berilah tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan hati nurani anda, yaitu:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. E-MONEY

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Menggunakan e-money meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (tidak perlu membawa uang tunai)				
2	E-money sering menawarkan keuntungan tambahan (discount atau cashback) saat menyelesaikan transaksi				
3	Menggunakan e-money mempermudah transaksi pembayaran dan praktis tanpa menerima uang kembalian				
4	Menggunakan e-money memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran				

B. LITERASI KEUANGAN

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
	Pengetahuan umum keuangan				
5	Perbedaan Bank Konvensional dengan Bank Syariah adalah Bank syariah menggunakan sistem bagi hasil, sedangkan				

	bank konvensional menggunakan sistem bunga				
6	Fungsi dan tugas Otoritas Jasa Keuangan (OJK) adalah menyelenggarakan sistem pengaturan dan pengawasan yang terintegritas terhadap keseluruhan kegiatan dalam sektor jasa keuangan				
	Pengetahuan manajemen uang				
7	Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi				
	Pengetahuan mengenai tabungan dan investasi				
8	Perbedaan tabungan dan deposito yaitu deposito untuk investasi, sedangkan tabungan untuk menabung (tabungan biasa)				
9	Salah satu keuntungan yang akan diterima jika berinvestasi saham yaitu dividen.				
	Pengetahuan mengenai risiko				
10	Meminimalisasi risiko kerugian termasuk manfaat asuransi.				
11	Asuransi jiwa merupakan produk asuransi yang memberikan perlindungan kepada keluarga seandainya suatu saat nanti pemegang asuransi meninggal.				

C. GAYA HIDUP

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
12	Saya mengisi waktu luang bersama teman dengan jalan-jalan (hangout) di coffee shop, cafe atau mall				

13	Saya suka mengikuti trend fashion dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya				
14	Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (branded) dibandingkan produk tidak bermerk				
15	Menurut saya produk mahal bermerk (branded) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi				

D. PERILAKU KONSUMTIF

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16	Apabila ada penawaran diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum terlalu dibutuhkan.				
17	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan trendy.				
18	Saya tertarik membeli dan menggunakan produk yang diiklankan oleh artis/influencer idola saya.				
19	Saya memiliki dua barang atau lebih (gadget, jam tangan, sepatu, tas, kosmetik, dll) yang sejenis dengan merek yang berbeda				
20	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal				

Lampiran 2

Tabulasi Data

E-money (X₁)

RECONDEN	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
1	3	2	3	2	10
2	3	3	4	4	14
3	3	3	3	3	12
4	3	3	3	3	12
5	4	4	4	4	16
6	3	3	3	3	12
7	3	3	3	3	12
8	3	3	3	4	13
9	3	3	4	3	13
10	3	4	3	3	13
11	4	4	4	3	15
12	3	3	3	3	12
13	3	3	3	3	12
14	3	4	3	3	13
15	3	3	3	3	12
16	3	3	3	3	12
17	3	3	3	3	12
18	3	3	3	3	12
19	3	3	4	3	13
20	3	3	3	3	12
21	3	2	2	3	10
22	2	4	2	4	12
23	3	3	3	3	12
24	3	3	3	3	12
25	4	3	3	4	14
26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	3	12
30	3	3	3	3	12
31	3	3	3	3	12
32	2	3	3	3	11
33	3	3	3	4	13
34	3	2	3	3	11
35	3	3	3	3	12
36	4	3	3	3	13
37	3	3	3	3	12
38	3	3	3	3	12

Gaya Hidup (X₃)

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
4	3	3	3	13
3	3	3	4	13
4	3	3	3	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
2	3	2	3	10
3	3	3	3	12
4	3	3	3	13
4	4	4	3	15
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
2	2	3	3	10
2	2	3	4	11
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
4	3	4	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
4	3	3	3	13

39	4	3	4	4	15
40	3	3	3	3	12
41	3	4	3	4	14
42	3	3	3	3	12
43	3	4	3	4	14
44	3	3	3	3	12
45	3	2	3	3	11
46	3	3	3	3	12
47	3	3	3	4	13
48	3	3	3	4	13
49	3	3	3	3	12
50	3	3	3	3	12
51	3	2	2	3	10
52	3	2	2	3	10
53	3	3	3	3	12
54	3	3	3	3	12
55	3	3	3	3	12
56	4	3	3	3	13
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	3	3	4	3	13
61	4	3	3	4	14
62	3	3	3	3	12
63	3	3	3	3	12
64	4	4	4	4	16
65	4	3	3	3	13
66	4	3	3	3	13
67	3	3	3	3	12
68	3	3	3	4	13
69	4	3	3	4	14
70	4	3	3	2	12
71	3	3	3	3	12
72	3	3	3	3	12
73	3	3	3	3	12
74	3	4	3	4	14
75	3	4	2	3	12
76	4	4	3	3	14
77	2	3	3	3	11
78	4	4	4	4	16
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	3	3	3	3	12
82	3	3	3	2	11
83	3	3	3	3	12

3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	3	3	3	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	3	2	12
4	3	3	3	13
3	3	2	3	11
3	3	2	3	11
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	2	13
4	4	3	3	14
3	3	3	4	13
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	2	3	11
2	3	3	4	12
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
3	3	4	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
2	3	3	3	11
4	4	4	4	16
3	4	3	3	13
3	4	3	3	13
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12

84	3	3	3	3	12
85	3	3	3	3	12
86	4	3	3	3	13
87	3	3	3	3	12
88	4	3	3	3	13
89	3	3	3	3	12
90	3	3	3	3	12
91	3	3	3	3	12
92	3	3	3	3	12
93	4	3	3	3	13
94	3	3	3	3	12
95	3	3	2	3	11
96	4	4	4	4	16
97	3	3	3	3	12
98	3	3	3	3	12
99	3	3	3	3	12

3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	3	3	14
3	3	3	3	12
4	3	3	4	14
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
3	3	2	4	12
3	3	3	3	12
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	3	4	15
4	3	2	4	13

Literasi Keuangan (X₂)

RESPONDEN	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
1	2	3	3	2	2	2	2	16
2	1	2	2	2	3	2	2	14
3	1	2	2	3	2	1	2	13
4	2	2	2	3	2	2	1	14
5	1	1	1	1	1	1	2	8
6	1	2	1	2	1	1	2	10
7	2	2	1	2	2	2	2	13
8	1	2	2	2	2	1	2	12
9	2	2	2	2	1	2	2	13
10	2	2	2	2	2	2	2	14
11	3	3	2	1	2	1	1	13
12	2	2	2	2	2	2	2	14
13	2	1	1	2	2	2	2	12
14	2	2	2	2	1	2	2	13
15	2	2	2	2	2	2	2	14
16	2	2	2	2	2	2	2	14
17	2	2	2	3	1	1	1	12
18	2	2	2	3	3	3	2	17
19	2	2	1	2	2	1	2	12
20	1	1	2	2	2	2	2	12
21	2	2	2	2	2	2	3	15
22	2	3	2	2	3	2	3	17
23	2	2	2	2	2	2	2	14
24	1	2	1	2	1	2	2	11

25	1	2	2	1	1	2	1	10
26	2	2	2	2	2	2	2	14
27	2	2	2	2	2	2	2	14
28	1	1	1	1	1	1	1	7
29	2	2	2	2	2	2	2	14
30	2	2	2	2	2	2	2	14
31	2	2	1	1	1	1	2	10
32	1	2	1	1	2	1	2	10
33	2	1	2	2	1	2	2	12
34	2	2	2	2	2	2	2	14
35	2	2	2	2	2	2	2	14
36	2	1	1	2	1	1	1	9
37	2	2	2	2	2	2	1	13
38	2	2	2	2	1	2	2	13
39	1	1	1	2	1	1	2	9
40	2	2	2	2	2	2	2	14
41	1	2	1	1	2	1	2	10
42	2	2	2	2	2	2	2	14
43	2	1	1	1	1	2	2	10
44	2	2	2	2	2	2	2	14
45	2	2	2	2	2	2	2	14
46	2	2	2	2	2	2	2	14
47	1	2	1	2	2	1	2	11
48	1	2	1	2	2	2	2	12
49	2	4	2	2	2	2	1	15
50	3	3	2	4	2	2	1	17
51	2	2	2	2	3	2	2	15
52	2	3	2	2	3	2	2	16
53	2	2	1	2	2	2	2	13
54	2	1	1	2	2	2	2	12
55	1	2	3	1	1	1	2	11
56	2	2	2	2	2	2	2	14
57	1	1	1	1	1	1	1	7
58	2	3	2	3	2	2	2	16
59	2	2	2	2	1	1	1	11
60	2	1	1	1	2	2	2	11
61	2	1	1	1	1	2	1	9
62	2	2	2	2	2	2	2	14
63	2	2	2	2	2	2	2	14
64	1	1	1	1	1	1	1	7
65	1	2	2	1	1	2	3	12
66	2	2	2	2	3	2	2	15
67	2	2	2	2	2	2	2	14
68	1	1	1	2	2	1	2	10
69	1	1	1	1	2	2	1	9

70	2	2	2	1	2	2	2	13
71	2	2	2	2	2	2	2	14
72	2	2	2	2	2	2	2	14
73	2	2	2	2	2	2	2	14
74	1	1	2	1	1	1	1	8
75	3	2	3	3	3	2	2	18
76	2	2	2	2	2	2	1	13
77	2	3	2	2	1	2	2	14
78	1	1	1	1	1	1	1	7
79	2	2	2	2	2	2	2	14
80	2	2	2	2	2	2	2	14
81	1	2	2	2	1	1	1	10
82	2	2	2	3	2	2	2	15
83	2	2	2	2	3	2	3	16
84	2	2	2	2	2	2	2	14
85	2	2	2	2	2	2	2	14
86	2	1	2	1	2	1	2	11
87	2	2	2	2	2	2	2	14
88	2	1	1	1	1	1	1	8
89	2	2	2	2	2	2	2	14
90	2	2	1	2	2	2	2	13
91	2	2	1	2	3	2	4	16
92	2	2	2	2	2	2	2	14
93	2	2	2	2	2	2	1	13
94	2	2	2	2	3	2	2	15
95	2	2	2	2	2	2	2	14
96	1	1	1	1	1	1	1	7
97	2	2	2	2	3	2	3	16
98	2	2	1	2	2	2	2	13
99	3	3	3	3	3	3	3	21

Perilaku Konsumtif (Y)

RESPONDEN	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	TOTAL
1	3	2	4	3	3	3	18
2	3	3	4	3	4	3	20
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	3	4	23
6	3	3	4	4	4	3	21
7	3	3	4	3	4	3	20
8	3	4	3	4	3	4	21
9	3	3	4	4	4	4	22
10	4	4	4	3	3	3	21

11	3	3	1	3	3	2	15
12	3	3	3	4	3	3	19
13	4	3	4	4	3	3	21
14	3	3	4	3	4	2	19
15	3	2	3	3	3	3	17
16	3	2	2	4	2	4	17
17	3	3	4	2	3	3	18
18	4	2	2	2	3	3	16
19	3	3	2	3	2	2	15
20	3	3	2	3	3	2	16
21	4	3	4	3	2	2	18
22	3	3	2	3	2	2	15
23	3	2	3	3	3	2	16
24	4	4	3	3	3	3	20
25	3	3	3	3	3	4	19
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	4	4	4	3	3	3	21
29	3	2	3	2	3	3	16
30	3	3	3	3	3	2	17
31	3	4	3	3	3	3	19
32	4	4	4	4	3	4	23
33	3	3	3	4	3	4	20
34	3	3	3	2	3	3	17
35	3	2	3	3	3	3	17
36	3	3	3	3	3	3	18
37	4	3	4	3	3	4	21
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	4	19
40	3	3	3	3	3	3	18
41	4	4	4	3	4	4	23
42	3	4	3	4	3	3	20
43	3	3	3	3	3	4	19
44	3	3	3	3	2	3	17
45	3	3	2	3	3	3	17
46	3	3	3	3	3	3	18
47	4	4	4	4	3	3	22
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	4	19
50	3	3	3	3	3	4	19
51	3	2	3	3	3	3	17
52	3	2	3	3	3	3	17
53	4	2	3	3	3	3	18
54	4	3	3	3	3	4	20
55	3	3	3	3	3	4	19

56	3	3	3	3	3	3	18
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	4	4	4	4	4	23
59	4	3	4	4	4	4	23
60	3	4	4	3	3	4	21
61	4	3	3	4	4	4	22
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	3	3	3	3	3	18
66	4	4	4	3	3	3	21
67	3	3	3	3	3	3	18
68	4	3	4	3	3	3	20
69	4	4	3	3	4	4	22
70	3	3	3	3	4	3	19
71	3	3	3	2	2	3	16
72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	3	3	4	4	3	20
74	4	3	2	3	2	3	17
75	3	2	2	3	3	2	15
76	3	4	4	4	3	4	22
77	4	3	3	3	3	3	19
78	4	4	4	4	4	4	24
79	3	3	3	3	3	3	18
80	3	3	3	3	3	3	18
81	3	3	3	4	3	3	19
82	3	3	3	3	3	3	18
83	3	2	3	2	1	3	14
84	3	3	3	3	3	3	18
85	3	3	3	3	3	3	18
86	4	3	3	3	3	4	20
87	3	3	2	2	3	2	15
88	4	3	4	3	3	4	21
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	4	3	3	19
91	2	3	3	4	3	3	18
92	3	3	4	3	4	4	21
93	3	4	4	3	4	4	22
94	2	3	3	3	3	3	17
95	3	3	3	3	3	3	18
96	4	4	4	4	4	4	24
97	2	3	3	4	3	3	18
98	4	3	3	3	3	3	19
99	4	3	4	3	3	4	21

Lampiran 3

Uji Validias

Variabel E-money (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	E-MONEY (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.319**	.466**	.298**	.703**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.003	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	.319**	1	.444**	.505**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	.466**	.444**	1	.367**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	.298**	.505**	.367**	1	.734**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99
E-MONEY (X1)	Pearson Correlation	.703**	.768**	.760**	.734**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

Variabel Literasi Keuangan (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	LITERASI KEUANGAN (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.522**	.509**	.587**	.434**	.702**	.383**	.746**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99

X2.2	Pearson Correlation	.522**	1	.576**	.577**	.400**	.535**	.371**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	.509**	.576**	1	.574**	.460**	.529**	.338**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	.587**	.577**	.574**	1	.526**	.564**	.348**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	.434**	.400**	.460**	.526**	1	.562**	.515**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.6	Pearson Correlation	.702**	.535**	.529**	.564**	.562**	1	.575**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
X2.7	Pearson Correlation	.383**	.371**	.338**	.348**	.515**	.575**	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99
LITERASI KEUANGAN (X2)	Pearson Correlation	.746**	.740**	.721**	.769**	.765**	.791**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99

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

Variabel Gaya Hidup (X₃)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	GAYA HIDUP (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.646**	.363**	.187	.771**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.064	.000
	N	99	99	99	99	99
X3.2	Pearson Correlation	.646**	1	.439**	.182	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.072	.000
	N	99	99	99	99	99
X3.3	Pearson Correlation	.363**	.439**	1	.343**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	99	99	99	99	99
X3.4	Pearson Correlation	.187	.182	.343**	1	.611**
	Sig. (2-tailed)	.064	.072	.001		.000
	N	99	99	99	99	99
GAYA HIDUP (X3)	Pearson Correlation	.771**	.767**	.732**	.611**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99

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

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	PERILAKU KONSUMTIF (Y)
Y1.1	Pearson Correlation	1	.323**	.359**	.103	.141	.300**	.538**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.311	.163	.003	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y1.2	Pearson Correlation	.323**	1	.440**	.392**	.346**	.369**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y1.3	Pearson Correlation	.359**	.440**	1	.293**	.459**	.456**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y1.4	Pearson Correlation	.103	.392**	.293**	1	.372**	.364**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.311	.000	.003		.000	.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99

Y1.5	Pearson Correlation	.141	.346**	.459**	.372**	1	.351**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.163	.000	.000	.000		.000	.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
Y1.6	Pearson Correlation	.300**	.369**	.456**	.364**	.351**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000
	N	99	99	99	99	99	99	99
PERILAKU KONSUMTIF (Y)	Pearson Correlation	.538**	.713**	.764**	.620**	.660**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	99	99	99	99	99	99	99

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

Lampiran 4

Uji Reliabilitas

Variabel E-money (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.600	4

Variabel Literasi Keuangan (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.668	7

Variabel Gaya Hidup (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	4

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	99	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	99	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.618	6

Lampiran 5

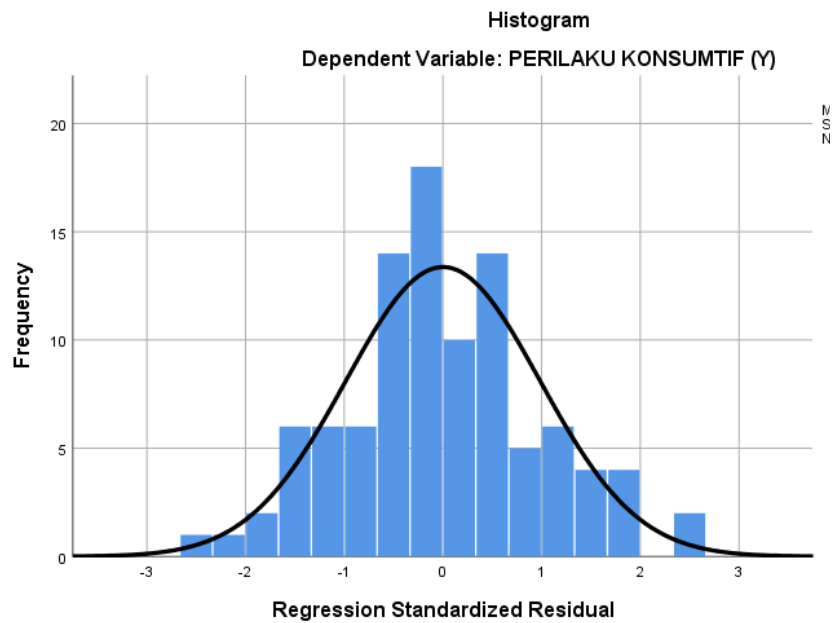
Uji Asumsi Klasik

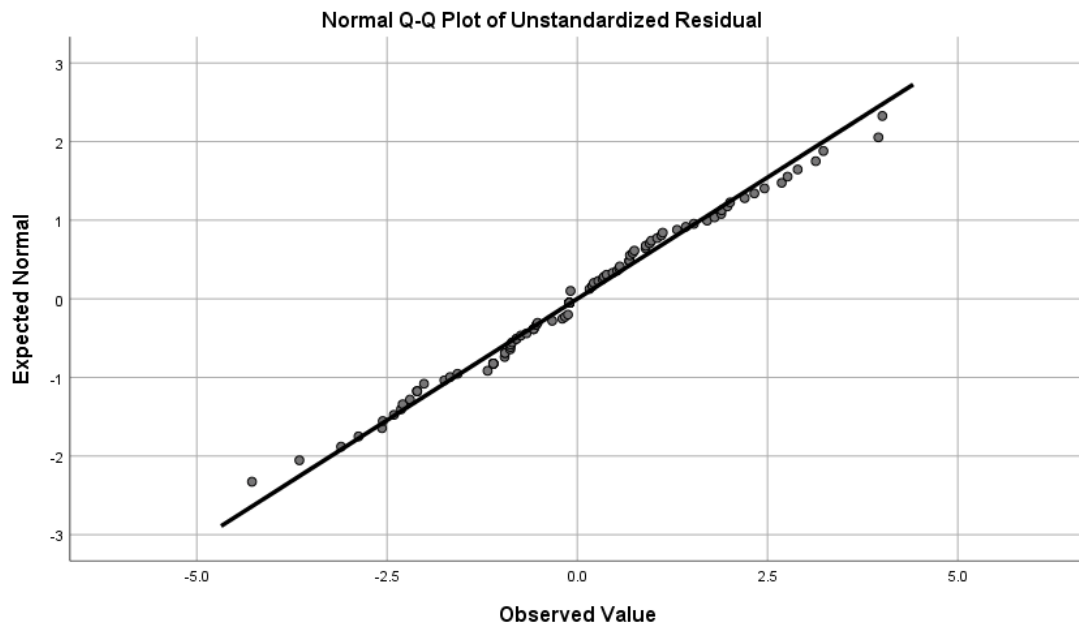
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

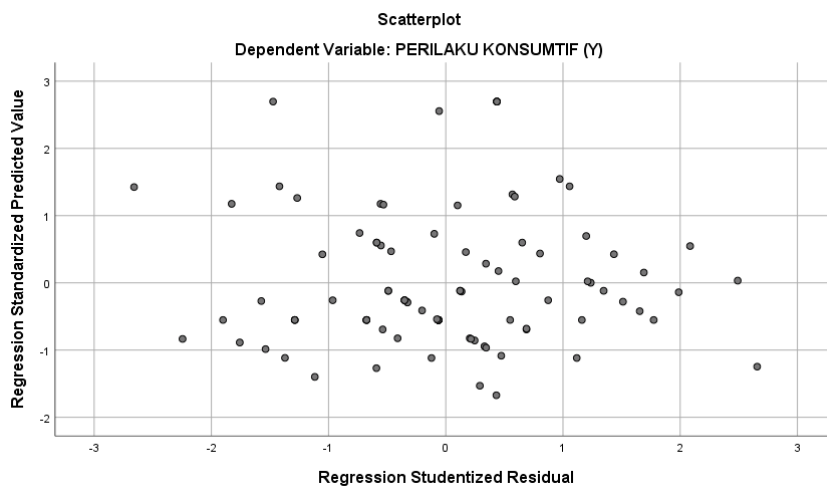
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.61885706
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.066
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.





Uji Multikolinearitas



Uji Heteroskedastis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.440	3	.147	.396	.756 ^b
	Residual	35.150	95	.370		
	Total	35.590	98			

a. Dependent Variable: AbsRES

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.288	1.156		1.115	.268
	E-MONEY (X1)	.029	.057	.065	.504	.615
	LITERASI KEUANGAN (X2)	-.022	.030	-.103	-.746	.457
	GAYA HIDUP (X3)	-.046	.059	-.106	-.776	.440

a. Dependent Variable: AbsRES

Lampiran 6

Uji Hipotesis

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2) ^b		Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.495	.479	1.64422

a. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	252.161	3	84.054	31.091	.000 ^b
	Residual	256.828	95	2.703		
	Total	508.990	98			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP (X3), E-MONEY (X1), LITERASI KEUANGAN (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	10.387		
	E-MONEY (X1)	.436	.154	.262	2.840	.006
	LITERASI KEUANGAN (X2)	-.226	.080	-.278	-2.821	.006
	GAYA HIDUP (X3)	.471	.159	.291	2.967	.004

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF (Y)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Biodata Umum

Nama : Luluk Atul Mardiyah
Tempat, Tgl lahir : Batang, 31 Januari 1997
Alamat : Desa Manggis Rt 02 Rw 01 Tulis, Batang
Anak ke : 4 dari 4 bersaudara
Hobi : Membaca dan menyendiri
Email : luluk.mardiyah31@gmail.com
Nama Orang Tua
Ayah : Karonno
Ibu : Siti Uripah

B. Riwayat Pendidikan

SD N JOLOSEKTI	(2002-2008)
SMP N 1 TULIS	(2008-2011)
SMA N 1 SUBAH	(2011-2014)

Semarang, 15 Juni 2022

Luluk Atul Mardiyah

NIM.150502614