

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI



Oleh

ANDRIAN BAGUS HIDAYATULLAH

NIM: 18510154

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



O l e h

ANDRIAN BAGUS HIDAYATULLAH

NIM: 18510154

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)**

SKRIPSI

Oleh

ANDRIAN BAGUS HIDAYATULLAH

NIM: 18510154

Telah disetujui pada tanggal 16 Juni 2022

Dosen Pembimbing,



Mardiana, SE., MM
NIP. 19740519201608012045

Mengetahui:

Ketua Program Studi,



Muhammad Sulhan, SE., MM
NIP. 197406042006041002



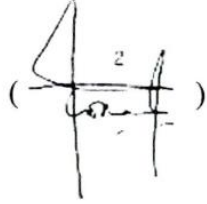
LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

SKRIPSI

Oleh
ANDRIAN BAGUS HIDAYATULLAH
NIM: 18510154

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Tanggal 27 Juni 2022

Susunan Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Ketua <u>Farahiyah Sartika, M.M</u> NIP. 199201212018012002	: 
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris <u>Mardiana, SE., MM</u> NIP. 19740519201608012045	: 
3. Penguji Utama <u>Meldona, MM</u> NIP. 197707022006042001	: 



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,

Muhammad Sulhan, SE., MM
NIP. 197406042006041002

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andrian Bagus Hidayatullah
NIM : 18510154
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 13 Juni 2022

Hormat Saya,



Andrian Bagus Hidayatullah
NIM: 18510154

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas karunia-Nya yang telah memberikan kemudahan dan kekuatan kepada saya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Seluruh keluarga tercinta saya terutama kedua orang tua saya Bapak Sukarso dan Ibu Romiyem yang luar biasa hebatnya dalam mendidik saya hingga saat ini, yang tidak pernah putus dalam memanjatkan do'a dan memberikan restu serta nasihat terbaik kepada saya. Juga adik saya Ahmad Ali Musyafa' yang menjadi penyemangat penulis.

Dosen dan seluruh karyawan Fakultas Ekonomi terutama Ibu Mardiana, SE., MM selaku dosen pembimbing saya yang telah membimbing dengan sepenuh hati dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.

Serta sahabat dan teman saya yang tiada henti memberikan dukungan, menyemangati, menjadi tempat berkeluh kesah, dan menghibur saya selama penulisan skripsi ini.

HALAMAN MOTTO

“Bersyukur atas semua yang telah diberikan oleh Allah SWT,
Karena setiap orang mempunyai kelebihan dan kekurangan masing-masing”.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah Swt yang telah memberikan nikmat dan anugerah-Nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)” ini dapat terselesaikan dengan baik. Meskipun masih jauh dari kata sempurna.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam proses penyusunan skripsi, terkhusus kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Misbahul Munir, LC., M.EI, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Muhammad Sulhan, SE., MM, selaku ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Mardiana, SE., MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, perbaikan, serta saran yang membangun demi kebaikan skripsi ini.
5. Dr. Hj. Ilfi Nur Diana, S.Ag., M.Si, selaku dosen wali yang telah memberi banyak nasihat kepada penulis.
6. Seluruh dosen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sukarso dan Ibu Romiyem, yang tidak pernah putus dalam memanjatkan do'a dan memberikan restu serta nasihat kepada penulis.
8. Saudara penulis yang di Malang dan di rumah, Rio Miftakhul Imam dan Ahmad Ali Musyafa', yang telah menjadi penyemangat dan memberikan dukungan kepada penulis.
9. Seluruh keluarga penulis, yang telah memberikan dukungan dan do'a kepada penulis.

10. Seluruh Pengasuh Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran yang sangat bermanfaat selama mengabdikan.
11. Musyrif/ah, selaku teman seperjuangan dalam mengabdikan di Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
12. Teman-teman Jurusan Manajemen angkatan 2018, teman bertukar ilmu dan pengalaman dengan penulis.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis maupun pembaca. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga perlu adanya kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan lebih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada saya.

Malang, 15 Juni 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis	22
2.2.1 Kajian tentang Perilaku Konsumtif.....	22
2.2.2 Kajian tentang Literasi Keuangan	31
2.2.3 Kajian tentang Gaya Hidup	37
2.3 Kerangka Konseptual	42
2.4 Hipotesis.....	43
2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif	44
2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup	46
2.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	46

2.4.4 Gaya Hidup Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.....	47
BAB III METODE PENELITIAN	49
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	49
3.2 Lokasi Penelitian.....	49
3.3 Populasi dan Sampel.....	50
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	51
3.5 Data dan Jenis data	52
3.5.1 Data Primer.....	52
3.5.2 Data Sekunder	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	53
3.7 Skala Pengukuran	53
3.8 Definisi Operasional Variabel.....	54
3.8.1 Variabel Independen	54
3.8.2 Variabel Dependen.....	55
3.8.3 Variabel <i>Intervening</i>	55
3.9 Analisis Data	56
3.9.1 Metode Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	57
3.9.2 Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	57
3.9.3 Model pengukuran <i>Inner Model</i>	58
3.9.4 Uji Mediasi dengan <i>Sobel Test</i>	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	60
4.1 Hasil Penelitian	60
4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	60
4.1.2 Deskripsi Responden	67
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	70
4.1.4 Pengujian Model Struktural.....	79
4.2 Pembahasan.....	89
4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	89
4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup	92
4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	95

4.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	98
BAB V PENUTUP	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN-LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi	51
Tabel 3. 2 Tafsiran Nilai Rata-Rata	54
Tabel 3. 3 Variabel Penelitian, Indikator, dan Skala.....	56
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	67
Tabel 4. 2 Jurusan Responden	68
Tabel 4. 3 Tahun Angkatan Responden	69
Tabel 4. 4 Bobot Nilai Setiap Pertanyaan.....	70
Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X).....	70
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	74
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Gaya Hidup (Z)	77
Tabel 4. 8 Nilai Discriminat Validity (<i>Cross Loading</i>).....	80
Tabel 4. 9 Nilai AVE, \sqrt{AVE} dan Korelasi Antar Variabel	81
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i>	81
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i> Indikator Literasi Keuangan (X)....	82
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i> Indikator Perilaku Konsumtif	83
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian <i>Loading Factor</i> Indikator Gaya Hidup (Z).....	84
Tabel 4. 14 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	86
Tabel 4. 15 Pengujian Pengaruh Langsung	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Persentase Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan Tahun 2013-2019	6
Gambar 1. 2 Grafik Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan	7
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	43
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin Responden.....	68
Gambar 4. 2 Diagram Jurusan Responden.....	69
Gambar 4. 3 Diagram Tahun Angkatan Responden	70
Gambar 4. 4 Hasil Uji <i>Sobel Test</i>	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner	109
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian Skripsi	111
Lampiran 3 Tanggapan Responden.....	116
Lampiran 4 Hasil Output PLS	129
Lampiran 5 Bukti Penyebaran Kuesioner	134
Lampiran 6 Biodata Peneliti	136
Lampiran 7 Bukti Konsultasi.....	138
Lampiran 8 Surat Keterangan Bebas Plagiarisme.....	139

ABSTRAK

Hidayatullah, Andrian Bagus. 2022, SKRIPSI, Judul: Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang).

Pembimbing : Mardiana, SE., MM

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup

Literasi keuangan merupakan suatu hal yang penting untuk dimiliki seseorang, masalah keuangan sering kali terjadi bukan karena pendapatan saja melainkan tidak ada perencanaan keuangan yang baik. Mahasiswa identik dengan gaya hidup yang suka nongkrong bersama temannya. Hal ini sangat berpengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswa yang akan cenderung meningkat. Literasi keuangan sangat penting dimiliki oleh seorang mahasiswa sebagai bekal dalam menghadapi masalah keuangan pribadi maupun kelompok, namun akan lebih baik jika literasi keuangan diimplementasikan pada kehidupan sehari-hari. Dari latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”.

Melalui penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif dan bertujuan untuk menjelaskan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan variabel gaya hidup sebagai variabel *intervening*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS) sebagai metode analisis data dan menggunakan rumus Solvin sebagai metode pengambilan sampel sehingga ditemukan sebanyak 100 sampel, yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS dan instrumen pengumpulan data menggunakan angket berupa kuesioner. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan gaya hidup.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan tidak berhubungan dengan tingkat perilaku konsumtif dan gaya hidup. Sedangkan, gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun, gaya hidup tidak dapat memediasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

ABSTRACT

Hidayatullah, Andrian Bagus 2022, Thesis, Title: "The Influence of Financial Literacy on Consumptive Behavior With Lifestyle as an Intervening Variable (Study on Students of the Economics Faculty, Islamic State University Maulana Malik Ibrahim Malang).

Supervisor : Mardiana, SE, MM

Keywords : Financial Literacy, Consumptive Behavior, Lifestyle

*Financial literacy is an important thing for someone to have. Financial problems often occur not only because of income but because there is no good financial planning. Students are synonymous with a lifestyle that likes to hang out with their friends. This is very influential on the level of student consumptive behavior which will tend to increase. Financial literacy is very important for a student to have as a provision in dealing with personal or group financial problems, but it would be better if financial literacy was implemented in everyday life. From this background, this research was conducted with the title *The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior With Lifestyle as an Intervening Variable (Study on Students of the Economics Faculty, Islamic State University Maulana Malik Ibrahim Malang.**

Through research using quantitative methods and aims to explain the effect of financial literacy on consumptive behavior with lifestyle variables as intervening variables. This research uses the Partial Least Square (PLS) approach as a data analysis method and uses the Solvin formula as a sampling method so that 100 samples are found, namely students of the Faculty of Economics, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. This research was conducted using SmartPLS software and the data collection instrument used a questionnaire in the form of a questionnaire. The variables used in this study include financial literacy, consumptive behavior, and lifestyle.

The results of this study indicate that partially financial literacy does not have a significant effect on consumptive behavior and lifestyle. This shows that the level of financial literacy is not related to the level of consumptive behavior and lifestyle. Meanwhile, lifestyle has a significant positive effect on consumptive behavior. However, lifestyle cannot mediate the relationship of financial literacy to consumptive behavior.

المستخلص

هداية الله ، أندريان باغوس. 2022 ، رسالة ، عنوان: "تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي مع نمط الحياة كمتغير تدخلي (دراسة حالة لطلاب كلية الاقتصاد ، الجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج).

المشرف : ماردينا، SE، MM

الكلمات المفتاحية: الثقافة المالية ، السلوك الاستهلاكي ، أسلوب الحياة

يعد محو الأمية المالية أمرًا مهمًا بالنسبة لشخص ما ، فغالبًا ما تحدث المشكلات المالية ليس بسبب الدخل وحده ولكن بسبب عدم وجود تخطيط مالي جيد. الطلاب مرادفون لأسلوب حياة يحب التسكع مع أصدقائهم. هذا له تأثير كبير على مستوى السلوك الاستهلاكي للطالب الذي سوف يميل إلى الزيادة. يعد محو الأمية المالية أمرًا مهمًا للغاية بالنسبة للطالب باعتباره شرطًا في التعامل مع المشكلات المالية الشخصية والجماعية ، ولكن سيكون من الأفضل إذا تم تنفيذ محو الأمية المالية في الحياة اليومية. من هذه الخلفية ، تم إجراء هذا البحث بعنوان "تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي مع نمط الحياة كمتغير تدخلي (دراسة حالة لطلاب كلية الاقتصاد ، الجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج).

من خلال البحث باستخدام الأساليب الكمية ويهدف إلى شرح تأثير الثقافة المالية على السلوك الاستهلاكي مع متغيرات نمط الحياة كمتغيرات متداخلة. تستخدم هذه الدراسة منهج المربعات الصغرى الجزئية (PLS) كأسلوب لتحليل البيانات وتستخدم صيغة Solvin كأسلوب لأخذ العينات بحيث يتم العثور على 100 عينة ، وهم طلاب كلية الاقتصاد الجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. تم إجراء هذا البحث باستخدام برنامج SmartPLS وكانت أداة جمع البيانات تستخدم استبيان في شكل استبيان. تشمل المتغيرات المستخدمة في هذه الدراسة محو الأمية المالية والسلوك الاستهلاكي ونمط الحياة. تشير نتائج هذه الدراسة إلى أن التثقيف المالي جزئيًا ليس له تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي وأسلوب الحياة. وهذا يدل على أن مستوى الثقافة المالية لا يرتبط بمستوى السلوك الاستهلاكي وأسلوب الحياة. وفي الوقت نفسه ، فإن نمط الحياة له تأثير إيجابي كبير على السلوك الاستهلاكي. ومع ذلك ، لا يمكن لنمط الحياة التوسط في علاقة محو الأمية المالية بالسلوك الاستهلاكي.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas konsumsi merupakan aktivitas yang tidak dapat terlepas dari kehidupan manusia, karena manusia memiliki berbagai tuntutan dalam menunjang proses kehidupannya seperti memenuhi kebutuhan hidup dan memenuhi kepuasan jasmani dan rohani (Romadloniyah & Setiaji, 2020:51). *Nielsen Global Survei of Consumer Confidence and Spending Intentions*, menyatakan bahwa Indonesia termasuk sebagai 10 negara teratas yang paling optimis memiliki tingkat kepercayaan konsumen dan insentivitas keinginan belanja tertinggi di dunia (Timorria, 2020). Anggota dewan komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Kusumaningtuti S. Soetiono mengatakan bahwa jika masyarakat Indonesia memiliki uang, mereka akan lebih cenderung mengutamakan belanja atau konsumsi daripada menabung (Jatmiko, 2015).

Chita dkk (2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumen sudah mengalami pegeseran yang cukup signifikan. seseorang tidak lagi melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan saja, namun berdasarkan pada motivasi seseorang untuk memperoleh kegembiraan, tantangan, sensasi dan sosialisasi ataupun untuk menghilangkan stress. Faktor lainnya yaitu untuk menemukan barang bernilai dan baik untuk dirinya juga dapat memberikan informasi atau pengetahuan baru tentang perkembangan model dan *trend* yang terbaru. Salah satu dampak dari berkembangnya teknologi yang pesat yaitu munculnya produk-produk baru yang diinformasikan dan ditawarkan dengan cepat melalui internet.

Hal tersebut akan memiliki dampak pada penawaran dan permintaan pasar. Melalui internet seseorang juga dapat mengakses informasi tanpa batas mengenai produk-produk yang menjadi kebutuhan sehari-hari.

Pembelanja *online* terbesar di Indonesia adalah generasi Milenial. Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional atau disebut Susenas, menjelaskan bahwa 17% dari pengguna internet dan suka belanja *online* adalah generasi milenial (Islahuddin & Syaifudin, 2020). Salah satu penyebab terjadinya hal tersebut adalah tingginya mobilitas dan serba terkoneksi dengan internet sehingga berdampak pada *lifestyle*. Mereka sering aktif di media sosial agar tidak merasa *kudet* (kurang *update*) dan kebiasaan generasi milenial tidak bisa dipisahkan dari kemudahan mereka untuk berbelanja *online*. Generasi ini bahkan melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupannya mulai dari keperluan transportasi, membeli makanan, jalan-jalan, berbelanja pakaian hingga membeli kebutuhan sehari-hari (CNN, 2018). Dari beberapa kategori usia generasi milenial, generasi milenial yang paling konsumtif adalah *first jobbers*, yakni orang-orang yang saat ini berusia di awal 20-an dan baru memiliki pekerjaan (CNN, 2018). Hal ini disebabkan karena mereka baru memiliki pendapatan sendiri, dan masih bisa menggunakan seluruh pendapatan tersebut untuk dirinya sendiri.

Perilaku konsumtif yang terjadi pada siswa juga dapat dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Mahasiswa selalu berinteraksi dengan kelompok sebayanya. Hubungan yang diperoleh individu di sekolah atau perguruan tinggi disebut teman sebaya. Jenis kelompok ini termasuk dalam faktor sosial dalam

perilaku konsumen. Dalam kelompok sebaya ada kecenderungan seseorang untuk meniru apa yang dilakukan oleh anggota kelompok. Mahasiswa masa kini lebih memilih menggunakan uangnya untuk membeli produk dengan merek tertentu agar dapat mengikuti perkembangan fashion terkini dan mendapatkan pengakuan dari teman-temannya daripada membeli perlengkapan kampus dan buku-buku yang lebih penting untuk menunjang perkuliahan. Kegiatan mengikuti tren ini mendorong siswa untuk berbelanja barang-barang yang tidak terlalu dibutuhkan dan terjebak dalam perilaku konsumtif. Perilaku mahasiswa dalam membeli suatu produk selalu mempertimbangkan faktor-faktor tertentu antara lain selera, identitas, dan gaya hidup (Isnawati & Kurniawan, 2021: 48)

Perilaku konsumtif memiliki dampak negatif bagi remaja. dampak tersebut antara lain adanya kecemburuan sosial, cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang dan mengurangi kesempatan untuk menabung. Munculnya kecemburuan sosial karena seseorang akan membeli barang yang diinginkan tanpa adanya pertimbangan tingkat kebutuhan, hal tersebut tentu tidak mungkin dapat ditiru oleh masyarakat tidak mampu sehingga muncullah kecemburuan sosial. Perilaku konsumtif juga menyebabkan seseorang akan cenderung sering melakukan belanja dan jarang menyisihkan uangnya untuk ditabung. Seseorang juga akan melakukan pembelanjaan tanpa memikirkan kebutuhannya di masa yang akan datang.

Perilaku konsumtif tidak jauh dari pengaruh gaya hidup, seorang mahasiswa tentu juga memiliki suatu gaya hidup yang dijalainnya. Jika dilihat gaya hidup mahasiswa metropolitan lebih memilih menghabiskan waktunya di

cafe, lebih suka memenuhi keinginan mereka tanpa mempertimbangkan manfaat dari apa yang mereka beli. Para mahasiswa sering mengunjungi *mall* dengan berbagai kegiatan yang dilakukan. Mereka menghabiskan waktu dan uang hanya untuk kesenangan semata tanpa memikirkan hal itu menjadi kebutuhannya atau tidak.

Salah satu hal yang berpengaruh terhadap tingginya tingkat perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Seorang individu perlu pengetahuan keuangan dasar untuk mengelola keuangannya atau biasa disebut literasi keuangan. Masalah keuangan terjadi bukan karena pendapatan saja melainkan tidak ada perencanaan keuangan. Perilaku konsumtif terjadi karena sulitnya mengontrol pengeluarannya yang bisa menyebabkan menjadi konsumtif, untuk itu individu seharusnya dapat mengontrol diri dan paham tentang literasi keuangan (Izazi dkk., 2020:36).

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan bagian dari remaja yang dianggap telah mengikuti perkembangan zaman dan juga dianggap telah memiliki pengetahuan dan wawasan yang memadai terkait ilmu ekonomi mengenai bagaimana mengelola keuangan, waktu dan mengendalikan diri karena telah menerima mata kuliah yang berkaitan dengan manajemen dan keuangan. Dengan demikian, seharusnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mampu bersikap positif dalam perilaku konsumsinya. Mahasiswa Fakultas Ekonomi juga sudah banyak mendapatkan materi tentang keagamaan, di mana kita sebagai seorang muslim tidak diperbolehkan untuk berlebihan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa, dalam memenuhi kebutuhan seseorang

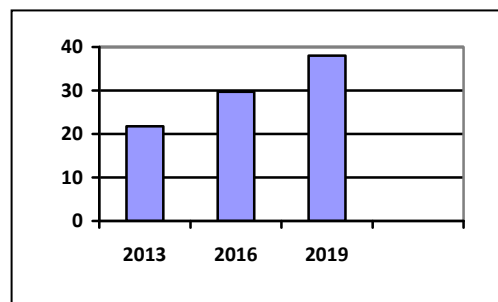
perlu memperhatikan tindakan konsumtifnya. Larangan tersebut bertujuan agar seorang muslim mampu mengendalikan hawa nafsunya sehingga tidak membiarkan hawa nafsunya mengendalikan dirinya (Rasyid, 2019:183).

Upaya peningkatan literasi keuangan masyarakat telah menjadi isu yang signifikan di berbagai belahan dunia termasuk Indonesia. Kondisi ini menyebabkan berbagai negara menyiapkan berbagai kebijakan dan program yang terstruktur dalam upaya peningkatan literasi keuangan masing-masing melalui penyusunan cetak biru strategi nasional literasi keuangan. Di tahun 2015 saja, data *Organisation for Economic Co-operation and Development International Network for Financial Education* (OECD/INFE) menunjukkan sebanyak 59 negara/otoritas pemerintah telah mengimplementasikan strategi nasional literasi keuangan. Angka ini tentu telah semakin bertambah, baik dari negara yang akhirnya menyusul menerbitkan strategi nasional atau kembali mengeluarkan edisi terkini dari strategi nasional pertama yang telah dikeluarkan sebelumnya, termasuk Indonesia (OJK, 2021:21). Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan sangat penting bagi kehidupan seseorang dan perlu diimplementasikan dalam kehidupannya.

Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2013, 2016, dan 2019 menunjukkan bahwa secara umum tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan di setiap tahunnya, artinya telah terjadi peningkatan jumlah masyarakat yang sudah mencapai kondisi *well literate* dari tahun ke tahun. *Well literate* merupakan kondisi dimana seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa

keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan layanan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan, sikap, dan perilaku yang benar dalam menggunakan produk dan layanan jasa keuangan.

Gambar 1.1
Grafik Persentase Hasil Survei Nasional
Literasi Keuangan Tahun 2013-2019

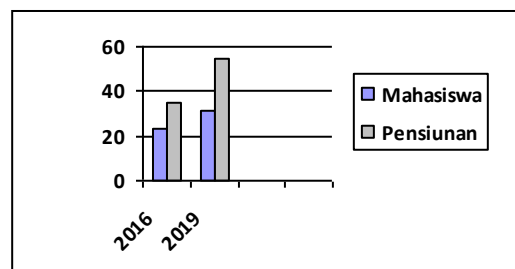


Sumber: OJK (2021:35)

Grafik diatas menjelaskan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2019 menunjukkan angka 38,03% yang menunjukkan bahwa dari setiap 100 orang penduduk Indonesia terdapat sekitar 38 orang yang sudah mencapai kondisi *well literate*. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan di tahun-tahun sebelumnya yakni pada tahun 2013 21,8% dan pada tahun 2016 29,7%. Meskipun mengalami peningkatan yang cukup signifikan di setiap tahunnya, namun di sisi lain data tersebut juga menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum mencapai kondisi *well literate*. Hasil survei tahun 2019 menunjukkan bahwa dari 100 orang terdapat sekitar 62 orang yang belum mencapai kondisi *well literate*. Artinya mereka belum memiliki pengetahuan, keyakinan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang benar tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan layanan jasa keuangan formal (OJK, 2021:35).

Pemahaman terhadap literasi keuangan sangatlah penting bagi generasi milenial. Namun hasil survei nasional ditinjau dari klasifikasi jenis pekerjaan, pelajar/mahasiswa mengalami peningkatan pada tahun 2019, akan tetapi nilai peningkatannya masih jauh di bawah klasifikasi pensiunan. Hasil survei pada tahun 2019 menunjukkan pada klasifikasi pelajar/mahasiswa bernilai 31,69% artinya dari 100 orang terdapat sekitar 31 orang yang sudah *well literate* dan yang belum *well literate* bernilai 68,31% artinya dari 100 orang terdapat sekitar 68 orang yang belum *well literate*. Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan bahwa masih banyak pelajar/mahasiswa yang belum *well literate* dan tingkat *well literate* pensiunan jauh lebih tinggi dari pelajar/mahasiswa. Hal tersebut dapat digambarkan pada grafik di bawah ini:

Gambar 1.2
Grafik Hasil Survei Nasional Literasi Keuangan
Klasifikasi Jenis Pekerjaan



Sumber: OJK (2021:38)

Dari hasil data survei di atas, dapat dijadikan sebagai acuan seberapa jauh pemahaman tentang literasi keuangan. Masih banyak masyarakat yang belum memahami tentang literasi keuangan dan jika dipersentasikan di setiap tahun surveinya, maka terjadi peningkatan di setiap tahunnya namun jumlah orang yang belum faham literasi keuangan jauh lebih banyak dari pada yang sudah mencapai

kondisi *well done*, terutama pada pelajar/mahasiswa yang notabnya sudah pernah memperoleh pemahaman tentang hal tersebut.

Penelitian yang membahas tentang perilaku konsumtif dipengaruhi oleh literasi keuangan sudah banyak dilakukan, namun masih sedikit penelitian yang menggunakan tambahan variabel gaya hidup sebagai variabel *intervening*. Penelitian-penelitian tersebut belum banyak yang dilakukan pada Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berbasis kampus Islam. Hasil yang didapatkan pada beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil penelitian yang beragam. Berdasarkan penjelasan mengenai latar belakang masalah penelitian, diketahui bahwa terdapat perbedaan dari hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan. Hasil penelitian yang beragam menunjukkan bahwa ada *research gap* tentang pengaruh literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup. Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan diantaranya:

Kumalasari dan Soesilo (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Izazi dkk, 2020) berpendapat bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin meningkat pengetahuannya tentang literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa akan memberikan pengaturan pada diri sendiri, sehingga dengan adanya pengetahuan tentang keuangan maka akan dapat meminimalisir perilaku konsumtif responden. Namun pada penelitian Asisi dan

Purwanto (2020) menunjukkan bahwa ada hubungan positif signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Sejalan dengan penelitian tersebut, penelitian (Silalahi, 2020) yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Hal tersebut bisa terjadi karena seseorang belum mampu menerapkan pemahaman yang telah dipelajari. Sehingga menyebabkan pola perilaku konsumtif yang tinggi dan tidak terkendali.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Hamdan dkk. (2020) menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah dan Setiaji (2020). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan karena seseorang sudah terlanjur terlena oleh keadaan nyaman dengan uangnya, sehingga lupa diri saat membelanjakan uangnya.

Pada topik pengaruh variabel gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif, terdapat beberapa penelitian menyatakan bahwa ada beberapa pengaruh yang dihasilkan oleh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ada pengaruh negatif dan positif, karena gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Penelitian yang dilakukan oleh Zahra dan Anoraga (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian Isnawati dan Kurniawan (2021) menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup.

Penelitian lainnya menguji tentang pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup. Merujuk pada penelitian 'Ulumudiniati dan Asandimitra (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap gaya hidup. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat gaya hidup seseorang. Velina & Rizky (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup. Hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh positif antara kedua variabel, semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin tinggi pula gaya hidupnya.

Berdasarkan ulasan latar belakang masalah dan hasil penelitian yang masih kontradiktif di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup. Tujuan umum penelitian ini adalah untuk menguji kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini dituliskan dalam bentuk skripsi yang berjudul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP SEBAGAI VARIABEL INTERVENING”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup?
3. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif?
4. Apakah gaya hidup memediasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan secara langsung terhadap perilaku konsumtif.
2. Untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup.
3. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.
4. Untuk menguji gaya hidup memediasi hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis
 - a. Bagi Pembaca, untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
 - b. Bagi Penulis, sebagai bahan referensi penelitian bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
 - c. Bagi Masyarakat, sebagai tambahan pengetahuan tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat.
2. Secara Praktis
 - a. Sebagai bahan dalam proses melakukan perencanaan dan pengelolaan keuangan untuk individu maupun keluarga.
 - b. Untuk memberikan kontribusi pemikiran pada mahasiswa mengenai pentingnya melakukan manajemen keuangan pribadi yang baik.

- c. Penulis dapat memberikan pengetahuan dan wawasan kepada masyarakat tentang bagaimana cara melakukan pengelolaan keuangan pribadi yang baik dan benar.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian Ridhayani & Johan (2020) menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif antara kelompokacuan dan perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Izazi dkk. (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap *self control*, sedangkan *self control* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Yudasella dan Krisnawati (2019) mengenai literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku kosumtif.

Pada penelitian Prihatini & Irianto (2021) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, dan pengendalian diri juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian Sari dkk. (2021) mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan secara simultan terdapat pengaruh antara semua variabel x terhadap perilaku konsumtif.

Fariana dkk. (2021) mengemukakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang, gaya hidup

memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, pengendalian diri juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dan secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara variabel. Hasil penelitian ini didukung oleh Zahra dan Anoraga (2021) yang juga menunjukkan bahwa secara parsial variabel gaya hidup, literasi keuangan, dan demografi sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Pada penelitian Romadloniyah dan Setiaji (2020) mengungkapkan bahwa status sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, konformitas juga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, namun literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan Hamdan dkk. (2020) yang mengemukakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Khaidarsyah dan Haruna (2021) melakukan penelitian yang mengungkapkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, terdapat pengaruh positif antara konsep diri dan perilaku konsumtif, dan secara simultan terdapat pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan Isnawati dan Kurniawan (2021) hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi ekonomi dan perilaku konsumtif, kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, ada pengaruh negatif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, literasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup, kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap gaya hidup, dan literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui variabel gaya hidup. Namun hasil lain juga dikemukakan Asisi dan Purwantoro (2020) yang menunjukkan bahwa secara parsial variabel literasi keuangan dan

pengendalian diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan tidak terdapat pengaruh antara gaya hidup dan perilaku konsumtif.

Dalam penelitian 'Ulumudiniati dan Asandimitra (2022) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan, *financial self-efficacy*, *locus of control*, *love of money*, dan gaya hidup terhadap variabel perilaku manajemen keuangan; literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap gaya hidup; dan variabel gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan. Sejalan dengan penelitian tersebut, Hastuti dkk. (2019) memaparkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara literasi keuangan dan gaya hidup.

Salam dan Mulyati (2021) mengemukakan bahwa sikap keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel literasi keuangan, gaya hidup juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Velina & Rizky (2022) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel literasi keuangan dan gaya hidup, literasi keuangan juga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Dari beberapa penelitian di atas, peneliti mengelompokkan beberapa penelitin dengan tema judul yang sejenis. Pertama seperti pada penelitian Ridhayani & Johan (2020), Izazi dkk. (2020), Yudasella dan Krisnawati (2019), Riana (2019), Prihatini & Irianto (2021), Sari dkk. (2021), Fariana dkk. (2021), Zahra dan Anoraga (2021), Romadloniyah dan Setiaji (2020), dan Hamdan dkk. (2020) yang menganalisis tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku

konsumtif. Kemudian, ada penelitian Khaidarsyah dan Haruna (2021), Isnawati dan Kurniawan (2021), Asisi dan Purwantoro (2020) menganalisis tentang pengaruh variabel literasi keuangan terhadap gaya hidup. Penelitian 'Ulumudiniati dan Asandimitra (2022), Hastuti dkk. (2019), Salam dan Mulyati (2021), Velina & Rizky (2022) menguji tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

Dari paparan penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan secara tidak langsung antara variabel literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup. Adanya perbedaan beberapa hasil penelitian sebelumnya menjadi alasan peneliti ingin mengkaji ulang penelitian ini dengan melakukan pengembangan pada variabel yang diteliti. Keunggulan dari penelitian ini adalah peneliti tertarik menggunakan tiga variabel di atas untuk melakukan penelitian yang berbeda dengan menjadikan gaya hidup sebagai variabel *intervening*.

Tabel 2.1
Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Penulis, Tahun, dan Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Fikriyyah Ridhayani & Irni Rahmayani Johan, (2020). <i>The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students</i>	Independen: Literasi Keuangan, Kelompok Acuan Dependen: Perilaku konsumtif	Uji beda, Uji Korelasi, Uji regresi	1. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif 2. Kelompok acuan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif
2	Ighfa Fahira Yudasella & Astrie Krisnawati, (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung.	Independen: Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis deskriptif, Analisis regresi linier berganda	1. Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3	Ilma Miftah Izazi, Elva Nuraina, & Farida Styaningrum, (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun).	Independen: Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif Mediasi: Self Control	R-Square	1. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa 2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap self control 3. Self control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4	Zahra Qurotaa'yun & Astrie Krisnawati (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Geneerasi Milenial Di	Independen: Literasi Keuangan Dependen:	Analisis regresi linier sederhana	Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif.

	Kota Bandung.	Perilaku Konsumtif		
5	Diary Prihatni & Agus Irianto (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	Independen: Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis jalur	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
6	Maya Sari, Nur Adilla Bahri Lubis & Jufrizen (2021). <i>The Effect Of Financial Literature And Self Control On Consumption Behavior (Study On Students Of The Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)</i>	Independen: Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis regresi berganda sederhana	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Pengendalian diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif 3. Secara simultan literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
7	Ade Gunawan & Ayu Faadillah Carissa (2021). <i>The Effect Of Financial Literature And Lifestyle On Student Consumption Behavior (Student Case Study Department Of Management Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)</i>	Independen: Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Uji asumsi klasik, Analisis regresi berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 3. Secara simultan literasi keuangan dan pengendalian diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
8	Ririn Eka Fariana, Bayu Surindra & Zainal Arifin (2021). <i>The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on the Consumption Behavior of Economic Education</i>	Independen: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri	Uji T	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. 3. Pengendalian diri berpengaruh positif

	<i>Student</i>	Dependen: Perilaku Konsumtif		signifikan terhadap perilaku konsumtif. 4. Secara simultan variabel X berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
9	Dhea Raudyatuz Zahra & Pandji Anoraga (2021). <i>The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior</i>	Independen: Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Demografi Sosial Dependen: Perilaku Keuangan	Analisis regresi linier berganda	1. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 2. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 3. Demografi sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
10	Ayun Romadloniyah & Khasan Setiaji (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Gender.	Independen: Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis regresi linier berganda, uji beda	1. Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 2. Konformitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. 3. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
11	Umar Hamdan, Dian Eka & Samadi W. Bakar (2019). <i>The Effect of Financial Literacy on University Student Consumptive Behavior: Case Study on the Economic Faculty of Sriwijaya University</i>	Independen: Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis regresi sederhana	Perilaku konsumtif tidak dapat dipengaruhi oleh literasi keuangan
12	Khaidarsyah S & Hasisa Haruna (2021). <i>The Effect of Lifestyle and Self-Concept on Consumptive Behavior in Students of Department</i>	Independen: Gaya Hidup, Konsep Diri	Uji t, uji F, uji regresi linier berganda	1. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. Konsep diri berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

	<i>of Economics Education STKIP Pembangunan Indonesia Makassar</i>	Dependen: Perilaku Konsumtif		3. Secara simultan gaya hidup dan konsep diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
13	Emilda Isnawati & Riza Yonisa Kurniawan (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi.	Independen: Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya Dependen: Perilaku Konsumtif Mediasi: Gaya Hidup	<i>Structural Equation Modeling (SEM)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. 3. Gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. 4. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup. 5. Kelompok teman sebaya tidak berpengaruh terhadap gaya hidup. 6. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup. 7. Kelompok teman sebaya tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui gaya hidup.
14	Irianti Asisi & Purwantoro (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pangarian.	Independen: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Secara parsial literasi keuangan dan pengendalian diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. 2. Gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif
15	Kharisma Danang Yuangga & Jasmani (2018). <i>The Influence of Self Control and Economic Literacy on Student Lifestyle (at Madrasah</i>	Independen: Kontrol Diri, Literasi Ekonomi	Analisis regresi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrol diri berpengaruh positif terhadap gaya hidup. 2. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap gaya hidup.

	<i>Aliyah Islamiyah Ciputat).</i>	Dependen: Gaya Hidup		
16	Mawalia 'Ulumudiniati & Nadia Asandimitra (2022). Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus Of Control, Parental Income, Dan Love Of Money Terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle</i> Sebagai Mediasi	Independen: Literasi keuangan, <i>Financial Self-Efficacy, Locus Of Control, Parental Income, Love Of Money</i> Dependen: Manajemen Keuangan Mediasi: Gaya Hidup	Sobel Test, Structural Equation Model (SEM), Software Amos 24	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapat pengaruh antara variabel <i>financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, love of money</i> dan <i>lifestyle</i> terhadap <i>financial management behavior</i>. 2. <i>Financial literacy</i> berpengaruh negatif <i>lifestyle</i>, 3. <i>lifestyle</i> terbukti memediasi <i>financial literacy</i> terhadap <i>financial management behavior</i>.
17	Sri Hastuti, Mira Yuliana Padmawati, & Harsono (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa.	Independen: Literasi Ekonomi Dependen: Gaya Hidup	Kualitatif	Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap gaya hidup
18	Melly Amelia Velina & Maulana Rizky (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Santri/Santriwati Pondok Pesantren Darussalam	Independen: Literasi Keuangan Dependen: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup. 2. Literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Sumber: Data diolah peneliti. 2022

Pada tabel 2.1 penelitian terdahulu memaparkan tentang metode penelitian dan hasil penelitian yang berbeda. Dari penyajian tersebut ada beberapa persamaan penelitian:

1. Persamaan yang pertama yaitu pada pemilihan variabel yang digunakan. Beberapa penelitian yang telah dilakukan menggunakan variabel literasi keuangan sebagai variabel bebas.
2. Persamaan lainnya terdapat pada pemilihan variabel dependen atau variabel terikat penelitian, variabel yang digunakan dalam penelitian adalah perilaku konsumtif.

Selain persamaan penelitian juga terdapat beberapa perbedaan penelitian dengan penelitian terdahulu:

1. Pada beberapa penelitian terdahulu belum menambahkan dan menggunakan variabel *intervening*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pembaharuan dengan menambahkan gaya hidup sebagai variabel *intervening*.
2. Metode pengujian analisis data pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS).

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Kajian tentang Perilaku Konsumtif

2.2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku adalah reaksi atau tanggapan tunggal yang muncul dalam isyarat atau perspektif, bukan pada ucapan atau gerakan badan. Kata “konsumtif” lebih sering disamakan dengan kata “*Konsumerisme*”. Perilaku konsumen merupakan

tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan (memakai, mengonsumsi) dan menghabiskan produk (barang dan jasa) termasuk proses yang mendahului dan mengikuti tindakan (Taan, 2017:6)

Menurut Firmansyah (2018:2) perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk dan jasa. Menurut Kotler dan Keller (2016:179) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Wahyuni dkk., 2019).

2.2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Simarmata, dkk (2021:6) memaparkan bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, baik secara internal maupun eksternal. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:

1) Faktor Budaya

Kebudayaan adalah segala pemikiran, nilai-nilai inti, dan sikap yang telah dipelajari oleh suatu keluarga, baik yang berasal dari keluarga, masyarakat, maupun lembaga lain. Kebudayaan dianggap sebagai dasar dan pendorong utama bagi perilaku manusia. Budaya mempengaruhi

perilaku dan sikap seseorang dalam banyak hal. Pemasar perlu memahami peran budaya, subkultur atau subbudaya, dan kelas sosial.

- a) Budaya, budaya merupakan nilai, kepercayaan, persepsi dan perilaku individu, golongan dalam masyarakat. Budaya merupakan penyebab keinginan seseorang yang mendasar.
- b) Sub budaya, Sub budaya merupakan nilai berdasarkan pengalaman hidup yang terjadi dalam masyarakat. Setiap budaya memiliki sub budaya yang lebih kecil dan lebih spesifik. Sub budaya berkaitan dengan kebangsaan, agama, kelompok suku/ras, wilayah geografis, kelas sosial dan lainnya
- c) Kelas Sosial, kelas sosial dapat dipengaruhi oleh pekerjaan, pendidikan, pendapatan, dan kekayaan. Kelas sosial dilihat sebagai gambaran pribadi yang mendeskripsikan identitas dan rasa kepemilikan seseorang yang terkadang dibentuk karena reputasi yang dimilikinya. Ukuran kelas sosial mengidentifikasi diri sendiri, tempat tinggal. Pekerjaan, penghasilan, pendidikan dan keluarga.

2) Faktor Psikologi

Psikologis merupakan sikap dan persepsi konsumen terhadap informasi dari produk atau perusahaan. Empat faktor psikologis yang menjadi dimensinya adalah motivasi, persepsi, keyakinan, dan pembelajaran:

- a) Motivasi, motivasi merupakan pendorong dari diri konsumen untuk melakukan tindakan. Alasan motivasi terjadi karena kebutuhan manusia untuk pemenuhan kebutuhan.
 - b) Persepsi merupakan motivasi individu bertindak yang dipengaruhi oleh pandangannya. Persepsi merupakan proses memilih, mengorganisir dan menafsirkan informasi dan pengalaman yang pernah dirasakan konsumen.
 - c) Keyakinan dan Sikap, keyakinan merupakan pikiran yang dimiliki individu tentang sesuatu sedangkan sikap merupakan status mental seseorang yang diekspresikan dalam perkataan maupun tindakan. Hal ini berkaitan dengan citra, merek produk dan perusahaan.
 - d) Pembelajaran, pembelajaran diperoleh dari perpaduan antara rangsangan, dorongan, tanggapan, dan penguatan pengalaman yang diterima oleh konsumen.
- 3) Faktor Pribadi

Faktor Pribadi merupakan faktor yang dipengaruhi oleh demografis seperti:

- a) Umur dan Siklus Hidup, umur seseorang akan memengaruhi kebutuhan dan keinginan mereka akan produk dan barang yang akan dibeli. Orang akan membeli produk yang berubah selama hidupnya yang dipengaruhi oleh tahapan siklus hidup.

- b) Pekerjaan, pekerjaan akan berhubungan penghasilan dan kemampuan untuk membeli produk dan jasa. Pekerjaan juga akan berpengaruh pada pola konsumsi.
 - c) Kondisi ekonomi, kondisi ekonomi dapat memengaruhi niat masyarakat dalam melakukan pembelian. Keadaan perekonomian akan memengaruhi pilihan produk oleh karena itu tim marketing perlu memperhatikan pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga.
 - d) Gaya hidup, gaya hidup akan berpengaruh terhadap konsumsi seseorang karena gaya hidup berhubungan dengan minat, kegiatan, dan pendapatnya.
 - e) Kepribadian dan konsep diri, merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dan memiliki respons terhadap lingkungan relatif konsisten.
- 4) Faktor Sosial

Faktor sosial merupakan kelompok acuan yang berpengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung pada perilaku konsumen. Faktor sosial seperti keluarga, kelompok referensi dan peran memiliki pengaruh kepada konsumen dalam menentukan pilihan.

- a) Keluarga, keluarga merupakan bagian dari kelompok referensi utama yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Anggota keluarga dianggap sebagai kelompok referensi utama yang paling berpengaruh dalam proses pembelian.
- b) Kelompok referensi, seperti teman, orang yang berada di lingkungan kita yang dapat memengaruhi pendapat, sikap, dan norma. Kelompok

referensi akan memberi masukan ketika konsumen ingin membeli produk.

- c) Peran dan status, setiap orang memiliki peran dan berinteraksi dalam lingkungan masyarakat, Kelompok masyarakat baik itu keluarga, komunitas, organisasi memiliki peran sebagai sumber informasi bagi konsumen.

2.2.1.3 Aspek dan Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) dalam Isnawati (2021:51) mengemukakan bahwa karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- 1) Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah

Dalam melakukan pembelian barang konsumen tidak lagi memperhatikan manfaat atas barang yang dikonsumsi, melainkan melihat hadiah apa yang ditawarkan dari produk tersebut. Hal ini memberikan pemikiran kepada konsumen bahwa dengan membayar satu produk maka akan mendapatkan produk yang lebih.

- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Pembelian barang yang dilakukan individu karena ketertarikan atas kemasan yang menarik dan unik. Produk yang dibungkus dengan rapi dan menarik akan membuat daya tarik yang lebih kepada konsumen untuk membeli barang tersebut.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Gengsi merupakan salah satu faktor individu membeli barang dengan merek terkenal, karena saat ini konsumen lebih mementingkan penampilan agar terlihat menarik perhatian orang lain.

- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)

Pembelian barang yang dilakukan individu karena kecenderungan menggunakan produk yang mewah, bukan atas dasar kegunaan barang tersebut. Konsumen akan merasa lebih percaya diri dan dihargai apabila telah menggunakan produk yang mahal.

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen selalu beranggapan bahwa membeli barang yang mewah akan memberikan kesan bahwa ia berasal dari kelas sosial yang tinggi dan tentunya dapat menunjang simbol status di masyarakat.

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Pembelian barang yang dilakukan individu karena melihat model yang mengiklankan produk tersebut ataupun model yang mengiklankan tersebut adalah idola dari individu tersebut. Oleh karena itu, produk apapun yang digunakan oleh tokoh idolanya akan menjadi pertimbangan besar dalam membeli produk.

- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif

Harga menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli suatu barang yang diinginkan. Mereka menganggap dengan membeli produk dengan harga yang mahal akan menambah kepercayaan diri mereka.

- 8) Keinginan membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

Konsumen lebih suka menggunakan produk yang sama dengan merek yang berbeda, hal ini kadang dilakukan konsumen untuk melihat kualitas produk dari masing-masing produk.

2.2.1.4 Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam merupakan agama yang didalamnya banyak ajaran yang mengatur segenap perilaku manusia termasuk dalam mengkonsumsi. Islam telah menetapkan aturan-aturan yang sistematis untuk mencegah tumbuhnya perilaku konsumtif. Islam sangat menyadari bahwa di dalam diri manusia ada nafsu *hayawaniyah* yang berwujud keinginan-keinginan berdasarkan kebutuhan dasar hawani. Jika nafsu tersebut tidak diimbangi dengan aturan-aturan yang bersifat mengikat secara individu maka akan terjadi ketidak seimbangan personal yang berakibat kepada munculnya kejahatan yang dampaknya adalah kehidupan sosial (Rasyid, 2019:185).

Dalam agama islam, setiap manusia yang berperilaku konsumtif sudah diperingatkan di dalam Al-Qur'an. Seseorang harus membelanjakan penghasilan atau hartanya sesuai dengan kebutuhan atau aturan syara' agar tidak berlebihan dan juga tidak berlaku kikir. Sebagaimana dalam Surat Al-Isra' ayat 26 yang berbunyi:

وَاتِذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.” (QS Al-Isra’: 26)

Ghoffar (2003:156) dalam bukunya menjelaskan tentang tafsir Ibnu Katsir yang menyebutkan bahwa Allah melarang berlebih-lebihan dalam berinfak, dan menyuruh melakukannya secara seimbang atau pertengahan. Dapat disimpulkan bahwa kita harus menjauhi tindakan mubadzir dan berlebih-lebihan dalam mengeluarkan harta. Juga telah diterangkan dalam Surat Al-A’raf ayat 31 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ
لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS Al-A’raf: 31)

Ghoffar (2003:371) dalam bukunya menjelaskan tentang tafsir Ibnu Katsir yang menyebutkan bahwa Allah mewajibkan agar menghalalkan apa yang Allah halalkan dan mengharamkan apa yang Allah haramkan. Islam melarang kepada kita untuk berbuat yang berlebih-lebihan seperti dalam hal makan, berpakaian, dan berbelanja. Perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam terkait dengan konsumsi, karena dalam agama Islam tidak memperbolehkan manusia untuk mempunyai sikap yang bermewah-mewahan atau berlebih-lebihan serta melarang sikap boros dan mubazir. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bisa berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena

itulah, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan. Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

2.2.2 Kajian tentang Literasi Keuangan

2.2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, literasi berarti kesanggupan membaca dan menulis. Sedangkan dalam hal finansial, literasi keuangan diartikan sebagai kecakapan seseorang dalam hal mengelola dan mengatur keuangan. Istilah literasi keuangan merupakan istilah yang mungkin baru kita dengar, sehingga banyak yang bertanya apa yang dimaksud literasi keuangan tersebut. Literasi keuangan merupakan segala pengetahuan yang memiliki hubungan dengan uang atau sekumpulan informasi yang dimiliki baik berupa fakta, konsep, prinsip dan teknologi yang digunakan sebagai dasar pemanfaatan keuangan (Sufatmi & Purwanto, 2021:320)

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2021:21), Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Sedangkan menurut *Organisation For Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) literasi keuangan diartikan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan resiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang

ekonomi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki seseorang mengenai instrumen dan pengelolaan keuangan.

Australian Securities and Investments (ASIC) dalam *National Financial Literacy Strategy (Annual Highlight Reports 2016 – 2017)* memberikan definisi literasi keuangan sebagai kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat, berdasarkan situasi untuk meningkatkan kesejahteraan finansial. *US Financial Literacy and Education Commission* dalam *US National Strategy for Financial Literacy 2020* menggambarkan literasi keuangan sebagai keterampilan, pengetahuan dan alat yang menjadi bekal bagi individu untuk membuat keputusan dan tindakan keuangan untuk mencapai tujuan keuangan mereka (OJK, 2021:22)

Otoritas Jasa Keuangan mengklasifikasikan literasi keuangan menjadi empat tingkat, yakni sebagai berikut:

- 1) *Well Literate*, pada tingkat ini seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki ketrampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2) *Sufficient Literate*, pada tingkat ini seseorang memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

- 3) *Less Literate*, pada tingkat ini seseorang hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- 4) *Not Literate*, pada tingkat ini seseorang tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki ketrampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh seseorang untuk mengelola keuangannya dengan tujuan untuk kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting dan dibutuhkan bagi masyarakat, karena dengan literasi keuangan yang rendah cenderung masyarakat akan melakukan perencanaan keuangan yang salah sehingga berdampak pada pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak produktif lagi atau masa tua.

2.2.2.2 Aspek Keuangan dalam Literasi Keuangan

Terdapat beberapa aspek keuangan dalam literasi keuangan yang dapat memungkinkan seseorang individu untuk mengoptimalkan atau menerapkan literasi secara maksimal. Silaya (2016:35) menyatakan bahwa aspek-aspek dalam literasi keuangan meliputi:

- 1) Aspek pengetahuan umum keuangan. Berkaitan dengan kemampuan seseorang dalam mengelola aset keuangan pribadi. Dengan menerapkan cara mengelola keuangan yang benar maka seseorang akan mampu memanfaatkan uang yang dimilikinya untuk mencapai tujuan.

- 2) Aspek tabungan. Berkaitan dengan pengetahuan menabung dan meminjam di lembaga keuangan.
- 3) Aspek asuransi. Persiapan dana proteksi merupakan hal yang vital karena setiap orang memiliki kemungkinan untuk mengalami peristiwa yang tidak diinginkan. Berkaitan dengan pengetahuan dasar asuransi dan produk produk asuransi seperti asuransi jiwa, kendaraan dan bangunan.
- 4) Aspek investasi. Berkaitan dengan pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana, dan resiko investasi.

Selanjutnya ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan dalam perencanaan pengelolaan keuangan agar tujuan keuangan dapat terwujud dengan baik, yaitu:

- 1) Evaluasi keuangan pribadi. Dimulai dengan memeriksa kesehatan keuangan yang terjadi saat ini, termasuk memeriksa terhadap pengeluaran dan pemasukan yang telah terjadi. Seperti untuk apa saja uang dikeluarkan, seberapa banyak, dan juga pendapatan yang diperoleh sudah seimbang atau belum.
- 2) Penetapan tujuan keuangan. Menetapkan tujuan keuangan baik dalam jangka pendek maupun untuk jangka panjang dengan mencatatnya dalam sebuah buku khusus pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini dilakukan supaya manajemen keuangan dapat berjalan dengan baik dan tujuan keuangan dapat tercapai secara maksimal.
- 3) Penentuan strategi investasi. Penentuan strategi investasi dilakukan ketika seseorang sudah melakukan perencanaan anggaran dengan baik. Hal ini

dilakukan dengan memilih jenis investasi yang memungkinkan untuk diterapkan dan tentunya dengan menyesuaikan keadaan keuangan dan juga kebutuhan akan investasi.

- 4) Implementasi rencana keuangan. Penerapan rencana keuangan yang baik akan memudahkan seseorang dalam mendisiplinkan diri saat melakukan pengelolaan keuangan. Hal ini bermanfaat supaya kondisi keuangan mengalami peningkatan di masa depan baik bagi diri sendiri maupun keluarga secara efektif dan efisien sesuai dengan kemampuan keuangan yang dimiliki.
- 5) Meninjau, mengevaluasi dan merevisi rencana keuangan. Hal ini dilakukan ketika keempat poin diatas telah dilakukan, yakni melakukan peninjauan ulang terhadap perencanaan keuangan apakah sudah terealisasi atau belum.

2.2.2.3 Literasi Keuangan dalam Perspektif Islam

Islam telah mengajarkan kepada, bagaimana cara mengelola keuangan yang baik. Sehingga kita tidak melakukan kesalahan yang berakibat fatal bagi masa depan kita. Dalam surat Al-Isra' ayat 29-30 yang berbunyi:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا ۗ إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ ۙ كَانَ بِعِبَادِهِ
خَبِيرًا ۙ بَصِيرًا

Artinya: “Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal. Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya.” (QS Al-Isra’: 29-30)

Ghoffar (2003:158) dalam bukunya menjelaskan tentang tafsir Ibnu Katsir yang menyebutkan bahwa Allah memerintahkan untuk berlaku sederhana dalam menjalani hidup, mencela sikap kikir, dan sekaligus melarang dalam bersikap berlebih-lebihan. Hal tersebut dapat juga diimplementasikan dalam mengelola keuangan, kita tidak boleh terlalu pelit ataupun terlalu royal. Allah menggambarkan orang yang tidak mau bersedekah atau orang yang kikir, bakhil, dan pelit diibaratkan seperti orang yang membelenggu tangannya pada leher. Sementara itu Allah juga tidak menginginkan kaum muslimin untuk menafkahkan, menyedekahkan, dan berinfak secara berlebih-lebihan. Allah juga melarang hambanya untuk membelanjakan harta secara berlebihan. Sehingga kita harus bersikap menengah dalam mengelola keuangan dengan bersikap proposional dan menetapkan dalam skala prioritas.

2.2.2.4 Hubungan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Chen dan Volpe (1998) dalam Kumalasari & Soesilo (2019:68) berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan yang salah dalam kegiatan keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki tingkat kemampuan literasi yang rendah akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam hal ini mereka tidak memperhitungkan mana barang atau jasa yang mereka butuhkan terlebih dahulu (prioritas kebutuhan).

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryana (2020), Wahyuni dkk. (2019), Kumalasari dan Soesilo (2019), Yudasella dan Krisnawati (2019), Izazi dkk. (2020), Qurotaa'yun dan Krisnawati (2019) dan Riana (2019).

Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada pengaruh negatif yang dihasilkan oleh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya.

2.2.3 Kajian tentang Gaya Hidup

2.2.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2016:186). Menurut Naqiah dkk (2019:185), gaya hidup merupakan cara hidup yang dapat diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

Gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalani kehidupannya secara umum dan global, juga dapat diartikan sebagai satu paket sikap, tabiat atau harta benda yang berkaitan dengan seseorang atau kumpulan beberapa orang yang memberikan corak kekhasan atas tingkah laku aktivitas dan kegiatan (Rohim & Priyanto, 2021:28). Menurut Simarmata dkk (2021:162), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan melalui kegiatan, minat dan pendapat seseorang.

Secara sederhana, gaya hidup dapat didefinisikan sebagai aktivitas tentang bagaimana seseorang hidup. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka bisa

mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup hedonis memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang selalu menginginkan kehidupan yang penuh dengan kesenangan-senangan agar bisa merasakan kepuasan keinginan, dan memiliki tujuan akhir kehidupan yaitu kesenangan.

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah kemampuan seseorang berinteraksi dengan lingkungannya dan cara seseorang membelanjakan uang yang dimilikinya serta bagaimana seseorang memanfaatkan waktu luang yang dimiliki.

2.2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Dalam Riana (2019:41) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup antara lain:

- 1) Usia. faktor ini sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang mewah. Pada usia produktif, seseorang selalu mempunyai ambisi untuk mampu membeli produk yang mereka inginkan dengan citra merek yang baik.
- 2) Pengalaman. Pengalaman juga sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang tinggi. Pengalaman dari orang lain yang menggunakan barang yang sama sangat berpengaruh kepada konsumen, kemudian pengalaman yang dibuat oleh merek suatu produk juga akan berpengaruh pada minat beli konsumen.
- 3) Ekonomi. Tingkat ekonomi jelas menjadi faktor seseorang untuk menentukan gaya hidup. Karena dengan tingkat ekonomi yang tinggi

konsumen akan memiliki ambisi untuk membeli produk dengan *brand image* yang bagus.

- 4) Lingkungan. Lingkungan yang sangat berperan untuk mempengaruhi seseorang untuk membeli produk yang bagus. Pengalaman keluarga dan kerabat menggunakan produk yang sama selalu menjadi referensi konsumen untuk menggunakan produk yang sama.
- 5) Kebutuhan. Bagi kalangan yang memiliki gaya hidup menengah keatas, kebutuhan merupakan alasan terakhir konsumen untuk membeli produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas *brand image* yang konsistenm meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.

2.2.3.3 Indikator Gaya Hidup

Naqiah dan Sunardi (2019:185) menjelaskan indikator gaya hidup diantaranya:

- 1) *Activity* (aktivitas). Aktivitas merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam aktivitas diungkapkan apa yang dikerjakan oleh seorang konsumen, kegiatan apa yang dilakukan konsumen ketika mengisi waktu luang dan produk apa saja yang dibeli oleh konsumen. Kegiatan ini biasanya sulit untuk diamati, karena memang tindakan yang dilakukan oleh konsumen ini jarang dapat diukur secara langsung.
- 2) *Interest* (minat). Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Dalam minat dijelaskan

apa saja kegemaran, kesukaan, minat dan prioritas utama dalam hidup seorang konsumen. Minat disini lebih ditekankan pada kegemaran dan kesukaan konsumen dalam mengkonsumsi produk dan jasa yang diinginkan.

- 3) *Opinion* (opini). Opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri juga dapat diartikan sebagai perasaan dan pandangan konsumen dalam menanggapi permasalahan-permasalahan yang terjadi baik secara global, lokal atau moral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan harapan dan evaluasi, penafsiran, seperti antisipasi sehubungan peristiwa di masa akan datang, kepercayaan mengenai maksud orang lain dan sebagainya.

2.2.3.4 Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Dalam agama Islam, gaya hidup seseorang yang mengimplementasikan nilai-nilai islam dapat dikenal sebagai gaya hidup halal. Makna kata halal secara umum mencakup pada segala hal yang berhubungan dengan kehidupan dan gaya hidup manusia. Dalam praktiknya, gaya hidup halal merupakan gaya hidup dengan mempraktikkan dan mengaplikasikan nilai-nilai syariah Islam dalam keseharian hidup. Nilai-nilai Islam yang diimplementasikan dalam setiap aktivitas keseharian manusia dalam menjalani kehidupannya. Sehingga dalam keseharian hidup manusia, nilai-nilai dan ajaran Islam akan menjadi *way of life* (Rohim & Priyatno, 2021:29).

1) Membangun kesadaran Halal

Kesadaran akan barang dan konsumsi halal merupakan hal pertama dalam membangun pola dan gaya hidup halal. Gaya hidup halal dibangun dengan menumbuhkan kesadaran akan makna halal pada barang atau makanan yang dikonsumsi. Selain itu, halal juga diimplementasikan dalam bertransaksi dengan pihak lain. Sehingga setiap transaksi yang dilakukan terbebas dari unsur-unsur yang diharamkan seperti *maysir*, *gharar*, dan *riba*.

2) Prinsip Halal dan *Thoyyib*

Islam mengajarkan bahwa makanan yang dikonsumsi haruslah mengandung unsur halal dan juga *thoyyib*. Halal dimaknai sebagai makanan yang dibolehkan untuk dikonsumsi secara syariah. Sedangkan *thoyyib* berarti makanan yang memenuhi standar kualitas gizi, serta jaminan akan kesehatan dan keamanan.

3) Larangan *Tabdzir* dan *Israf*

Keseimbangan dalam berkonsumsi diimplementasikan dengan menghindari perilaku *tabzir* (boros) dan *israf* (berlebihlebian). Sehingga konsumsi dalam Islam menekankan kemaslahatan bagi individu dan juga maslahat bagi masyarakat. Pola membelanjakan harta yang sesuai kebutuhan dan pembelanjaan pada hal-hal yang benar sesuai *syariah*, merupakan manifestasi gaya hidup yang sesuai dengan nilai *syariah*.

4) Keseimbangan konsumsi dan berdonasi

Implementasi keseimbangan antara konsumsi dan donasi dalam kehidupan bermasyarakat merupakan bentuk ketaatan kepada nilai-nilai syariah. Sehingga aktualisasi nilai syariah dalam bentuk konsumsi dan berdonasi dalam keseharian, menjadikan aktivitas tersebut sebagai gaya hidup halal.

2.2.3.5 Hubungan Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif

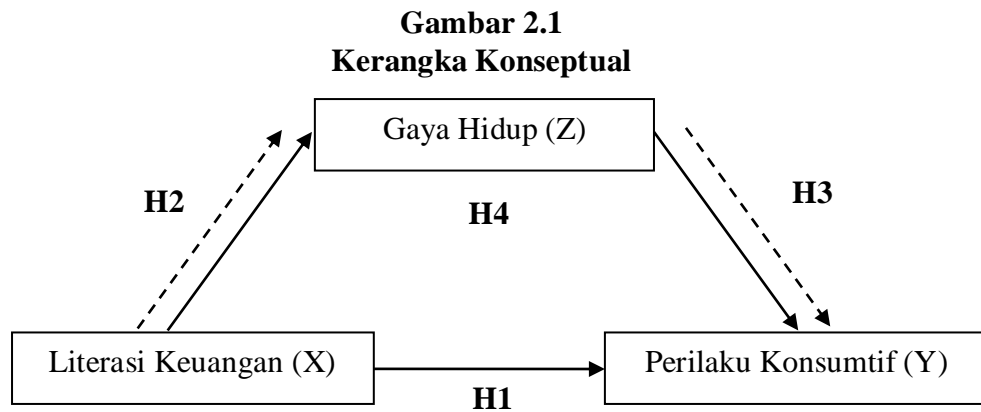
Gaya hidup dapat diamati melalui aktivitas, minat dan opini yang dilakukan oleh mahasiswa. Apabila perilaku konsumtif tersebut terus dilakukan tanpa adanya pemikiran panjang maka akan berakibat terjadinya tindakan pemborosan dimana seseorang tidak akan dapat membedakan mana yang benar-benar dibutuhkan dan mana yang hanya sekedar keinginan semata (Haryana, 2020:34).

Penelitian sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dkk. (2019), Silalahi (2020), Riana (2019), Puryasari (2019), Rismayanti dan Oktapiani (2020), Avida dan Rokhmani (2021), Gunawan dan Carissa (2021), Khaidarsyah dan Haruna (2021), Fariana dkk. (2021), dan Zahra dan Anoraga (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif seseorang. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka perilaku konsumtif juga akan semakin tinggi.

2.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Untuk variabel

intervening adalah gaya hidup. Hubungan antar variabel dapat dijabarkan dengan kerangka konsep sebagai berikut:



H1. Haryana (2020), Wahyuni dkk (2019), Kumalasari & Soesilo (2019), Yudasella & Krisnawati (2019), Izazi dkk (2020), Qurrotaa'yun & Krisnawati (2019), Riana (2019).

H2. Ulumudiniati & Asandimitra (2022), Hastuti dkk (2019), Velina & Rizky (2022).

H3. Zahra & Anoraga (2021), Isnawati & Kurniawan (2021)

H4. Zahra & Anoraga (2021), Isnawati & Kurniawan (2021) Ulumudiniati & Asandimitra (2022), Velina & Rizky (2022).

Dari kerangka konseptual diatas dapat diasumsikan bahwasannya literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan gaya hidup menjadi variabel *intervening* yang akan mempengaruhi secara tidak langsung pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan terkaan jawaban dari rumusan masalah yang telah disebutkan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis bersifat sementara karena jawaban

tersebut hanya bersandar pada teori. (Yusuf, 2017:130) menjelaskan bahwa secara etimologi, hipotesis adalah perpaduan dari dua kata yaitu *hypo* dan *thesis*. *Hypo* memiliki arti kurang dari dan *thesis* memiliki arti pendapat atau tesis. Secara harfiah hipotesis bisa diartikan sebagai suatu pernyataan yang bersifat sementara yang harus dibuktikan lagi kebenarannya.

Literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, hal tersebut dapat terjadi karena semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan berpengaruh terhadap pengelolaan pengeluaran uangnya sehingga seseorang akan melakukan perencanaan keuangan yang baik. Implementasi dari tingginya tingkat literasi keuangan dapat dituangkan dalam perilaku konsumtif seseorang. Literasi keuangan juga berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sehingga terdapat hubungan tidak langsung ketiga variabel tersebut.

2.4.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2021:21) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Menurut Kotler dan Keller (2016:179) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka. Secara teori terjadi perbedaan, literasi keuangan mengarah pada pengelolaan uang yang

baik sehingga tercapai kehidupan yang sejahtera. Sedangkan perilaku konsumtif lebih mengarah pada penggunaan uang untuk memenuhi kepuasan diri.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryana (2020), Wahyuni dkk. (2019), Kumalasari dan Soesilo (2019), Yudasella dan Krisnawati (2019), Izazi dkk. (2020), Qurotaa'yun dan Krisnawati (2019), dan Riana (2019). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ada pengaruh negatif yang dihasilkan oleh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Seseorang yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan yang salah dalam kegiatan keuangan mereka. karena dalam hal ini mereka tidak memperhitungkan mana barang atau jasa yang mereka butuhkan terlebih dahulu.

Zahra dan Anoraga (2021) melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kedua variabel. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat gaya hidupnya. Banyak orang yang tetap berperilaku konsumtif karena kurangnya penerapan ilmu keuangan yang didapatkan, sehingga meskipun memiliki literasi keuangan yang tinggi akan tetapi tetap berperilaku konsumtif.

Berdasarkan teori yang dipaparkan dan *research gap* penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh Negatif terhadap Perilaku Konsumtif

2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (OJK, 2021:21). Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2016:186).

Literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup. Merujuk pada penelitian 'Ulumudiniati dan Asandimitra (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap gaya hidup. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat gaya hidup seseorang. Hasil tersebut didukung oleh penelitian Hastuti dkk. (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan berhubungan negatif terhadap gaya hidup. Velina & Rizky (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup. Hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh positif antara kedua variabel, semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin tinggi pula gaya hidupnya.

Berdasarkan teori yang dipaparkan dan *research gap* penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Literasi Keuangan berpengaruh Negatif terhadap Gaya Hidup

2.4.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dan Keller (2016:186) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang

menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Kotler dan Keller (2016:179) dalam bukunya menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa ada beberapa pengaruh yang dihasilkan oleh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ada pengaruh negatif dan positif, karena gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Penelitian yang dilakukan oleh Zahra dan Anoraga (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian Isnawati dan Kurniawan (2021) menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan teori yang dipaparkan dan *research gap* penelitian-penelitian terdahulu, maka hipotesis ketiga dalam peneltian ini adalah sebagai berikut:

H3: Gaya Hidup berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif

2.4.4 Gaya Hidup Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler & Keller, 2016:186). Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2021:21) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam

rangka mencapai kesejahteraan. Kotler dan Keller (2016:179) dalam bukunya menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan mereka.

Beberapa penelitian menyebutkan bahwa ada beberapa pengaruh yang dihasilkan oleh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ada pengaruh negatif dan positif, karena gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, serta perilakunya termasuk perilaku membeli. Penelitian yang dilakukan oleh Zahra dan Anoraga (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian Isnawati dan Kurniawan (2021) menyebutkan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup. Merujuk pada penelitian 'Ulumudiniati dan Asandimitra (2022) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap gaya hidup. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat gaya hidup seseorang. Velina & Rizky (2022) melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup. Hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh positif antara kedua variabel, semakin tinggi literasi keuangan seseorang maka akan semakin tinggi pula gaya hidupnya.

H4: Gaya hidup dapat mempengaruhi Secara Tidak Langsung Hubungan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah model penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang terorganisir dan mengukur informasi berupa data yang akan digeneralisasikan (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:18). Proses pendekatan deskriptif dipilih dengan pertimbangan bahwa peneliti ingin mengetahui dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan gaya hidup sebagai variabel *intervening*. Literasi keuangan akan diukur pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif dan akan dibandingkan hasilnya apabila terdapat gaya hidup sebagai *intervening*.

3.2 Lokasi Penelitian

Untuk mendapatkan informasi data yang diperlukan sebagai bahan penelitian, maka daerah penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah Perguruan Tinggi atau Universitas, di mana daerah ini sesuai dengan tujuan pembahasan penelitian. Perguruan tinggi yang dipilih adalah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berpusat di Fakultas Ekonomi. Penentuan lokasi ini berdasarkan jenis kelompok individu itu berada, yaitu mahasiswa. Mereka adalah perkumpulan orang-orang yang terkait erat dengan literasi keuangan, perilaku konsumtif dan peningkatan gaya hidup.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang diteliti. Populasi merupakan kumpulan dari individu dengan kualitas ciri-ciri yang telah ditetapkan. Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:66). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Sampel merupakan bagian dari populasi. Analisis data sampel secara kuantitatif menghasilkan statistik sampel (*sample statistics*) yang digunakan untuk mengestimasi parameter populasinya (*population parameters*). Peneliti dapat meneliti seluruh elemen atau anggota populasi (*sensus*), atau meneliti sebagian dari elemen populasi (*penelitian sampel*) (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:67). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2018 dan 2019. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sudah mengampu mata kuliah manajemen keuangan dan mata kuliah keuangan lainnya.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan rician sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Jurusan	Tahun	Jumlah Mahasiswa
Manajemen	2018	227
Akuntansi		119
Perbankan Syariah		138
Manajemen	2019	236
Akuntansi		115
Perbankan Syariah		122
Total		957

Sumber: Web FE UIN Malang 2022

Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Solvin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel atau jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel; e=0,1

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 957 mahasiswa, sehingga persentase kelonggaran yang digunakan adalah 0,1 dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk menghitung jumlah sampel penelitian, dengan menggunakan perhitungan sebagai berikut:

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

$$= \frac{957}{1+957(0,1)^2}$$

$$= 90,53$$

Berdasarkan perhitungan sampel di atas, maka jumlah sampel yang dapat digunakan sebagai responden pada penelitian ini disesuaikan menjadi sebanyak 91 sampel dan akan dibulatkan menjadi 100 sampel.

3.5 Data dan Jenis data

Data merupakan ukuran suatu nilai. Data yang telah diproses disebut sebagai informasi. Syarat-syarat data yang baik, antara lain: data harus akurat, data harus relevan, dan data harus *up to date*. Tanpa data yang akurat dan relevan tersebut, maka tujuan penelitian yang akan dicapai tidak akan mungkin terwujud (Samsu, 2017:94). Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber penelitian atau sumber pertama (Kurniawan & Puspatiningtyas, 2016:78). Penelitian ini menggunakan data primer berupa data yang didapatkan dari penyebaran angket berupa kuesioner yang berkaitan dengan tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data dokumentasi, data yang diterbitkan atau sumber data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain terlebih dahulu dan data tersebut sudah relevan dengan penelitian yang dilakukan (Kurniawan & Puspatiningtyas, 2016:78). Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa data

yang terkait dalam kebutuhan penelitian literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup yang berbentuk kalimat, gambar, serta teori-teori yang bersumber dari literatur buku maupun jurnal.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan dan penganalisan data ialah peringkat penting untuk menjamin kejayaan atau kegagalan sesuatu kajian. Sebelum data dianalisis menjadi sebuah temuan, terlebih dahulu data harus dikumpulkan dengan menggunakan teknik tertentu, yang dalam hal ini lazimnya dilakukan dengan metode/teknik pengumpulan data (Samsu, 2017:146).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data penelitian yaitu dengan kuisisioner. Kuisisioner dilakukan secara tidak langsung dengan memberikan pertanyaan dan beberapa pilihan jawabannya. Pengumpulan data kuisisioner dikumpulkan pada *google form*, sehingga data dapat diolah dengan aplikasi tertentu. Metode kuisisioner yang digunakan yaitu Metode kuisisioner tertutup, merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisisioner atau daftar pertanyaan yang telah ditentukan pilihan jawabannya.

3.7 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang digunakan dalam alat ukur penelitian (Sugiyono, 2013:92). Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok tentang suatu fenomena

(Sugiyono, 2013:93). Penelitian ini memberikan pilihan respons lima kategori dengan nilai 1, 2, 3, 4 dan 5. Yaitu:

Tabel 3.2
Tafsiran Nilai Rata-Rata

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Sumber: Sugiyono, 2013:92

Dalam skala likert mengukur sikap responden, subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan pribadi mereka terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Variabel yang diukur dijadikan titik tolak dalam menyusun pertanyaan.

3.8 Definisi Operasional Variabel

Kurniawan dan Puspaningtyas (2016:42) menjelaskan bahwa dalam menggunakan pendekatan kuantitatif, variabel penelitian perlu didefinisikan. Hal ini bertujuan untuk memperjelas arti variabel secara operasional. Variabel dalam penelitian ini antara lain:

3.8.1 Variabel Independen

Apabila ada dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang mempengaruhi atau variabel penyebab tersebut merupakan variabel bebas atau variabel independen (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:43). Variabel independen dalam penelitian ini adalah variabel literasi keuangan.

3.8.2 Variabel Dependen

Apabila ada dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah bahwa perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel yang lain, maka variabel yang dipengaruhi atau variabel yang disebabkan merupakan variabel tidak bebas atau variabel dependen (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:43). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah variabel perilaku konsumtif.

3.8.3 Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* merupakan variabel yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan dependen. Variabel ini juga sering disebut sebagai variabel yang berada di antara variabel independen dan variabel dependen (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016:43). Variabel *intervening* dalam penelitian ini adalah variabel gaya hidup.

Tabel 3.3
Variabel Penelitian, Indikator, dan Skala

Variabel	Indikator	Skala
Literasi keuangan (X)	1. Pengetahuan dasar keuangan 2. Simpanan dan pinjaman 3. Asuransi 4. Investasi (Chen & Volpe, 1998)	Likert
Perilaku Konsumtif (Y)	1. Membeli produk karena penawaran khusus 2. Membeli produk karena penampilannya menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan 4. Membeli produk atas pertimbangan harga 5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 7. Membeli produk untuk meningkatkan harga diri 8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (Sumartono, 2002)	Likert
Gaya Hidup (Z)	1. <i>Activity</i> (kegiatan) 2. <i>Interest</i> (minat) 3. <i>Opinion</i> (opini) (Foster et al., 2022)	Likert

Sumber: Data diolah, 2022

3.9 Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel

yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Untuk penelitian yang tidak merumuskan hipotesis, langkah terakhir tidak dilakukan (Sugiyono, 2013:147). Teknik analisis data penelitian kuantitatif menggunakan analisis *Partial Least Square* dan dalam penelitian ini alat yang digunakan untuk analisis data adalah *SmartPLS*.

3.9.1 Metode Analisis *Partial Least Square* (PLS)

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square*. *Partial Least Square* (PLS) merupakan metode analisis yang bersifat *soft modeling* karena tidak mendasarkan pada asumsi data yang harus dengan skala pengukuran, distribusi data dan jumlah sampel tertentu atau dapat dikatakan bisa menggunakan jumlah sampel yang kecil (Anuraga dkk., 2017:258). Tujuan dari penggunaan PLS adalah untuk memprediksi apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap Y serta dapat menjelaskan hubungannya secara teoritis diantara kedua variabel tersebut. PLS juga merupakan metode regresi yang dimana mampu digunakan untuk mengidentifikasi dari kombinasi variabel X sebagai penjelas dan Variabel Y sebagai variabel respon.

Ada 2 hal yang harus dilakukan dalam analisis *Partial Least Square* (PLS) yaitu model pengukuran *outer model* dan model pengukuran *inner model*.

3.9.2 Model Pengukuran *Outer Model*

Outer model yaitu spesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikatornya disebut juga dengan *outer relation* atau *measurement model*, mendefinisikan karakteristik konstruk dengan variabel manifestnya. Pada

penelitian ini menggunakan tiga variabel laten yaitu literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup dengan indikator-indikator variabel bersifat reflektif.

Pengujian dengan PLS dimulai dengan melakukan uji validitas, hal ini dilakukan untuk mengukur kemampuan instrumen penelitian. Ada tiga kriteria pada outer model atau model pengukuran pada uji validitas yaitu *discriminant validity*, *convergent validity* dan *average extracted*. Ukuran refleksi yaitu mengukur korelasi antar item dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 namun untuk penelitian awal nilai *loading* 0,50 sampai 0,60 sudah dianggap cukup (Anuraga dkk., 2017:259)

3.9.3 Model pengukuran *Inner Model*

Inner model menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan teori yang substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square*. Perubahan nilai R^2 dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen tertentu apakah memiliki pengaruh yang substantif. Hasil R^2 sebesar 0,67 mengindikasikan bahwa model baik, 0,33 mengindikasikan model moderat dan 0,19 mengindikasikan model lemah (Anuraga dkk., 2017:258). Pengujian hipotesis & model hubungan antara variabel dilaksanakan memakai dua tahapan, berikut: (1) pengujian koefisien jalur langsung, (2) Pengujian koefisien jalur tidak langsung (Mediasi).

3.9.4 Uji Mediasi dengan *Sobel Test*

Untuk melihat pengaruh tidak langsung atau uji hipotesis maka mediasi yang dilakukan dengan menggunakan uji sobel. *Sobel test* merupakan salah satu

alat yang digunakan untuk menguji tingkat signifikan variabel mediasi. Rumus untuk menghitung sobel tes sebagai berikut:

$$Z: \frac{Ab}{\sqrt{(b^2 SE_a^2) + (a^2 SE_b^2)}}$$

Keterangan :

a = koefisien regresi variabel motivasi terhadap variabel dependen

b = Koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

SE_b = *Standart error of estimation* dari pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependent.

SE_a = *Standar error of estimation* dari pengaruh variabel independent terhadap variabel mediasi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Tempat Penelitian

4.1.1.1 Profil Singkat Universitas

Buku pedoman pendidikan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2018:XIX) menjelaskan bahwa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004. Bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah Departemen Agama, dibentuklah Panitia Pendirian IAIN Cabang Surabaya melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 17 Tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syari'ah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan diresmikan bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 Oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Pada tahun 1997 terjadi peralihan status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Malang berdasarkan 1) Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tanggal 21 Maret 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, 2) Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 296 Tahun 1997 tanggal 30 Juni 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Malang, 3) Surat Keputusan Direktur Jenderal

Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor E/136/1997 tanggal 30 Juni 1997.

Pada tahun 1997 juga mulai membuka beberapa jurusan baru

Pada Tahun 2002, kembali terjadi perubahan status menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS) Malang yang berdasarkan pada Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 353 Tahun 2002 Tanggal 17 Juli 2002 tentang Penunjukan Pelaksanaan MoU antara Menteri Agama dengan Menteri Pendidikan Tinggi dan Riset Sudan tentang Penyelenggaraan Universitas Islam Indonesia Sudan di Indonesia.

Pada Tahun 2004, UIIS berubah status menjadi Universitas Islam Negeri Malang yang berdasar pada Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2004 tanggal 21 Juni 2004. Sejak kelahirannya Universitas Islam Negeri Malang masih belum memiliki nama seperti Universitas Islam Negeri lainnya, sehingga pada tahun 2009 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 65 Tahun 2009 dan diresmikan oleh presiden RI, Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono Universitas Islam Negeri Malang memiliki nama Maulana Malik Ibrahim Malang. Nama tersebut diambil dari nama salah satu wali songo di Jawa Timur.

Kampus ini terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar memiliki cita-cita menjadi *the center of excellence* dan *the center of islamic civilization* sebagai langkah mengimplementasikan ajaran agama islam yang rahmat bagi semesta alam (*al islam rahmatan li al-alamin*). Secara kelembagaan, sampai saat ini Universitas ini memiliki 6 (enam) fakultas dan 1 (satu) Program Pascasarjana, yaitu: (1) Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan,

menyelenggarakan Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI), Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), (2) Fakultas Syari'ah, menyelenggarakan Jurusan al-Ahwal al-Syakhshiyah dan Hukum Bisnis Syari'ah (3) Fakultas Humaniora, menyelenggarakan Jurusan Bahasa dan Sastra Arab, dan Jurusan Bahasa dan Sastra Inggris, dan Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (4) Fakultas Ekonomi, menyelenggarakan Jurusan Manajemen, Akuntansi, Diploma III Perbankan Syariah, dan S-1 Perbankan Syariah (5) Fakultas Psikologi, dan (6) Fakultas Sains dan Teknologi, menyelenggarakan Jurusan Matematika, Biologi, Fisika, Kimia, Teknik Informatika, Teknik Arsitektur dan Farmasi. Adapun Program Pascasarjana mengembangkan 6 (enam) program studi magister, yaitu: (1) Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, (2) Program Magister Pendidikan Bahasa Arab, (3) Program Magister Agama Islam, (4) Program Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), (5) Program Magister Pendidikan Agama Islam, dan (6) Program Magister al-Ahwal al-Syakhshiyah. Sedangkan untuk program doktor dikembangkan 2 (dua) program yaitu (1) Program Doktor Manajemen Pendidikan Islam dan (2) Program Doktor Pendidikan Bahasa Arab.

Visi dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah menjadi universitas Islam terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan profesional, dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan,

teknologi, dan seni yang bernafaskan Islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat. Adapun misi dari Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang:

- a. Mengantarkan mahasiswa memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu dan kematangan profesional.
- b. Memberikan pelayanan dan penghargaan kepada penggali ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni yang bernafaskan Islam.
- c. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni melalui pengkajian dan penelitian ilmiah.
- d. Menjunjung tinggi, mengamalkan, dan memberikan keteladanan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa Indonesia.

4.1.1.2 Profil Singkat Fakultas Ekonomi

Menurut pemaparan dalam buku yang diterbitkan oleh Fakultas Ekonomi UIN Malang (2021:1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Malang berdiri beriringan dengan proses cikal bakal perjalanan panjang Universitas Islam Negeri Malang. Perjalanan tersebut berawal dari berdirinya Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya di Malang. Selanjutnya berturut-turut dan berakhir dengan mengalami perubahan status menjadi Universitas Islam Negeri Malang. Pada tahun 1961 resmi berdiri Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya di Malang yang terdiri dari beberapa Jurusan yaitu Jurusan Pendidikan Agama Islam dan Jurusan Pendidikan Bahasa Arab, Tadris Matematika, Biologi, dan Bahasa Inggris.

Pada tahun 1997 terjadi peralihan status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Malang berdasarkan 1) Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 Tahun 1997 Tanggal 21 Maret 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri, 2) Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 296 Tahun 1997 tanggal 30 Juni 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Malang, 3) Surat Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor E/136/1997 tanggal 30 Juni 1997. Pada tahun 1997 juga mulai membuka beberapa jurusan baru, antara lain Jurusan Syariah dengan Program Studi Akhwal Al-Syakhshiyah dan Mu'amalah (Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2021:1).

Pada Tahun 2001, STAIN menyelenggarakan Program Studi Manajemen (S-1) Konsentrasi Manajemen Syari'ah yang berdasarkan rekomendasi Direktur Jenderal Pendidikan Nasional Nomor 2486/D /T/2001 Tanggal 25 Juli 2001 tentang Pembukaan Program Studi S-1 pada IAIN dan STAIN dalam rangka Wider Mandate di lingkungan Departemen Agama dan dikuatkan dengan Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI Nomor E/213/2001 Tanggal 25 Juli 2001. Pada Tahun 2002, kembali terjadi perubahan status menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS) Malang yang berdasarkan pada Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 353 Tahun 2002 Tanggal 17 Juli 2002 tentang Penunjukan Pelaksanaan MoU antara Menteri Agama dengan Menteri Pendidikan Tinggi dan Riset Sudan tentang Penyelenggaraan Universitas Islam Indonesia Sudan di Indonesia. pada tahun 2002 beberapa jurusan di UIIS dikembangkan menjadi Fakultas, sehingga

terlahirlah Fakultas Ekonomi yang memisahkan diri dari Fakultas Syari'ah (Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2021:2).

Pada Tahun 2004, UIIS berubah status menjadi Universitas Islam Negeri Malang yang berdasar pada Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2004 tanggal 21 Juni 2004. Sejak kelahirannya Universitas Islam Negeri Malang masih belum memiliki nama seperti Universitas Islam Negeri lainnya, sehingga pada tahun 2009 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 65 Tahun 2009 dan diresmikan oleh presiden RI, Dr. H. Susilo Bambang Yudhoyono Universitas Islam Negeri Malang memiliki nama Maulana Malik Ibrahim Malang. Nama tersebut diambil dari nama salah satu wali songo di Jawa Timur. Atas dasar kesepakatan saat itu, nama itu disingkat menjadi Maliki saja (Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2021:3).

Pada periode awal, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang hanya memiliki satu program studi saja, yaitu Manajemen (S-1) yang berdasarkan pada Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI Nomor DJ/54/2005. Tidak berselang lama Program Studi Manajemen memperoleh status tertinggi, yakni terakreditasi "A", berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 005/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 dan Program Studi Manajemen dengan mempertahankan nilai akreditasi "A", berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 4828/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2017. Pada tahun 2020 Program Studi Manajemen memperoleh sertifikat penilaian

standar Asean University Networking Quality Assurance (AUN-QA) Nomor: AP548UINGOCT20. Tahun akademik 2009/2010 Fakultas Ekonomi membuka Program Studi baru yaitu Akuntansi (S-1) dan Perbankan Syariah (D III) berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: Dj.I/309/2008 tentang Izin Pembukaan Studi Strata Satu Akuntansi pada Universitas Islam Negeri Malang. Program Studi Diploma Tiga (D III) pada tahun 2018 dikonversi ke Program Studi S1 Perbankan Syariah berdasarkan Surat Keputusan Rektor Nomor : 1142/Un.03/PP.00.9/02/2018. Selanjutnya pada tahun ajaran 2013/2014, Fakultas Ekonomi kembali membuka Program Studi baru yaitu Program Studi Perbankan Syariah (S-1) berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 619 Tahun 2012 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Strata Satu (S1) Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tahun 2012. Dan pada tahun 2021 Fakultas Ekonomi menyelenggarakan Program Doktor Ekonomi Syariah yang berdasar pada Surat Keputusan Menteri Agama RI Nomor 28 Tahun 2021 dan diperkuat dengan Surat Keputusan Rektor Nomor 210 Tahun 2021 (Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2021:4).

Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki visi yaitu terwujudnya Fakultas Ekonomi integratif dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi Internasional. Adapun Misi dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu 1) Mencetak sarjana Ekonomi yang berkarakter *ulul albab*, dan 2) Menghasilkan

sains ekonomi yang relevan dan budaya asing tinggi (Fakultas Ekonomi UIN Malang, 2021:6).

4.1.2 Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Responden dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah angkatan 2018 dan 2019 dengan total sampel 100 orang. Kuesioner penelitian ini dibagi dalam tiga kategori yaitu sebagai berikut:

4.1.2.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Seluruh kuesioner yang telah dibagikan, berdasarkan jenis kelamin responden terbagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Gambaran umum responden penelitian berdasarkan jenis kelamin, dalam hal ini menggambarkan perbandingan jumlah responden laki-laki dan perempuan, ditabulasikan sebagai berikut:

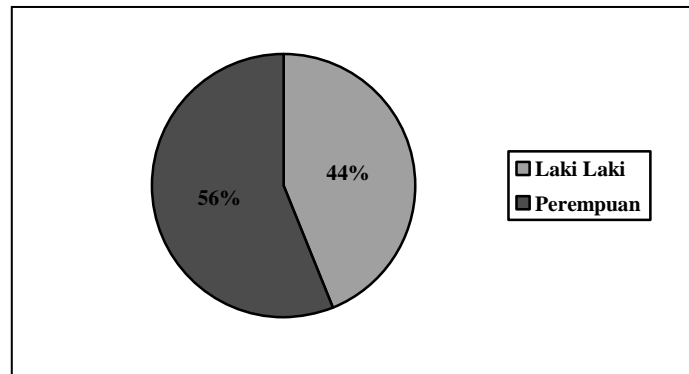
Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	44
Perempuan	56
Jumlah	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 44 orang (44%), sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 56 orang (56%). Berikut ini adalah gambar diagram lingkaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin:

Gambar 4.1
Diagram Jenis Kelamin Responden



Sumber: Data diolah, 2022

4.1.2.2 Kategori Responden Berdasarkan Jurusan

Seluruh kuesioner yang telah dibagikan, berdasarkan Jurusan responden terbagi menjadi tiga yaitu Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah. Gambaran umum responden penelitian berdasarkan Jurusan, dalam hal ini menggambarkan perbandingan jumlah responden Jurusan Manajemen, Akuntansi, dan Perbankan Syariah, ditabulasikan sebagai berikut:

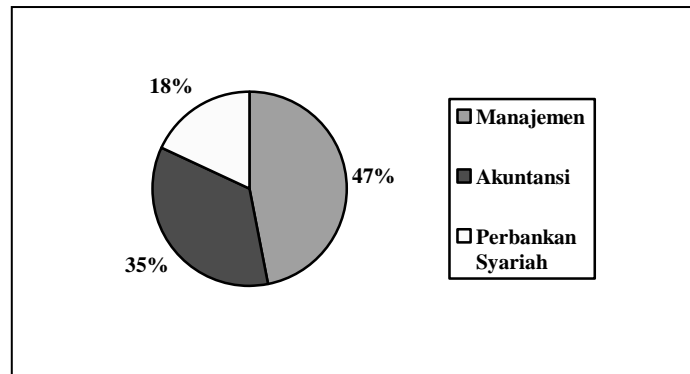
Tabel 4.2
Jurusan Responden

Jurusan	Jumlah
Manajemen	47
Akuntansi	35
Perbankan Syariah	18
Jumlah	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden Jurusan Manajemen sebanyak 47 orang (47%), jumlah responden Jurusan Akuntansi sebanyak 35 orang (35%), sedangkan jumlah responden Jurusan Perbankan Syariah sebanyak 18 orang (18%). Berikut ini adalah gambar diagram lingkaran persentase responden berdasarkan Jurusan:

Gambar 4.2
Diagram Jurusan Responden



Sumber: Data diolah, 2022

4.1.2.3 Kategori Responden Berdasarkan Angkatan

Seluruh kuesioner yang telah dibagikan, berdasarkan tahun angkatan responden terbagi menjadi dua yaitu tahun 2018 dan 2019. Gambaran umum responden penelitian berdasarkan tahun angkatan, dalam hal ini menggambarkan perbandingan jumlah responden angkatan tahun 2018 dan 2019, ditabulasikan sebagai berikut:

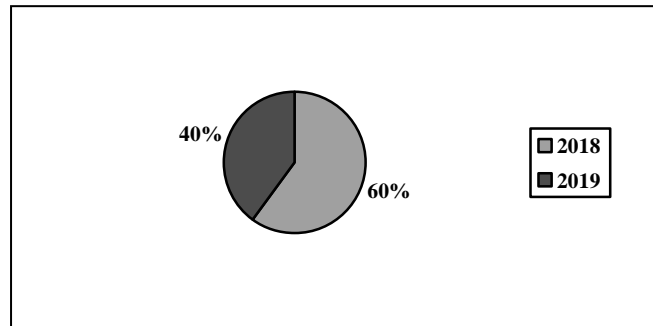
Tabel 4.3
Tahun Angkatan Responden

Tahun Angkatan	Jumlah
2018	60
2019	40
Jumlah	100

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel di atas, menunjukkan bahwa jumlah responden tahun angkatan 2018 sebanyak 60 orang (60%), sedangkan jumlah responden tahun angkatan 2019 sebanyak 40 orang (40%). Berikut ini adalah gambar diagram lingkaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin:

Gambar 4.3
Diagram Tahun Angkatan Responden



Sumber: Data diolah, 2022

4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Jawaban setiap item dari instrumen penelitian yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2013:93). Untuk keperluan dalam analisis kuantitatif, maka setiap jawaban memiliki skor seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Bobot Nilai Setiap Pertanyaan

Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
5	4	3	2	1

Sumber: Sugiyono, (2013:93)

4.1.3.1 Variabel Literasi Keuangan (X)

Tabel 4.5
Deskripsi Variabel Literasi Keuangan (X)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0%	0	0%	3	3%	31	31%	66	66%	4.630
X1.2	0	0%	0	0%	1	1%	23	23%	76	76%	4.750
X1.3	4	4%	9	9%	36	36%	23	23%	28	28%	3.620
X1.4	0	0%	0	0%	4	4%	40	40%	56	56%	4.520

X1.5	0	0%	0	0%	3	3%	26	26%	71	71%	4.680
X1.6	0	0%	1	1%	6	6%	32	32%	61	61%	4.530
X1.7	0	0%	0	0%	1	1%	28	28%	71	71%	4.700
X1.8	0	0%	1	1%	19	19%	37	37%	43	43%	4.220
X1.9	0	0%	1	1%	7	7%	40	40%	52	52%	4.430
X1.10	0	0%	3	3%	27	27%	34	34%	36	36%	4.030
X1.11	0	0%	0	0%	2	2%	43	43%	55	55%	4.530
X1.12	0	0%	0	0%	4	4%	36	36%	60	60%	4.560

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada item X1.1, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, 31 responden atau 31% menyatakan setuju, dan 66 responden atau 66% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.2, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 1 responden atau 1% menyatakan netral, 23 responden atau 23% menyatakan setuju, dan 76 responden atau 76% menyatakan sangat setuju.

Pada item X1.3, sebanyak 4 responden atau 4% menyatakan sangat tidak setuju, 9 responden atau 9% menyatakan tidak setuju, 36 responden atau 36% menyatakan netral, 23 responden atau 23% menyatakan setuju, dan 28 responden atau 28% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.4, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, 40 responden atau 40% menyatakan setuju, dan 56 responden atau 56% menyatakan sangat setuju.

Item X1.5 menunjukkan bahwa, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 3 responden atau 3% menyatakan netral, 26 responden atau 26% menyatakan setuju, dan 71 responden atau 71% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.6, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju, 6 responden atau 6% menyatakan netral, 32 responden atau 32% menyatakan setuju, dan 61 responden atau 61% menyatakan sangat setuju.

Pada item X1.7, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 1 responden atau 1% menyatakan netral, 28 responden atau 28% menyatakan setuju, dan 71 responden atau 71% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.8, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju, 19 responden atau 19% menyatakan netral, 37 responden atau 37% menyatakan setuju, dan 43 responden atau 43% menyatakan sangat setuju.

Item X1.9 menunjukkan bahwa, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 1 responden atau 1% menyatakan tidak setuju, 7 responden atau 7% menyatakan netral, 40 responden atau 40% menyatakan setuju, dan 52 responden atau 52% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.10, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 3 responden atau 3% menyatakan tidak setuju, 27 responden atau 27% menyatakan

netral, 34 responden atau 34% menyatakan setuju, dan 36 responden atau 36% menyatakan sangat setuju.

Pada item X1.11, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 2 responden atau 2% menyatakan netral, 43 responden atau 43% menyatakan setuju, dan 55 responden atau 55% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item X1.12, sebanyak 0 responden atau 0% menyatakan sangat tidak setuju, 0 responden atau 0% menyatakan tidak setuju, 4 responden atau 4% menyatakan netral, 36 responden atau 36% menyatakan setuju, dan 60 responden atau 60% menyatakan sangat setuju.

Berdasarkan tabel 4.5 nilai rata-rata (mean) tertinggi adalah pada item X1.2 dengan nilai 4,75 yaitu tentang pernyataan bahwa pengelolaan uang yang baik dapat membantu pembuatan rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa rencana keuangan yang baik akan berdampak positif pada perencanaan keuangan. Sedangkan nilai rata-rata (mean) terendah adalah pada item X1.3 dengan nilai 3,62 yaitu tentang pernyataan bahwa pengeluaran pribadi tidak pernah melebihi pemasukan saya. Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui untuk menjawab netral. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden masih banyak yang ragu-ragu dalam memastikan bahwa pengeluarannya tidak melebihi pemasukan. Hal ini bisa terjadi karena responden masih belum menguasai tentang perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik. Tabel 4.5 juga menunjukkan bahwa mayoritas responden

menjawab sangat setuju sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki literasi keuangan yang cukup tinggi. Hal tersebut sejalan dengan *background* responden yang notabnya sudah menerima banyak materi tentang keuangan di bangku kuliah.

4.1.3.2 Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	8	8%	22	22%	36	36%	20	20%	14	14%	3.100
Y1.2	7	7%	18	18%	31	31%	31	31%	13	13%	3.250
Y1.3	7	7%	6	6%	29	29%	38	38%	20	20%	3.580
Y1.4	12	12%	15	15%	37	37%	16	16%	20	20%	3.170
Y1.5	15	15%	13	13%	33	33%	21	21%	18	18%	3.140
Y1.6	18	18%	17	17%	31	31%	18	18%	16	16%	2.970
Y1.7	15	15%	16	16%	28	28%	28	28%	13	13%	3.080
Y1.8	17	17%	14	14%	32	32%	26	26%	11	11%	3.000
Y1.9	7	7%	12	12%	37	37%	23	23%	21	21%	3.390

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada item Y1.1, sebanyak 8 responden atau 8% menyatakan sangat tidak setuju, 22 responden atau 22% menyatakan tidak setuju, 36 responden atau 36% menyatakan netral, 20 responden atau 20% menyatakan setuju, dan 14 responden atau 14% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Y1.2, sebanyak 7 responden atau 7% menyatakan sangat tidak setuju, 18 responden atau 18% menyatakan tidak setuju, 31 responden atau 31% menyatakan netral, 31 responden atau 31% menyatakan setuju, dan 13 responden atau 13% menyatakan sangat setuju.

Pada item Y1.3, sebanyak 7 responden atau 7% menyatakan sangat tidak setuju, 6 responden atau 6% menyatakan tidak setuju, 29 responden atau 29% menyatakan netral, 38 responden atau 38% menyatakan setuju, dan 20 responden atau 20% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Y1.4, sebanyak 12 responden atau 12% menyatakan sangat tidak setuju, 15 responden atau 15% menyatakan tidak setuju, 37 responden atau 37% menyatakan netral, 16 responden atau 16% menyatakan setuju, dan 20 responden atau 20% menyatakan sangat setuju.

Item Y1.5 menunjukkan bahwa, sebanyak 15 responden atau 15% menyatakan sangat tidak setuju, 13 responden atau 13% menyatakan tidak setuju, 33 responden atau 33% menyatakan netral, 21 responden atau 21% menyatakan setuju, dan 18 responden atau 18% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Y1.6, sebanyak 18 responden atau 18% menyatakan sangat tidak setuju, 17 responden atau 17% menyatakan tidak setuju, 31 responden atau 31% menyatakan netral, 18 responden atau 18% menyatakan setuju, dan 16 responden atau 16% menyatakan sangat setuju.

Pada item Y1.7, sebanyak 15 responden atau 15% menyatakan sangat tidak setuju, 16 responden atau 16% menyatakan tidak setuju, 28 responden atau 28% menyatakan netral, 28 responden atau 28% menyatakan setuju, dan 13 responden atau 13% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Y1.8, sebanyak 17 responden atau 17% menyatakan sangat tidak setuju, 14 responden atau 14% menyatakan tidak setuju, 32 responden atau 32% menyatakan netral, 26 responden atau 26% menyatakan setuju, dan 11 responden atau 11% menyatakan

sangat setuju. Pada item Y1.9, sebanyak 7 responden atau 7% menyatakan sangat tidak setuju, 12 responden atau 12% menyatakan tidak setuju, 37 responden atau 37% menyatakan netral, 23 responden atau 23% menyatakan setuju, dan 21 responden atau 21% menyatakan sangat setuju.

Berdasarkan tabel 4.6 nilai rata-rata (mean) tertinggi adalah pada item Y1.3 dengan nilai 3,58 yaitu tentang pernyataan bahwa seseorang suka membeli produk yang membuat penampilannya menjadi lebih keren, gaul dan *trendy*. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui bahwa seseorang suka membeli produk untuk terlihat lebih menarik, sekaligus juga menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat konsumsi yang tinggi ditunjukkan dengan minat responden untuk berpenampilan menarik. Sedangkan nilai rata-rata (mean) terendah adalah pada item Y1.6 dengan nilai 2,97 yaitu tentang pernyataan bahwa seseorang tertarik membeli produk yang diiklankan artis/*influencer* yang diidolakan. Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden menyetujui untuk menjawab netral. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden masih banyak yang ragu-ragu atau labil dalam memastikan bahwa artis/*influencer* berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya. Tabel 4.6 juga menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab netral sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden masih belum bisa menerapkan ilmu tentang keuangan yang dimiliki.

4.1.3.3 Variabel Gaya Hidup (Z)

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Gaya Hidup (Z)

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Z1.1	8	8%	22	22%	25	25%	32	32%	13	13%	3.200
Z1.2	13	13%	37	37%	28	28%	15	15%	7	7%	2.660
Z1.3	34	34%	38	38%	15	15%	7	7%	6	6%	2.130
Z1.4	23	23%	30	30%	26	26%	16	16%	5	5%	2.500
Z1.5	31	31%	39	39%	17	17%	5	5%	8	8%	2.200
Z1.6	16	16%	34	34%	31	31%	11	11%	8	8%	2.610
Z1.7	17	17%	24	24%	36	36%	13	13%	10	10%	2.750
Z1.8	15	15%	26	26%	31	31%	18	18%	10	10%	2.820
Z1.9	10	10%	15	15%	29	29%	28	28%	18	18%	3.290
Z1.10	28	28%	26	26%	30	30%	8	8%	8	8%	2.420

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa pada item Z1.1, sebanyak 8 responden atau 8% menyatakan sangat tidak setuju, 22 responden atau 22% menyatakan tidak setuju, 25 responden atau 25% menyatakan netral, 32 responden atau 32% menyatakan setuju, dan 13 responden atau 13% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Z1.2, sebanyak 13 responden atau 13% menyatakan sangat tidak setuju, 37 responden atau 37% menyatakan tidak setuju, 28 responden atau 28% menyatakan netral, 15 responden atau 15% menyatakan setuju, dan 7 responden atau 7% menyatakan sangat setuju.

Pada item Z1.3, sebanyak 34 responden atau 34% menyatakan sangat tidak setuju, 38 responden atau 38% menyatakan tidak setuju, 15 responden atau 15% menyatakan netral, 7 responden atau 7% menyatakan setuju, dan 6 responden atau

6% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Z1.4, sebanyak 23 responden atau 23% menyatakan sangat tidak setuju, 30 responden atau 30% menyatakan tidak setuju, 26 responden atau 26% menyatakan netral, 16 responden atau 16% menyatakan setuju, dan 5 responden atau 5% menyatakan sangat setuju.

Item Z1.5 menunjukkan bahwa, sebanyak 31 responden atau 31% menyatakan sangat tidak setuju, 39 responden atau 39% menyatakan tidak setuju, 17 responden atau 17% menyatakan netral, 5 responden atau 5% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 8% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Z1.6, sebanyak 16 responden atau 16% menyatakan sangat tidak setuju, 34 responden atau 34% menyatakan tidak setuju, 31 responden atau 31% menyatakan netral, 11 responden atau 11% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 8% menyatakan sangat setuju.

Pada item Z1.7, sebanyak 17 responden atau 17% menyatakan sangat tidak setuju, 24 responden atau 24% menyatakan tidak setuju, 36 responden atau 36% menyatakan netral, 13 responden atau 13% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Z1.8, sebanyak 15 responden atau 15% menyatakan sangat tidak setuju, 26 responden atau 26% menyatakan tidak setuju, 31 responden atau 31% menyatakan netral, 18 responden atau 18% menyatakan setuju, dan 10 responden atau 10% menyatakan sangat setuju.

Item Z1.9 menunjukkan bahwa, sebanyak 10 responden atau 10% menyatakan sangat tidak setuju, 15 responden atau 15% menyatakan tidak setuju, 29 responden atau 29% menyatakan netral, 28 responden atau 28% menyatakan

setuju, dan 18 responden atau 18% menyatakan sangat setuju. Selanjutnya pada item Z1.10, sebanyak 28 responden atau 28% menyatakan sangat tidak setuju, 26 responden atau 26% menyatakan tidak setuju, 30 responden atau 30% menyatakan netral, 8 responden atau 8% menyatakan setuju, dan 8 responden atau 8% menyatakan sangat setuju.

Berdasarkan tabel 4.7 nilai rata-rata (mean) tertinggi adalah pada item Z1.9 dengan nilai 3,29 yaitu tentang pernyataan bahwa seseorang sudah mengetahui jenis dan merek produk *fashion* yang cocok untuk menunjang penampilannya. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah mengetahui produk apa saja yang cocok untuk dirinya. Sedangkan nilai rata-rata (mean) terendah adalah pada item Z1.3 dengan nilai 2,13 yaitu tentang pernyataan bahwa seseorang sering pergi liburan di tempat yang mewah. Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak menyetujui tentang sering pergi liburan ke tempat mewah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki banyak alternatif tempat liburan lainnya yang tidak membutuhkan biaya yang banyak. Tabel 4.5 juga menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab tidak setuju sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki taraf gaya hidup yang menengah ke bawah.

4.1.4 Pengujian Model Struktural

4.1.4.1 Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

(1) *Discriminat Validity*

Diskriminant Validity merupakan uji yang memakai nilai *cross loading* sebagai angka pembanding. Jika nilai *cross loading* tiap indikator pada variabel

melebihi nilai *cross loading* terhadap variabel lain, maka disebut valid (Supriyanto & Maharani, 2013:100). Hasil Pengujian *discriminat validity* ada di tabel 4.8.

Tabel 4.8
Nilai Discriminat Validity (*Cross Loading*)

ITEM	Literasi Keuangan (X)	Perilaku Konsumtif (Y)	Gaya Hidup (Z)
X1.2	0.704	-0.073	-0.134
X1.4	0.794	-0.172	-0.141
X1.6	0.772	-0.083	-0.082
X1.7	0.727	-0.152	-0.090
Y1.1	-0.214	0.774	0.469
Y1.2	-0.074	0.762	0.489
Y1.3	-0.065	0.805	0.442
Y1.4	-0.092	0.882	0.684
Y1.6	-0.186	0.814	0.528
Y1.9	-0.201	0.844	0.625
Z1.2	-0.152	0.501	0.745
Z1.3	-0.182	0.467	0.793
Z1.5	-0.216	0.529	0.880
Z1.6	-0.051	0.596	0.823
Z1.7	-0.091	0.593	0.796
Z1.8	-0.055	0.586	0.786
Z1.10	-0.141	0.535	0.840

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa jika nilai *cross loading* variabel melebihi nilai *cross loading* variabel lainnya. Semua variabel memiliki nilai $>0,5$ sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas instrument telah terpenuhi.

Discriminant validity juga bisa memakai metode lain, yaitu dengan membandingkan akar AVE pada setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk

lainnya dalam sebuah model (Abdillah & Hartono, 2015:195). Hasil perhitungan pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Nilai AVE, $\sqrt{\text{AVE}}$ dan Korelasi Antar Variabel

Variabel Penelitian	AVE	$\sqrt{\text{AVE}}$	Corelation of the latens		
			X	Y	Z
Literasi Keuangan (X)	0,563	0,750	0.750		
Perilaku Konsumtif (Y)	0,663	0,814	-0.171	0.814	
Gaya Hidup (Z)	0,656	0,810	-0.153	0.675	0.810

Sumber: Data diolah, 2022

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model sudah memiliki validitas diskriminan yang cukup.

(2) *Composite Reliability*

Composite Reliability merupakan uji yang digunakan untuk menguji reliabilitas. Reliabilitas menunjukkan akurasi, konsistensi, dan ketepatan suatu alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengukuran (Abdillah & Hartono, 2015:196). Nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,7 meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian *Composite Reliability*

Variabel Penelitian	Composite Reliability	Hasil
Literasi Keuangan (X)	0.837	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.922	Reliabel
Gaya Hidup (Z)	0.930	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2022

Pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai composite reliability $>0,7$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan telah memiliki reliabilitas yang baik.

(3) *Convergent Validity*

Convergent Validity merupakan uji yang digunakan untuk mengukur korelasi antara skor dari instrumen berbeda yang mengukur konstruk yang sama mempunyai korelasi yang tinggi. Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan pada *loading factor* (Abdillah & Hartono, 2015:195). Nilai yang digunakan untuk validitas konvergen adalah loading $>0,7$.

Tabel 4.11
Hasil Pengujian *Loading Factor* Indikator Literasi Keuangan (X)

Indikator	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Pengetahuan Dasar Keuangan	X1.1	0.053	Tidak Valid
	X1.2	0.704	Valid
	X1.3	0.286	Tidak Valid
	X1.4	0.794	Valid
Simpanan dan Pinjaman	X1.5	0.240	Tidak Valid
	X1.6	0.772	Valid
	X1.7	0.727	Valid
	X1.8	0.072	Tidak Valid
Asuransi	X1.9	0.545	Tidak Valid
	X1.10	0.396	Tidak Valid
Investasi	X1.11	0.485	Tidak Valid
	X1.12	0.458	Tidak Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa pada variabel literasi keuangan (X) diketahui bahwa ada 12 item yang diuji, terdapat 4

item yang bernilai valid dan 8 item bernilai tidak valid. Jumlah 4 item yang valid akan digunakan sebagai instrumen penelitian variabel literasi keuangan (X), sedangkan 8 item yang tidak valid akan dihapus dan tidak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Literasi keuangan memiliki empat indikator yaitu pengetahuan dasar keuangan, simpanan dan pinjaman, asuransi, dan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat indikator hanya dua variabel yang memenuhi syarat pengujian *loading factor* yaitu indikator pengetahuan dasar keuangan dan simpanan dan pinjaman. Indikator yang paling dominan adalah indikator pengetahuan dasar keuangan pada item X1.4.

Tabel 4.12
Hasil Pengujian *Loading Factor* Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Membeli produk karena penawaran khusus	Y1.1	0.774	Valid
Membeli produk karena penampilannya menarik	Y1.2	0.762	Valid
Membeli produk demi menjaga penampilan	Y1.3	0.805	Valid
	Y1.4	0.882	Valid
Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Y1.5	0.694	Tidak Valid
Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	Y1.6	0.814	Valid
Membeli produk atas pertimbangan harga	Y1.7	0.537	Tidak Valid
Mencoba lebih dari dua produk sejenis	Y1.8	0.510	Tidak Valid
Membeli produk untuk meningkatkan harga diri	Y1.9	0.844	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa pada variabel perilaku konsumtif (Y) diketahui bahwa ada 9 item yang diuji, terdapat 6 item yang bernilai valid dan 3 item bernilai tidak valid. Jumlah 6 item yang valid akan digunakan sebagai instrumen penelitian variabel perilaku konsumtif (Y), sedangkan 3 item yang tidak valid akan dihapus dan tidak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Perilaku konsumtif menggunakan delapan indikator yaitu 1) Membeli produk karena penawaran khusus, 2) Membeli produk karena penampilannya menarik, 3) Membeli produk demi menjaga penampilan, 4) Membeli produk atas pertimbangan harga, 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, 7) Membeli produk untuk meningkatkan harga diri, dan 8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari delapan indikator hanya lima indikator yang memenuhi syarat pengujian *loading factor* yaitu indikator 1) Membeli produk karena penawaran khusus, 2) Membeli produk karena penampilannya menarik, 3) Membeli produk demi menjaga penampilan, 4) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, 5) Membeli produk untuk meningkatkan harga diri. Indikator yang paling dominan adalah indikator membeli produk demi menjaga penampilan pada item Y1.4.

Tabel 4.13
Hasil Pengujian *Loading Factor* Indikator Gaya Hidup (Z)

Indikator	Item	<i>Loading Factor</i>	Keterangan
Activity (Kegiatan)	Z1.1	0.583	Tidak Valid

	Z1.2	0.754	Valid
	Z1.3	0.785	Valid
	Z1.4	0.691	Tidak Valid
	Z1.5	0.859	Valid
Interest (minat)	Z1.6	0.803	Valid
	Z1.7	0.784	Valid
Opinion (Opini)	Z1.8	0.780	Valid
	Z1.9	0.659	Tidak Valid
	Z1.10	0.823	Valid

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa pada variabel gaya hidup (Z) diketahui bahwa ada 10 item yang diuji, terdapat 7 item yang bernilai valid dan 3 item bernilai tidak valid. Jumlah 7 item yang valid akan digunakan sebagai instrumen penelitian variabel gaya hidup (Z), sedangkan 3 item yang tidak valid akan dihapus dan tidak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Perilaku konsumtif menggunakan tiga indikator yaitu 1) Kegiatan, 2) Minat, dan 3) Opini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi syarat pengujian *loading factor*. Indikator yang paling dominan adalah indikator seseorang sering berbelanja di tempat yang mewah pada item Z1.5.

4.1.4.3. Hasil Pengujian Hipotesis (*Inner Model*)

Goddness of fit memakai Q^2 dengan menjadikan koefisien determinasi semua variabel dependen menjadi dasar. Q^2 memiliki rentang nilai antara $0 < Q^2 < 1$, jika semakin mendekati angka 1; maka model dapat dikatakan semakin baik (Supriyanto & Maharani, 2013:101). Koefisien variabel dependen terdapat pada tabel 4.14.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian *Goodness of Fit*

Model Struktural	Variabel Dependen	<i>R-Square</i>
1	Perilaku Konsumtif	0,461
2	Gaya Hidup	0,024

Sumber: Data diolah, 2022

Nilai R^2 masing-masing variabel dependen adalah:

$$Q^2 = 1 - (1-R1^2)(1-R2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1-0,461)(1-0,024)$$

$$Q^2 = 1 - (0,534)(0,976)$$

$$Q^2 = 0,479/47,88\%$$

Nilai Q^2 adalah 0,479; nilai tersebut menunjukkan bahwa kontribusi data yang dapat dijelaskan oleh model adalah 47,88% dan pada persentase lainnya dapat dijelaskan oleh variabel di luar penelitian ini.

4.1.4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian model struktural dan hipotesis pada penelitian ini menggunakan hasil output model SmartPLS dengan cara melihat model struktural dan hipotesis dengan mengestimasi t-statistik dan uji t dengan signifikansi level 0,05. Pada pengujian hipotesis dan model hubungan antar variabel ini menggunakan dua tahapan, yaitu: 1) pengujian koefisien jalur langsung, dan 2) pengujian koefisien jalur tidak langsung (mediasi).

(1) Pengujian Hipotesis dan Koefisien Jalur Pengaruh Langsung

Pengujian hipotesis dan koefisien jalur pengaruh secara langsung di antara variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, literasi keuangan terhadap gaya hidup, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian

pengaruh langsung antar variabel bisa diketahui berdasarkan pada nilai koefisien jalur, nilai t dan probabilitas yang terdapat pada tabel 4.15.

Tabel 4.15
Pengujian Pengaruh Langsung

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T-Statistic	P-Values	Ket
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0,069	0,871	0,384	Tidak Signifikan
Literasi Keuangan -> Gaya Hidup	-0,153	1,521	0,129	Tidak Signifikan
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0,665	12,348	0,000	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.15 maka dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

H1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pada hasil output SmartPLS diperoleh nilai koefisien jalur - 0,069; nilai *T Statistics* sebesar $0,871 < 1,96$; dengan nilai probabilitas $0,384 > 0,05$. Hasil negatif pada nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif antara kedua variabel, namun tidak signifikan. Maka literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

H2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup

Berdasarkan pada hasil output SmartPLS diperoleh nilai koefisien jalur - 0,153; nilai *T Statistics* sebesar $1,521 < 1,96$; dengan nilai probabilitas $0,129 > 0,05$. Hasil negatif pada nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa adanya pengaruh negatif antara kedua variabel, namun tidak signifikan. Maka literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup.

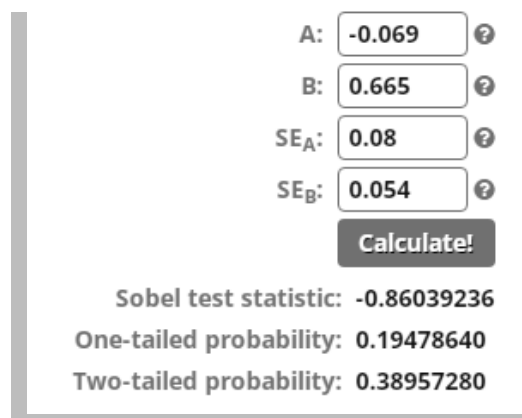
H3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pada hasil output SmartPLS diperoleh nilai koefisien jalur 0,665; *T Statistics* sebesar $12,348 > 1,96$; dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Hasil positif pada nilai koefisien jalur menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara kedua variabel dan signifikan. Maka gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

(2) Pengujian Hipotesis dan Koefisien Jalur Tidak Langsung

H4. Gaya Hidup Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Gambar 4.4
Hasil Uji *Sobel Test*



Sumber: Data Diolah, 2022

Berdasarkan pada gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa hasil *One-Tailed Probability* bernilai $0,19478640 > 0,05$ dan *t* bernilai $-0,86039236$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (Z) tidak dapat memediasi pengaruh variabel literasi keuangan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penjelasan dari hasil tersebut adalah tingkat literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif. Tinggi rendahnya tingkat variabel tersebut tidak saling berpengaruh antar variabel lainnya. Literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang belum sepenuhnya mampu memberikan dampak terhadap perilaku konsumtif mereka. Dalam berperilaku konsumtif, mahasiswa cenderung mengabaikan atau tidak mengimplementasikan literasi keuangan yang dimiliki. Sehingga, mahasiswa tetap berperilaku konsumtif meskipun literasi keuangan sudah dimiliki. Begitupun sebaliknya, mahasiswa akan cenderung tidak berperilaku konsumtif meskipun memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah. Faktor lain yang menyebabkan variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif adalah masih ada faktor-faktor lainnya yang lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mereka.

Faktor lainnya yang menyebabkan tidak adanya pengaruh antar variabel adalah karena beberapa indikator pada literasi keuangan bernilai tidak valid. Sehingga menyebabkan adanya perbedaan jumlah indikator antar variabel. Jumlah indikator yang valid pada variabel perilaku konsumtif lebih banyak daripada jumlah indikator variabel literasi keuangan. Di sisi lain penyebab munculnya nilai tidak valid pada indikator variabel literasi keuangan adalah adanya beberapa

responden yang menjawab dengan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan responden juga responden kurang konsisten atau tidak konsisten dalam menjawab pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Romadloniyah & Setiaji (2020) dan Hamdan dkk (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pada objek penelitian yang dilakukan oleh Romadloniyah & Setiaji (2020) menunjukkan bahwa siswa yang memiliki literasi keuangan yang baik belum mampu mengimplementasikan pada kehidupannya. Siswa cenderung membelanjakan uangnya berdasarkan pada keinginan mereka dan *gengsi* semata.

Pendapat Izazi dkk (2019) dan Sari dkk (2019) bertentangan dengan penelitian ini. Penelitian Izazi dkk (2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan pada penelitian Sari dkk (2019) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Namun, penelitian ini

Allah berfirman dalam Surat Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ
لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS Al-A'raf: 31)

Ghofar (2003:371) dalam bukunya menjelaskan tentang tafsir Ibnu Katsir yang menyebutkan bahwa Allah mewajibkan agar menghalalkan apa yang Allah halalkan dan mengharamkan apa yang Allah haramkan. Islam melarang kepada

kita untuk berbuat yang berlebih-lebihan seperti dalam hal makan, berpakaian, dan berbelanja. Perilaku konsumtif merupakan salah satu bentuk perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam terkait dengan konsumsi, karena dalam agama Islam tidak memperbolehkan manusia untuk mempunyai sikap yang bermewah-mewahan atau berlebih-lebihan serta melarang sikap boros dan mubazir. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bisa berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena itulah, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan. Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

Penjelasan ayat di atas sejalan dengan hasil penelitian ini, yang menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif menengah, tidak terlalu boros. Hal ini sesuai dengan ajaran dalam agama Islam, setiap manusia yang berperilaku konsumtif sudah diperingatkan di dalam Al-Qur'an. Seseorang harus membelanjakan penghasilan atau hartanya sesuai dengan kebutuhan atau aturan syara' agar tidak berlebih-lebihan dan juga tidak berlaku kikir.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penjelasan Otoritas Jasa Keuangan (2021:21) mengenai literasi keuangan. Penjelasan ini menyebutkan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Namun, pada hasil penelitian menunjukkan tidak adanya pengaruh yang

signifikan karena kurangnya implementasi. Dari pengertian tersebut juga dapat diketahui bahwa literasi keuangan itu sangat penting untuk dimiliki seseorang. Literasi keuangan juga bisa dijadikan sebagai bekal dalam kehidupan sehari-hari terutama dalam pengelolaan keuangan, namun alangkah baiknya jika seseorang tersebut mampu mengimplementasikan hal tersebut pada kehidupannya. Sehingga ilmu yang didapat tidak hanya sebatas materi saja, namun kita juga bisa merasakan manfaatnya.

4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Gaya Hidup

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penjelasan dari hasil tersebut adalah tingkat literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap tingkat gaya hidup. Tinggi rendahnya tingkat variabel tersebut tidak saling berpengaruh antar variabel lainnya. Literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang belum sepenuhnya mampu memberikan dampak terhadap gaya hidup mereka. Dalam bergaya hidup, mahasiswa cenderung mengabaikan atau tidak mengimplementasikan literasi keuangan yang dimiliki. Faktor lain yang menyebabkan variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup adalah masih ada faktor-faktor lainnya yang lebih berpengaruh terhadap gaya hidup mereka.

Faktor lainnya yang menyebabkan tidak adanya pengaruh antar variabel adalah karena beberapa indikator pada literasi keuangan bernilai tidak valid. Sehingga menyebabkan adanya perbedaan jumlah indikator antar variabel. Jumlah

indikator yang valid pada variabel gaya hidup lebih banyak daripada jumlah indikator variabel literasi keuangan. Di sisi lain penyebab munculnya nilai tidak valid pada indikator variabel literasi keuangan adalah adanya beberapa responden yang menjawab dengan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan responden juga responden kurang konsisten atau tidak konsisten dalam menjawab pertanyaan yang telah diberikan oleh peneliti.

Berdasarkan hasil penelitian ini belum ada penelitian yang menunjukkan hasil yang sama. Beberapa penelitian menunjukkan perbedaan hasil, pendapat Yuangga & Jasmani (2018) dan Velina & Rizky (2022) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap gaya hidup. Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian 'Ulumudiniati & Asandimitra (2022) dan Hastuti dkk (2019). Beberapa penelitian di atas menunjukkan adanya pengaruh positif maupun negatif antara literasi keuangan dengan gaya hidup seseorang. Sehingga hasil penelitian tersebut menunjukkan perbedaan hasil dengan penelitian ini yang menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh antara literasi keuangan terhadap gaya hidup.

Allah berfirman dalam surat Al-Isra' ayat 29-30 sebagai berikut:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا ۗ إِنَّ رَبَّكَ يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَنْ يَشَاءُ وَيَقْدِرُ ۗ إِنَّهُ ۙ كَانَ بِعِبَادِهِ
خَبِيرًا ۙ بَصِيرًا

Artinya: "Dan janganlah engkau jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan jangan (pula) engkau terlalu mengulurkannya (sangat pemurah) nanti kamu menjadi tercela dan menyesal. Sesungguhnya Tuhanmu melapangkan rezki kepada siapa yang Dia kehendaki dan menyempitkannya; sesungguhnya Dia Maha Mengetahui lagi Maha Melihat akan hamba-hamba-Nya." (QS Al-Isra': 29-30)

Ghoffar (2003:158) dalam bukunya menjelaskan tentang tafsir Ibnu Katsir yang menyebutkan bahwa Allah memerintahkan untuk berlaku sederhana dalam menjalani hidup, mencela sikap kikir, dan sekaligus melarang dalam bersikap berlebih-lebihan. Hal tersebut dapat juga diimplementasikan dalam mengelola keuangan, kita tidak boleh terlalu pelit ataupun terlalu royal. Allah menggambarkan orang yang tidak mau bersedekah atau orang yang kikir, bakhil, dan pelit diibaratkan seperti orang yang membelenggu tangannya pada leher. Sementara itu Allah juga tidak menginginkan kaum muslimin untuk menafkahkan, menyedekahkan, dan berinfak secara berlebih-lebihan. Allah juga melarang hambanya untuk membelanjakan harta secara berlebihan. Sehingga kita harus bersikap menengah dalam mengelola keuangan dengan bersikap proposional dan menetapkan dalam skala prioritas.

Hasil analisis deskriptif dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menyetujui tentang pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Mahasiswa Fakultas Ekonomi juga mempercayai bahwa dengan pengelolaan uang yang baik dapat membantu pembuatan rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil analisis deskriptif tersebut sesuai dengan penjelasan dari ayat di atas. Literasi keuangan perlu dimiliki oleh seseorang, karena dengan mempunyai literasi keuangan seseorang sudah memiliki bekal dalam mengelola keuangannya dan bisa menentukan arah gaya hidupnya. Dalam hal ini islam juga telah mengajarkan bahwasannya kita

harus mengelola keuangan secara baik dan dalam islam juga telah ditunjukkan cara mengelola keuangan yang baik.

Menurut Kotler & Keller (2016:186) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan pendapat yang menggambarkan keseluruhan orang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup merupakan suatu hal alamiah yang dimiliki oleh seseorang, seseorang yang memiliki literasi keuangan diharapkan bisa mengelola gaya hidupnya. Salah satu contoh gaya hidup yang baik adalah hemat, hemat bukan saja hanya sebatas dalam rana berbelanja namun juga bisa dikatakan sebagai gaya hidup. Jadi, gaya hidup tidak melulu pada perspektif negatif namun juga pada perspektif positif. Ada banyak faktor yang mempengaruhi gaya hidup diantaranya usia, pengalaman, ekonomi, lingkungan, dan kebutuhan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang cenderung mengabaikan literasi keuangannya dalam bergaya hidup. Salah satu penyebabnya adalah adanya faktor usia dan lingkungan, mayoritas mahasiswa memiliki jiwa muda yang tinggi sehingga memiliki ambisi yang tinggi dalam bergaya hidup dan di sisi lain lingkungan juga sangat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang.

4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penjelasan dari hasil tersebut adalah tingkat gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif seseorang, begitu juga semakin rendah tingkat gaya

hidup seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif seseorang. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang banyak dipengaruhi oleh gaya hidupnya. Semakin tinggi gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtifnya, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Khaidarsyah & Haruna (2021) yang menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Jadi, semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya dan semakin rendah tingkat gaya hidup seseorang maka akan semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtifnya. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan perbedaan dengan pendapat Asisi & Purwantoro (2020) yang menunjukkan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Allah berfirman pada surat Shad ayat 26 sebagai berikut:

يٰدَاوُدُ اِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِى الْاَرْضِ فَاحْكُم بَيْنَ النَّاسِ بِالْحَقِّ وَلَا تَتَّبِعِ
 الْهَوٰى فَيُضِلَّكَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ ۗ اِنَّ الَّذِيْنَ يَظِلُّوْنَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ لَهُمْ عَذَابٌ
 شَدِيْدٌۙ بِمَا نَسُوْا يَوْمَ الْحِسَابِ

Artinya: (Allah berfirman), “Wahai Dawud! Sesungguhnya engkau Kami jadikan khalifah (penguasa) di bumi, maka berilah keputusan (perkara) di antara manusia dengan adil dan janganlah engkau mengikuti hawa nafsu, karena akan menyesatkan engkau dari jalan Allah. Sungguh, orang-orang yang sesat dari jalan Allah akan mendapat azab yang berat, karena mereka melupakan hari perhitungan.”(QS Shad: 26)

Tafsir Al-Qur’an pada Qur’an Kemenag RI (2022) menjelaskan bahwa salah satu perintah yang tercantum dalam ayat tersebut adalah perintah kepada

hambanya untuk tidak mengikuti hawa nafsunya. Hawa nafsu sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang, hawa nafsu adalah penggerak yang sangat kuat dibalik munculnya perilaku melampaui batas. Begitupun dalam hal mengambil keputusan, kita juga tidak boleh untuk memperturutkan hawa nafsu kita dalam berbagai macam urusan yang ada hubungannya dengan kesejahteraan dan kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Orang yang terlalu memperturutkan hawa nafsunya maka dia akan kehilangan kontrol diri, sehingga dia akan terjerumus pada jalan yang tidak diridhai oleh Allah. Begitupun dalam hal konsumsi, seseorang yang tidak mampu mengontrol hawa nafsunya maka dia akan lebih cenderung memiliki gaya hidup yang bertaraf tinggi dan berperilaku sangat konsumtif yang menyebabkan pemborosan yang tidak diperlukan. Sebagaimana firman Allah yang menyebutkan bahwa orang tersebut akan mendapatkan ancaman yang keras, yang akan dia rasakan pada hari pembalasan.

Penjelasan ayat di atas berhubungan dengan gaya hidup seseorang. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki taraf gaya hidup menengah ke bawah. Hal ini berdasarkan pada tingkat setuju terhadap pernyataan bahwa seseorang sering pergi liburan di tempat yang mewah. Pada pernyataan tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak menyetujui tentang sering pergi liburan ke tempat mewah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki banyak alternatif tempat liburan lainnya yang tidak membutuhkan biaya yang banyak. Pada beberapa pernyataan indikator gaya hidup juga menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab tidak setuju sehingga

dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki taraf gaya hidup yang menengah ke bawah.

Perilaku konsumtif mahasiswa dapat dipengaruhi oleh gaya hidupnya. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia dalam berinteraksi dengan lingkungannya yang dapat diukur dengan aktivitas, minat, dan pendapat (Kotler & Keller 2016:186). Gaya hidup mahasiswa dapat diukur dengan aktivitas, minat dan opini mereka. Semakin mahasiswa berlebihan dalam bergaya hidup maka secara langsung mahasiswa tersebut akan memiliki perilaku konsumsi yang semakin konsumtif.

4.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (Z) tidak dapat memediasi pengaruh variabel literasi keuangan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini menjelaskan bahwa secara tidak langsung gaya hidup tidak mampu memperkuat maupun memperlemah pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Ada tidaknya variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Pada hipotesis keempat ini, peneliti masih belum menemukan literatur yang menunjukkan hasil penelitian yang sama sehingga peneliti tidak bisa membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian lainnya. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh negatif namun tidak signifikan antara variabel literasi keuangan (X) terhadap perilaku konsumtif (Y), Literasi keuangan (X)

berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap gaya hidup (Z), dan gaya hidup (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Allah berfirman dalam surat Al-Furqan ayat 67 berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar, (QS Al-Furqan:67)

Tafsir Kemenag RI (2022) menjelaskan bahwa melalui ayat tersebut Allah memberikan gambaran tentang sikap konsumsi yang baik dan tidak berlebihan dalam membelanjakan harta bendanya juga tidak terlalu kikir dalam membelanjakan hartanya, sehingga sikap yang baik adalah pertengahan di antara keduanya. Pertengahan ini dapat dimaksudkan pada hal yang sepadan dan proporsional. Sikap boros pasti akan menjerumuskan pada kemusnahan harta benda dan masyarakat sekitar, padahal sesungguhnya Allah menitipkan harta pada hamba-Nya agar dipelihara sebaik-baiknya sehingga dapat bermanfaat bagi dirinya, keluarga, dan masyarakat. Di sisi lain sikap kikir dan *bakhil* juga akan menjerumuskan pada kerusakan dan kerugian. Harta tersebut akan ditumpuk oleh orang-orang yang serakah dan tamak. Orang-orang tersebut diancam oleh Allah dengan api neraka.

Penjelasan ayat di atas sesuai dengan keadaan responden pada penelitian ini. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang cukup baik. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang menyetujui tentang pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Mahasiswa Fakultas

Ekonomi juga mempercayai bahwa dengan pengelolaan uang yang baik dapat membantu pembuatan rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang. Hasil analisis deskriptif pada variabel lainnya juga menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki tingkat perilaku konsumtif menengah, tidak terlalu boros. Hasil lainnya juga menunjukkan bahwa gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki taraf gaya hidup menengah ke bawah.

Tingkat literasi keuangan mahasiswa fakultas ekonomi cukup tinggi, namun mahasiswa masih belum mampu menerapkannya dalam kehidupannya sehingga belum bisa berpengaruh pada perilaku konsumtif dan gaya hidupnya. Di sisi lain tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tergolong menengah ke bawah. Tingkat gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang juga tergolong menengah.

Gaya hidup seseorang menjadi cirikhas pada dirinya. Proses perubahan perilaku seseorang menjadi konsumtif adalah karena adanya pengaruh dari lingkungannya sehingga membentuk gaya hidup yang konsumtif. Mengelola keuangan pribadi dengan baik itu penting dan perilaku konsumtif yang berlebihan itu tidak baik. Kita tidak boleh terlalu boros juga tidak terlalu pelit. Sikap yang tepat adalah pertengahan, moderat, seimbang antara kepentingan individu dengan kepentingan masyarakat. Maksudnya adalah bersikap proposional sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan mahasiswa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena kurangnya implementasi literasi keuangan mahasiswa pada kehidupan sehari-harinya.
2. Variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat literasi keuangan mahasiswa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena masih ada faktor lain yang mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif mahasiswa diantaranya faktor gaya hidup.
3. Variabel gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat gaya hidup mahasiswa berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku

konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi tingkat gaya hidup mahasiswa maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya dan begitupun sebaliknya.

4. Variabel gaya hidup tidak mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup tidak dapat mempengaruhi tinggi rendahnya hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran untuk pertimbangan pada penelitian selanjutnya meliputi:

1. Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi diharapkan lebih mendalami kembali tentang literasi keuangan atau pemahaman konsep-konsep dasar keuangan, sehingga tidak hanya menguasai secara materi saja, namun juga dapat mengimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Tujuan dari literasi keuangan adalah untuk menjadi dasar mahasiswa dalam menghadapi masalah keuangan pribadi maupun kelompok sehingga terhindar dari perilaku konsumtif yang berlebihan.
2. Bagi mahasiswa agar lebih memilah terlebih dahulu sebelum konsumsi, mengurangi gaya hidup yang berlebihan untuk menghindari perilaku konsumtif.
3. Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian serupa, peneliti menyarankan untuk melakukan perluasan populasi dan penambahan

variabel penelitian mengingat pada hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa pengaruh antara variabel independen dan variabel dependennya masih rendah yakni mencapai 47,9% sehingga dapat diasumsikan bahwa masih ada faktor lainnya yang lebih berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ulumudiniati, M., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh financial literacy, financial self-efficacy, locus of control, parental income, dan love of money terhadap financial management behavior: Lifestyle sebagai mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 51–67.
- Abdillah, Willy & Jogiyanto, HM. (2015). *Partial Least Square (PLS) - Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Avida, F. K., & Rokhmani, L. (2021). Pengaruh literasi ekonomi, status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2019 Universitas Negeri Malang. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Pembangunan*, 1(6), 687–693.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). *Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. *Jurnal E-Biomedik (EBm)*, 3(1).
- CNN, T. (2018). *Alasan generasi milenial lebih konsumtif*. CNN Indonesia.
- Fakulas Ekonomi UIN Malang (2021) *Buku Pedoman Pendidikan Tahun Akademik 2021/2022*.
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The influence of financial literacy, lifestyle and self-control on the consumption behavior of economic education student. *International Journal of Research and Review*, 8(8), 496–503.
- Foster, B., Sukono, & Johansyah, M. D. (2022). Analysis of the effect of financial literacy, practicality and consumer lifestyle on the use of chip based electronic money using sem. *Sustainability (Switzerland)*, 14(32), 1–17.
- Ghoffar, M. A. (2003). *Tafsir Ibnu Katsir*. Bogor: Pustaka Imam asy-Syafi'i.
- Gunawan, A., & Carissa, A. F. (2021). the Effect of Financial Literature and Self Control on Consumption Behavior (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *IJBAS: International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 1(2), 79–86.
- Hamdan, U., Eka, D., Bakar, S. W., & Syathiri, A. (2020). The effect of financial literacy on university student consumptive behavior: Case study on the

- economic faculty of sriwijaya university. *Advances in Economics, Bussines and Management Research*, 142(1), 108–113.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh life style, self control dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29–36.
- Hastuti, S., Padmawati, M. Y., & Harsono. (2019). Literasi ekonomi dan gaya hidup mahasiswa. *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial 2019*, 86–91.
- Islahuddin, & Syaifudin, N. (2020). *Pasar e-commerce terbesar Indonesia dari milenial*. Lokadata.Id.
- Isnawati, E., & Kurniawan, R. Y. (2021). Pengaruh literasi ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui gaya hidup sebagai variabel mediasi. *JPW: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(1), 47–60.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan self control sebagai variabel mediasi (Studi pada mahasiswa pendidikan akuntansi Universitas PGRI Madiun). *REAS: Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–42.
- Jatmiko, B. P. (2015). *OJK: Orang Indonesia makin konsumtif*. Kompas.Com.
- Kemenang RI (2022) Qur'an Kemenag. quran.kemenag.go.id
- Khaidarsyah, S., & Haruna, H. (2021). The effect of lifestyle and self-concept on consumptive behavior in students of the department of economics education STKIP pembangunan Indonesian Makassar. *Jurnal Administrare: Jurnal Pemikiran Ilmiah Dan Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 8(2), 359–368.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing managemet, global edition*. Prentice Hall.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh literasi keuangan, modernitas individu, uang saku dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi S1 pendidikan ekonomi angkatan tahun 2016 fakultas ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode penelitian kuantitatif* Yogyakarta: PANDIVA BUKU.
- Naqiah, Z., dkk. (2019). Perspektif Islam tentang Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen. *Tazkiya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan & Kebudayaan*, 20(2), 181-194.
- OJK. (2021). *Strategi nasional literasi keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(1), 24.
- Puryasari, R. (2019). Pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku

- konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi STKIP PGRI Tulungagung. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 3(1), 1–14.
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Bandung. *JAF-: Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 46–53.
- Rasyid, Arbanur. (2019). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172-186.
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45.
- Rismayanti, T., & Oktapiani, S. (2020). Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Teknologi Sumbawa. *Nusantara Journal of Economics*, 2(2), 31–37.
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam prespektif gender. *EEAJ: Economic Education Analysis Journal*, 9(1), 50–64.
- Rohim, A. N., & Priyanto, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(2), 26-35.
- Salam, A., & Mulyati, I. (2021). The influence of financial attitude and lifestyle on financial literacy (Case study of housewives in Lekong lillage, west alas district, Sumbawa regency). *Management Analysis Journal*, 10(2), 131–138.
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: Teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. PUSAKA.
- Sari, M., Adilla Bahri Lubis, N., & Jufrizen, J. (2021). The effect of financial literature and self control on consumption behavior (Study on students of the faculty of economics and business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *IJEBAS: International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration*, 1(2), 135–144.
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(2), 191–200.
- Silaya, M. A. (2016). Financial Literacy Berdasarkan Jenis Kelamin (Studi Empiris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UKIM). *Cita Ekonomika: Jurnal Ekonomi*, X(1), 34-39.
- Simarmata, H. M. P., dkk. (2019). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sufatmi, N., & Purwanto, E. (2021). The Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior on Online Shopping by State

- Student of State Universities in Surabaya. *Balance: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 317-324.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, A.S., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia: Teori, Kuesioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-MALIKI PRESS
- Taan, Hapsawati. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Berbelanja*. Yogyakarta: Zahir Publishing.
- Timorria, I. F. (2020). *Nielsen: Kepercayaan konsumen Indonesia anjlok pada kuartal II*. *Bisnis.Com*.
- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2018) Pedoman Pendidikan.
- Velina, M. A., & Rizky, M. (2022). *The Effect Of Financial Literature On Lifestyle And Consumption Behavior Of Darussalam Martapura Islamic Boarding School Students* (Issue Digital Learning Merdeka Belajar Kampus Merdeka: Strategi dan Inovasi Pembelajaran).
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di kecamatan Lubuk Begalung kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa sekolah menengah atas di kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(6), 674–687.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Pertama). Jakarta: KENCANA.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Kuesioner

Literasi Keuangan

1. Dengan pengetahuan keuangan yang memadai, saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan.
2. Pengelolaan uang yang baik dapat membantu membuat rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang.
3. Pengeluaran saya tidak pernah melebihi pendapatan saya.
4. Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi.
5. Jika saya berhutang, saya akan melunasi secepatnya.
6. Saya mengetahui risiko pinjaman.
7. Manfaat menabung dalam pengelolaan keuangan pribadi adalah untuk menyimpan uang untuk keperluan masa depan.
8. Saya selalu menyisihkan uang untuk ditabung.
9. Premi adalah sejumlah uang yang harus dibayar setiap bulannya sebagai suatu kewajiban bagi pemilik asuransi ke perusahaan asuransi.
10. Saya berfikir asuransi dapat membantu saya untuk terhindar dari kerugian akibat berbagai macam risiko.
11. Investasi adalah bentuk penanaman modal atau uang yang keuntungannya dapat diambil di masa depan.
12. Saya berfikir investasi bermanfaat untuk menyiapkan masa depan yang lebih matang.

Kulsum (2019) Maghfiroh (2021), dan Ramadhani (2019)

Gaya Hidup

1. Saya mengisi waktu luang bersama teman dengan jalan-jalan (*hangout*) di *coffe shop*, *cafe* atau *mall*.
2. Saya menghabiskan uang untuk bersenang-senang dengan teman-teman.
3. Saya sering pergi liburan di tempat mewah.
4. Saya senang menghabiskan waktu bersama teman untuk membicarakan *fashion*.
5. Saya sering berbelanja di tempat yang mewah.

6. Saya suka mengikuti *trend fashion* dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya.
7. Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (*branded*) dibandingkan produk tidak bermerk.
8. Menurut saya produk mahal bermerk (*branded*) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi.
9. Saya mengetahui jenis dan merek produk fashion yang cocok untuk meunjang penampilan saya.
10. Keluarga saya lebih menyukai produk-produk yang mewah.

Ramadhani (2019), dan Nurfitria (2020)

Perilaku Konsumtif

1. Apabila ada penawaran diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum terlalu dibutuhkan.
2. Saya suka membeli produk karena kemasannya menarik dan rapi.
3. Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan *trendy*.
4. Saya merasa bangga dan percaya diri ketika menggunakan produk mahal.
5. Membeli produk import dan bermerk mencerminkan status sosial.
6. Saya tertarik membeli produk yang diiklankan artis/*influencer* idola saya.
7. Ketika membeli produk, saya lebih mempertimbangkan harga dibanding manfaatnya.
8. Saya suka membeli produk yang sama namun merek yang berbeda.
9. Saya merasa percaya diri menggunakan produk yang bermerek (*branded*).

Ramadhani (2019), dan Nurfitria (2020)

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian Skripsi

KUESIONER PENELITIAN SKRIPSI

Oleh: Andrian Bagus Hidayatullah

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF DENGAN GAYA HIDUP
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana
Malik Ibrahim Malang)**

Kepada Yth. Sdr/i

Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang

Dalam rangka penyusunan skripsi, peneliti sangat mengharapkan kesediaan Sdr/i untuk mengisi kuesioner berikut ini. yang bertujuan untuk menggali penilaian/pendapat/persepsi Sdr/i yang berkaitan dengan literasi keuangan, perilaku konsumtif dan gaya hidup yang nantinya diharapkan dapat menjadi bahan masukan atau evaluasi pribadi mahasiswa.

Informasi yang kami peroleh ini digunakan untuk keperluan akademis. Oleh karena itu kami sangat mengharapkan Sdr/i untuk memberikan penilaian yang jujur atas kondisi yang ada sesuai dengan pertanyaan dari kuesioner yang kami berikan, dengan harapan data yang yang diperoleh sesuai dengan gambaran keadaan yang sebenarnya. Atas kerjasama Sdr/i kami ucapkan banyak terima kasih.

Angkatan : 2018 2019

Jenis Kelamin: Laki-Laki Perempuan

Jurusan : Manajemen Akuntansi Perbankan Syariah

Untuk setiap pertanyaan berikut, berilah tanda ceklist tepat pada kolom yang tersedia sesuai dengan penilaian anda.

Keterangan jawaban:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

VARIABEL LITERASI KEUANGAN (X)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Dengan pengetahuan keuangan yang memadai, saya dapat terhindar dari segala bentuk penipuan.					
2	Pengelolaan uang yang baik dapat membantu pembuatan rencana keuangan jangka pendek dan jangka panjang					
3	Pengeluaran saya tidak pernah melebihi pendapatan saya.					
4	Salah satu manfaat dari membuat anggaran pribadi yaitu dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi.					
5	Jika saya berhutang, saya akan melunasi secepatnya.					
6	Saya mengetahui risiko pinjaman					
7	Manfaat menabung dalam pengelolaan keuangan pribadi adalah untuk menyimpan uang untuk keperluan masa depan					
8	Saya selalu menyisakan uang untuk ditabung.					
9	Premi adalah sejumlah uang yang harus dibayar setiap bulannya sebagai					

	suatu kewajiban bagi pemilik asuransi ke perusahaan asuransi					
10	Saya berfikir asuransi dapat membantu saya untuk terhindar dari kerugian akibat berbagai macam risiko.					
11	Investasi adalah bentuk penanaman modal atau uang yang keuntungannya dapat diambil di masa depan					
12	Saya berfikir investasi bermanfaat untuk menyiapkan masa depan yang lebih matang.					

VARIABEL PERILAKU KONSUMTIF (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Apabila ada penawaran diskon dan pemberian hadiah (bonus) tertentu pada suatu produk, saya langsung tertarik untuk membelinya meskipun belum terlalu dibutuhkan.					
2	Saya suka membeli produk karena kemasannya menarik dan rapi.					
3	Saya suka membeli produk yang membuat penampilan saya menjadi lebih keren, gaul dan <i>trendy</i> .					
4	Saya merasa bangga dan percaya diri ketika menggunakan produk mahal.					
5	Membeli produk import dan bermerk mencerminkan status sosial.					
6	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan artis/ <i>influencer</i> idola saya.					

7	Ketika membeli produk saya lebih mempertimbangkan harga dibanding manfaatnya.					
8	Saya suka membeli produk yang sama namun merek yang berbeda.					
9	Saya merasa percaya diri menggunakan produk yang bermerek (<i>branded</i>).					

VARIABEL GAYA HIDUP (Z)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mengisi waktu luang bersama teman dengan jalan-jalan (<i>hangout</i>) di <i>coffe shop</i> , <i>cafe</i> atau <i>mall</i> .					
2	Saya menghabiskan uang untuk bersenang-senang dengan teman-teman					
3	Saya sering liburan ke tempat yang mewah					
4	Saya senang menghabiskan waktu bersama teman untuk membicarakan <i>fashion</i>					
5	Saya sering berbelanja di tempat yang mewah					
6	Saya suka mengikuti <i>trend fashion</i> dan pendukung gaya hidup terbaru lainnya.					
7	Saya lebih memilih produk bermerk terkenal (<i>branded</i>) dibandingkan produk tidak bermerk.					
8	Menurut saya produk mahal bermerk					

	(<i>branded</i>) adalah produk yang mencerminkan selera tinggi.					
9	Saya mengetahui jenis dan merek produk <i>fashion</i> yang cocok untuk menunjang penampilan saya					
10	Keluarga saya lebih menyukai produk-produk yang mewah.					

Lampiran 3 Tanggapan Responden

LITERASI KEUANGAN

N O	JENIS KELAMIN	JURUSAN	TAHUN	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	TOTAL
1	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	3	5	5	4	5	3	4	5	5	4	53
2	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	49
3	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	56
4	Perempuan	Manajemen	2018	4	5	1	4	4	4	5	3	4	4	4	4	46
5	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	1	3	4	5	5	4	4	4	5	5	50
6	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	3	4	5	5	5	4	5	3	4	5	53
7	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	56
8	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	45
9	Perempuan	Manajemen	2018	4	5	3	4	5	5	5	5	4	3	4	4	51
10	Laki-Laki	PBS	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
11	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	53
12	Perempuan	PBS	2018	4	5	3	4	5	5	5	4	4	3	4	4	50
13	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
14	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	58
15	Laki-Laki	PBS	2018	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	52
16	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	52
17	Perempuan	PBS	2018	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	45
18	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	3	4	5	5	4	5	5	3	5	5	54
19	Laki-Laki	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	Laki-Laki	Manajemen	2019	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	5	51

21	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	50
22	Perempuan	Akuntansi	2018	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	56
23	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	5	5	50
24	Laki-Laki	Akuntansi	2018	5	5	2	4	3	5	5	4	5	3	5	5	51
25	Perempuan	Akuntansi	2019	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
26	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	51
27	Perempuan	Akuntansi	2018	3	5	3	5	4	5	5	3	4	4	5	5	51
28	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	53
29	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	1	4	5	5	5	5	5	5	4	4	53
30	Perempuan	Manajemen	2019	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	56
31	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
32	Perempuan	Akuntansi	2019	4	4	2	4	5	3	5	3	5	5	5	4	49
33	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	58
34	Perempuan	Akuntansi	2019	4	5	3	5	4	4	5	5	4	3	4	4	50
35	Laki-Laki	Manajemen	2019	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	5	53
36	Perempuan	Akuntansi	2018	4	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	51
37	Perempuan	Manajemen	2019	4	5	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	54
38	Perempuan	Akuntansi	2019	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	55
39	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50
40	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	3	5	3	5	5	3	5	5	5	5	54
41	Perempuan	Akuntansi	2019	5	5	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	56
42	Perempuan	Manajemen	2018	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	56
43	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	3	5	3	4	3	4	4	3	2	4	4	44
44	Perempuan	Manajemen	2019	5	4	2	5	4	4	3	2	5	5	5	5	49

45	Perempuan	Manajemen	2019	4	5	3	5	5	4	5	3	5	3	5	5	52
46	Perempuan	Manajemen	2019	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
47	Perempuan	Manajemen	2019	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	57
48	Perempuan	Manajemen	2019	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	47
49	Laki-Laki	Akuntansi	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
50	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	56
51	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	57
52	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	48
53	Perempuan	Manajemen	2018	4	5	3	4	4	5	4	5	3	3	4	5	49
54	Perempuan	PBS	2018	5	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	46
55	Perempuan	Manajemen	2018	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	53
56	Perempuan	PBS	2018	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53
57	Perempuan	PBS	2019	5	5	3	4	5	5	5	3	5	4	4	4	52
58	Perempuan	PBS	2018	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	55
59	Laki-Laki	PBS	2019	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	3	50
60	Perempuan	PBS	2018	5	4	3	5	5	4	5	4	3	3	3	4	48
61	Perempuan	PBS	2018	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	56
62	Perempuan	Akuntansi	2019	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	57
63	Laki-Laki	PBS	2018	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	49
64	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	56
65	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	4	3	3	4	3	4	4	2	2	5	5	44
66	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	4	3	5	5	5	5	5	4	3	5	5	54
67	Laki-Laki	PBS	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
68	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	5	3	4	4	4	5	3	5	3	4	4	48

69	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
70	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	46
71	Perempuan	Akuntansi	2018	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	4	52
72	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	47
73	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	55
74	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	50
75	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
76	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	52
77	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	3	5	5	4	5	3	4	2	5	5	51
78	Laki-Laki	PBS	2018	4	5	4	5	3	5	4	3	4	4	4	5	50
79	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
80	Laki-Laki	Akuntansi	2018	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	56
81	Laki-Laki	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	57
82	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	45
83	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
84	Laki-Laki	Akuntansi	2019	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	51
85	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58
86	Perempuan	Akuntansi	2018	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	54
87	Perempuan	Akuntansi	2018	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	55
88	Perempuan	Manajemen	2019	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
89	Perempuan	Manajemen	2018	5	4	2	4	5	2	4	4	4	4	4	4	46
90	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
91	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
92	Perempuan	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58

93	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	3	4	4	5	5	3	5	5	4	4	52
94	Perempuan	Akuntansi	2018	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	51
95	Perempuan	Manajemen	2019	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	4	55
96	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	58
97	Laki-Laki	PBS	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
98	Laki-Laki	PBS	2019	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
99	Laki-Laki	PBS	2019	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
100	Laki-Laki	PBS	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

PERILAKU KONSUMTIF

NO	JENIS KELAMIN	JURUSAN	TAHUN	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	TOTAL
1	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	3	3	3	3	4	3	3	3	30
2	Perempuan	Manajemen	2018	3	4	4	4	4	5	3	3	3	33
3	Perempuan	Manajemen	2018	3	5	5	5	4	2	1	3	5	33
4	Perempuan	Manajemen	2018	3	3	2	3	3	3	4	4	4	29
5	Perempuan	Manajemen	2018	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
6	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	4	5	5	5	5	4	5	4	41
7	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
8	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	2	3	2	3	2	2	3	3	23
9	Perempuan	Manajemen	2018	3	4	5	3	1	2	2	2	2	24
10	Laki-Laki	PBS	2018	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
11	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	2	3	1	4	2	1	4	2	22
12	Perempuan	PBS	2018	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29

37	Perempuan	Manajemen	2019	2	2	3	2	3	2	3	3	3	23
38	Perempuan	Akuntansi	2019	5	4	4	3	3	3	3	3	3	31
39	Laki-Laki	Akuntansi	2019	2	4	3	3	2	3	2	3	3	25
40	Laki-Laki	Manajemen	2019	2	5	3	3	3	3	3	1	3	26
41	Perempuan	Akuntansi	2019	3	3	1	2	3	3	4	1	3	23
42	Perempuan	Manajemen	2018	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
43	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	4	3	4	4	5	5	4	3	37
44	Perempuan	Manajemen	2019	4	4	4	4	4	5	3	4	5	37
45	Perempuan	Manajemen	2019	4	3	3	3	3	3	3	2	3	27
46	Perempuan	Manajemen	2019	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
47	Perempuan	Manajemen	2019	1	4	4	1	5	1	4	5	1	26
48	Perempuan	Manajemen	2019	4	3	3	3	3	3	4	4	3	30
49	Laki-Laki	Akuntansi	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
50	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	Perempuan	Manajemen	2018	5	3	5	5	4	5	3	3	4	37
52	Perempuan	Akuntansi	2018	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
53	Perempuan	Manajemen	2018	3	4	4	3	3	4	3	2	4	30
54	Perempuan	PBS	2018	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
55	Perempuan	Manajemen	2018	3	3	5	4	3	3	3	4	3	31
56	Perempuan	PBS	2018	3	3	3	3	3	3	4	4	3	29
57	Perempuan	PBS	2019	3	4	4	3	3	3	3	2	4	29
58	Perempuan	PBS	2018	4	2	5	2	2	1	1	1	3	21
59	Laki-Laki	PBS	2019	3	3	4	3	3	3	3	4	4	30
60	Perempuan	PBS	2018	4	4	4	3	2	2	3	4	2	28

61	Perempuan	PBS	2018	2	2	5	5	5	1	4	3	5	32
62	Perempuan	Akuntansi	2019	5	2	5	2	5	5	2	2	2	30
63	Laki-Laki	PBS	2018	3	4	4	5	1	1	5	5	4	32
64	Perempuan	Manajemen	2018	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
65	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	4	4	3	4	2	4	3	5	34
66	Laki-Laki	Manajemen	2019	3	5	5	5	5	5	5	1	5	39
67	Laki-Laki	PBS	2018	4	4	4	5	4	5	4	4	5	39
68	Laki-Laki	Akuntansi	2019	3	4	3	2	2	3	3	3	2	25
69	Laki-Laki	Manajemen	2018	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
70	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
71	Perempuan	Akuntansi	2018	2	3	3	2	1	3	4	2	3	23
72	Laki-Laki	Akuntansi	2019	2	2	3	2	2	2	2	3	4	22
73	Perempuan	Akuntansi	2018	2	3	4	3	3	2	4	2	3	26
74	Perempuan	Akuntansi	2018	3	2	3	2	2	3	2	3	3	23
75	Laki-Laki	Manajemen	2019	3	2	4	4	1	3	1	1	4	23
76	Perempuan	Akuntansi	2018	2	4	3	1	1	1	3	3	2	20
77	Perempuan	Akuntansi	2018	4	3	4	3	1	1	5	5	3	29
78	Laki-Laki	PBS	2018	2	3	3	3	4	3	2	2	4	26
79	Perempuan	Akuntansi	2018	1	1	1	1	1	1	3	4	2	15
80	Laki-Laki	Akuntansi	2018	5	5	5	5	5	4	1	4	5	39
81	Laki-Laki	Akuntansi	2018	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
82	Perempuan	Akuntansi	2018	2	2	3	3	3	2	3	3	3	24
83	Laki-Laki	Manajemen	2019	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
84	Laki-Laki	Akuntansi	2019	3	2	3	5	1	4	1	4	5	28

85	Perempuan	Akuntansi	2018	3	4	4	5	5	3	1	3	5	33
86	Perempuan	Akuntansi	2018	2	2	4	5	3	2	4	1	5	28
87	Perempuan	Akuntansi	2018	3	3	3	3	2	3	4	2	3	26
88	Perempuan	Manajemen	2019	1	1	1	1	1	1	4	5	1	16
89	Perempuan	Manajemen	2018	2	2	4	2	2	2	2	4	3	23
90	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	2	4	1	4	1	1	1	2	20
91	Perempuan	Manajemen	2018	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
92	Perempuan	Akuntansi	2018	3	2	3	3	2	2	2	3	3	23
93	Laki-Laki	Manajemen	2018	2	1	2	3	5	1	1	1	4	20
94	Perempuan	Akuntansi	2018	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
95	Perempuan	Manajemen	2019	3	5	4	3	3	4	3	4	3	32
96	Laki-Laki	Manajemen	2019	3	3	4	3	1	3	4	3	3	27
97	Laki-Laki	PBS	2019	2	3	2	2	3	2	4	2	2	22
98	Laki-Laki	PBS	2019	1	2	2	1	2	2	2	1	1	14
99	Laki-Laki	PBS	2019	3	3	3	2	3	2	2	3	2	23
100	Laki-Laki	PBS	2019	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9

GAYA HIDUP

NO	JENIS KELAMIN	JURUSAN	TAHUN	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Z1.5	Z1.6	Z1.7	Z1.8	Z1.9	Z1.10	TOTAL
1	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	2	2	2	2	3	5	3	5	2	29
2	Perempuan	Manajemen	2018	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	26
3	Perempuan	Manajemen	2018	4	3	3	3	3	3	3	4	5	3	34
4	Perempuan	Manajemen	2018	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	26

5	Perempuan	Manajemen	2018	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
6	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	3	2	1	2	4	3	4	3	3	28
7	Laki-Laki	Manajemen	2018	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
8	Laki-Laki	Manajemen	2018	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	21
9	Perempuan	Manajemen	2018	3	3	2	1	1	3	1	1	4	2	21
10	Laki-Laki	PBS	2018	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
11	Laki-Laki	Manajemen	2018	3	2	1	1	1	2	3	2	2	1	18
12	Perempuan	PBS	2018	4	3	2	3	3	3	3	5	3	3	32
13	Laki-Laki	Manajemen	2018	2	4	1	1	1	1	1	1	2	1	15
14	Perempuan	Manajemen	2018	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	33
15	Laki-Laki	PBS	2018	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	21
16	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	28
17	Perempuan	PBS	2018	4	2	1	2	1	2	2	1	4	2	21
18	Perempuan	Manajemen	2018	3	1	2	2	3	3	4	5	4	5	32
19	Laki-Laki	Akuntansi	2018	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
20	Laki-Laki	Manajemen	2019	3	1	1	1	1	1	3	3	5	1	20
21	Perempuan	Manajemen	2018	4	2	2	3	2	2	2	3	4	3	27
22	Perempuan	Akuntansi	2018	1	1	1	3	2	3	2	3	4	1	21
23	Laki-Laki	Akuntansi	2019	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	23
24	Laki-Laki	Akuntansi	2018	2	4	1	3	2	4	3	3	2	3	27
25	Perempuan	Akuntansi	2019	2	2	2	4	2	3	2	2	3	1	23
26	Laki-Laki	Akuntansi	2019	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
27	Perempuan	Akuntansi	2018	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	13
28	Laki-Laki	Manajemen	2019	3	2	1	1	1	1	3	4	4	3	23

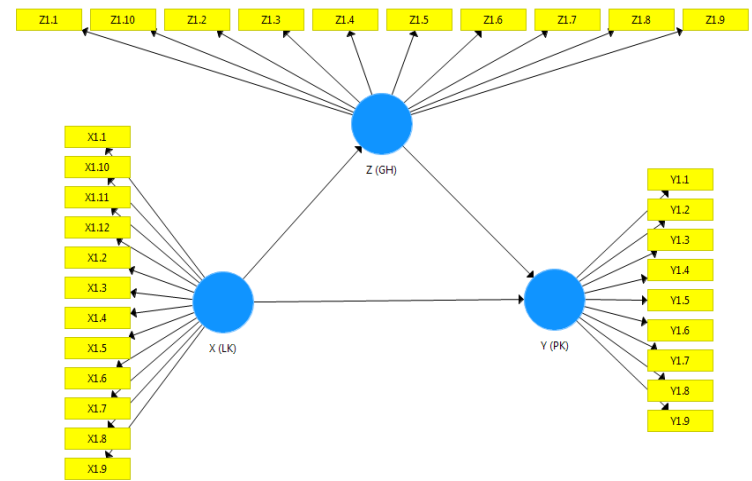
29	Laki-Laki	Manajemen	2019	2	1	2	2	2	2	3	2	5	1	22
30	Perempuan	Manajemen	2019	5	4	1	2	1	4	5	5	5	4	36
31	Laki-Laki	Manajemen	2019	2	2	1	3	2	1	4	2	1	1	19
32	Perempuan	Akuntansi	2019	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	30
33	Perempuan	Akuntansi	2018	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
34	Perempuan	Akuntansi	2019	2	2	1	2	1	2	3	2	3	1	19
35	Laki-Laki	Manajemen	2019	2	4	2	2	2	3	4	3	4	4	30
36	Perempuan	Akuntansi	2018	3	3	4	3	3	3	3	3	4	5	34
37	Perempuan	Manajemen	2019	3	3	2	4	2	3	2	3	3	2	27
38	Perempuan	Akuntansi	2019	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	27
39	Laki-Laki	Akuntansi	2019	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	25
40	Laki-Laki	Manajemen	2019	4	5	3	1	3	2	3	1	5	5	32
41	Perempuan	Akuntansi	2019	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	15
42	Perempuan	Manajemen	2018	3	3	1	4	3	4	3	3	3	5	32
43	Laki-Laki	Manajemen	2019	5	5	4	4	5	1	3	3	5	4	39
44	Perempuan	Manajemen	2019	5	4	1	1	1	2	2	3	2	1	22
45	Perempuan	Manajemen	2019	4	2	1	1	2	2	3	3	3	3	24
46	Perempuan	Manajemen	2019	4	1	2	1	2	3	2	2	2	2	21
47	Perempuan	Manajemen	2019	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
48	Perempuan	Manajemen	2019	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	24
49	Laki-Laki	Akuntansi	2019	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	Laki-Laki	Manajemen	2018	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	43
51	Perempuan	Manajemen	2018	4	3	1	1	1	3	1	5	4	1	24
52	Perempuan	Akuntansi	2018	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	24

Lampiran 4 Hasil Output PLS

Statistik Data Kuesioner

	No.	Missing	Mean	Median	Min	Max	Standard Deviation	Excess Kurtosis	Skewness
X1.1	1	0.000	4.630	5.000	3.000	5.000	0.541	0.249	-1.113
X1.2	2	0.000	4.750	5.000	3.000	5.000	0.456	1.049	-1.490
X1.3	3	0.000	3.620	4.000	1.000	5.000	1.103	-0.546	-0.333
X1.4	4	0.000	4.520	5.000	3.000	5.000	0.574	-0.455	-0.723
X1.5	5	0.000	4.680	5.000	3.000	5.000	0.527	1.029	-1.393
X1.6	6	0.000	4.530	5.000	2.000	5.000	0.655	1.440	-1.304
X1.7	7	0.000	4.700	5.000	3.000	5.000	0.480	0.019	-1.160
X1.8	8	0.000	4.220	4.000	2.000	5.000	0.782	-0.776	-0.540
X1.9	9	0.000	4.430	5.000	2.000	5.000	0.667	0.676	-0.970
X1.10	10	0.000	4.030	4.000	2.000	5.000	0.866	-0.971	-0.341
X1.11	11	0.000	4.530	5.000	3.000	5.000	0.538	-0.949	-0.513
X1.12	12	0.000	4.560	5.000	3.000	5.000	0.571	-0.183	-0.893
Y1.1	13	0.000	3.100	3.000	1.000	5.000	1.136	-0.670	0.050
Y1.2	14	0.000	3.250	3.000	1.000	5.000	1.108	-0.613	-0.244
Y1.3	15	0.000	3.580	4.000	1.000	5.000	1.088	0.161	-0.705
Y1.4	16	0.000	3.170	3.000	1.000	5.000	1.249	-0.822	-0.079
Y1.5	17	0.000	3.140	3.000	1.000	5.000	1.281	-0.890	-0.180
Y1.6	18	0.000	2.970	3.000	1.000	5.000	1.307	-1.011	0.002
Y1.7	19	0.000	3.080	3.000	1.000	5.000	1.246	-0.917	-0.217
Y1.8	20	0.000	3.000	3.000	1.000	5.000	1.233	-0.871	-0.195
Y1.9	21	0.000	3.390	3.000	1.000	5.000	1.148	-0.560	-0.249
Z1.1	22	0.000	3.200	3.000	1.000	5.000	1.158	-0.852	-0.204
Z1.2	23	0.000	2.660	3.000	1.000	5.000	1.097	-0.451	0.436
Z1.3	24	0.000	2.130	2.000	1.000	5.000	1.137	0.409	1.024
Z1.4	25	0.000	2.500	2.000	1.000	5.000	1.153	-0.737	0.357
Z1.5	26	0.000	2.200	2.000	1.000	5.000	1.166	0.407	1.022
Z1.6	27	0.000	2.610	3.000	1.000	5.000	1.122	-0.334	0.476
Z1.7	28	0.000	2.750	3.000	1.000	5.000	1.178	-0.606	0.240
Z1.8	29	0.000	2.820	3.000	1.000	5.000	1.186	-0.773	0.174
Z1.9	30	0.000	3.290	3.000	1.000	5.000	1.211	-0.754	-0.303
Z1.10	31	0.000	2.420	2.000	1.000	5.000	1.201	-0.457	0.543

Gambar Konseptual Sebelum Indikator Tidak Valid Dihapus

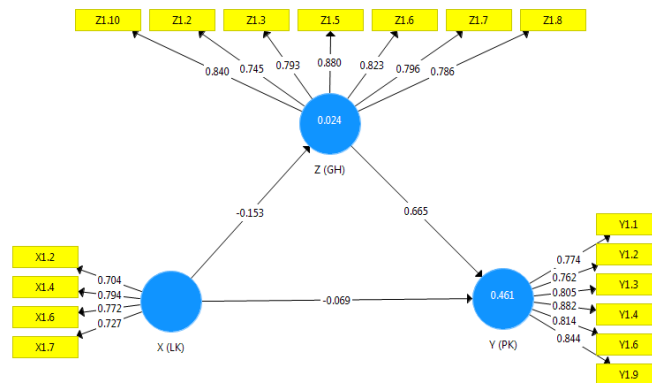


Loading Factor Sebelum Indikator Tidak Valid Dihapus

	X (LK)	Y (PK)	Z (GH)
X1.1	-0.053		
X1.10	0.396		
X1.11	0.485		
X1.12	0.458		
X1.2	0.662		
X1.3	0.286		
X1.4	0.723		
X1.5	0.240		
X1.6	0.765		
X1.7	0.646		
X1.8	0.072		
X1.9	0.545		
Y1.1		0.768	
Y1.2		0.757	
Y1.3		0.781	
Y1.4		0.856	
Y1.5		0.694	
Y1.6		0.805	
Y1.7		0.537	
Y1.8		0.510	
Y1.9		0.811	
Z1.1			0.583
Z1.10			0.823

Z1.2			0.754
Z1.3			0.785
Z1.4			0.691
Z1.5			0.859
Z1.6			0.803
Z1.7			0.784
Z1.8			0.780
Z1.9			0.659

Gambar Konseptual Sesudah Indikator Tidak Valid Dihapus



Loading Factor Sesudah Indikator Tidak Valid Dihapus

	X (LK)	Y (PK)	Z (GH)
X1.2	0.704		
X1.4	0.794		
X1.6	0.772		
X1.7	0.727		
Y1.1		0.774	
Y1.2		0.762	
Y1.3		0.805	
Y1.4		0.882	
Y1.6		0.814	
Y1.9		0.844	
Z1.10			0.840
Z1.2			0.745
Z1.3			0.793
Z1.5			0.880
Z1.6			0.823
Z1.7			0.796
Z1.8			0.786

Average Variance Extracted (AVE)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X (LK)	0.748	0.769	0.837	0.563
Y (PK)	0.899	0.913	0.922	0.663
Z (GH)	0.912	0.914	0.930	0.656

Fornell Larcker Criterion or HTMT

	X (LK)	Y (PK)	Z (GH)
X (LK)	0.750		
Y (PK)	-0.171	0.814	
Z (GH)	-0.153	0.675	0.810

Cross Loading

	X (LK)	Y (PK)	Z (GH)
X1.2	0.704	-0.073	-0.134
X1.4	0.794	-0.172	-0.141
X1.6	0.772	-0.083	-0.082
X1.7	0.727	-0.152	-0.090
Y1.1	-0.214	0.774	0.469
Y1.2	-0.074	0.762	0.489
Y1.3	-0.065	0.805	0.442
Y1.4	-0.092	0.882	0.684
Y1.6	-0.186	0.814	0.528
Y1.9	-0.201	0.844	0.625
Z1.10	-0.141	0.535	0.840
Z1.2	-0.152	0.501	0.745
Z1.3	-0.182	0.467	0.793
Z1.5	-0.216	0.529	0.880
Z1.6	-0.051	0.596	0.823
Z1.7	-0.091	0.593	0.796
Z1.8	-0.055	0.586	0.786

Uji Reliabilitas (Composite Reliability & Cronbach's Alpha)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X (LK)	0.748	0.769	0.837	0.563
Y (PK)	0.899	0.913	0.922	0.663
Z (GH)	0.912	0.914	0.930	0.656

Evaluation of Structural Model

Inner Model Test

R Square

	R Square	R Square Adjusted
Y (PK)	0.461	0.450
Z (GH)	0.024	0.014

Koefisien Jalur (Path Koefisien)

	X (LK)	Y (PK)	Z (GH)
X (LK)		-0.069	-0.153
Y (PK)			
Z (GH)		0.665	

T Statistic (Bootstrapping)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X (LK) -> Y (PK)	-0.069	-0.071	0.080	0.871	0.384
X (LK) -> Z (GH)	-0.153	-0.197	0.101	1.521	0.129
Z (GH) -> Y (PK)	0.665	0.667	0.054	12.348	0.000

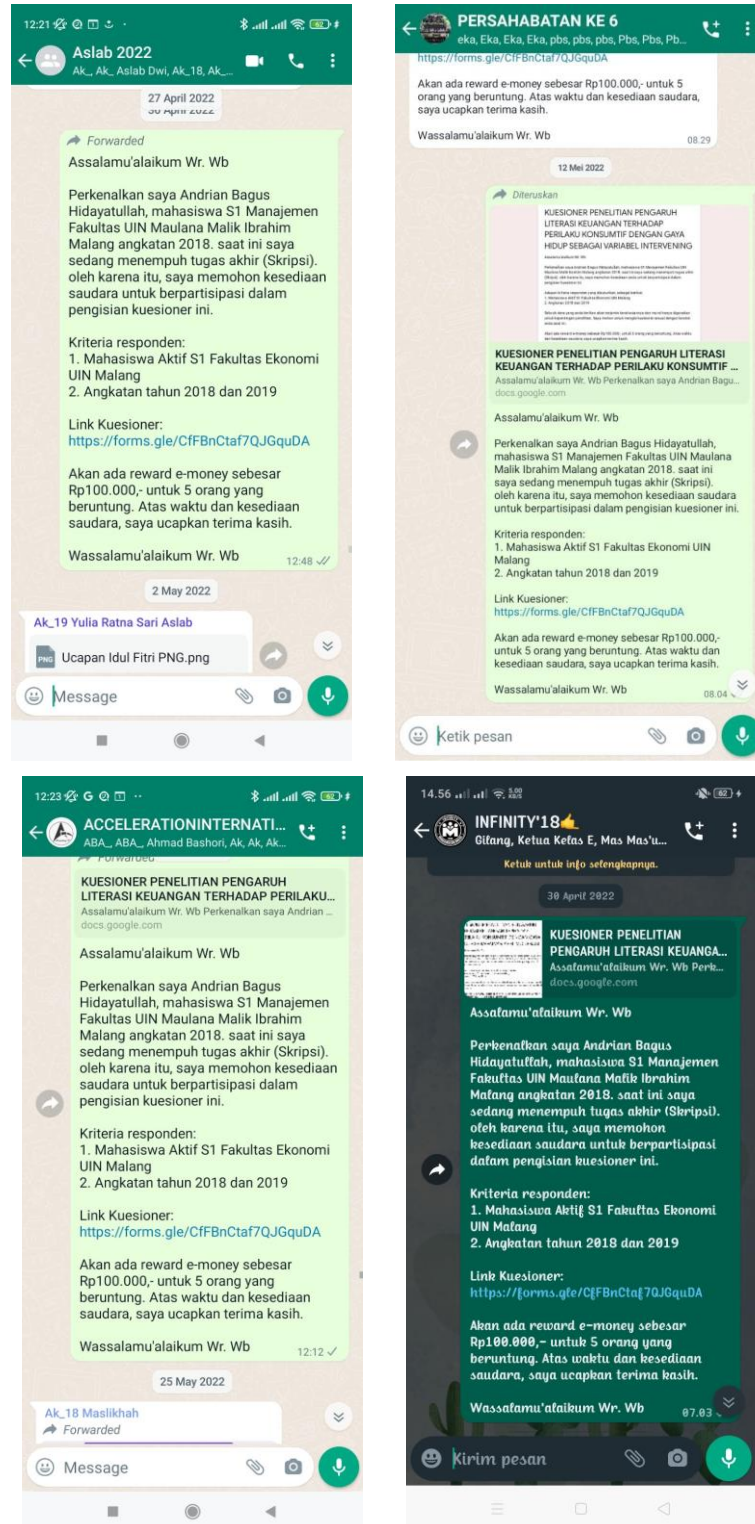
Predictive Relevance

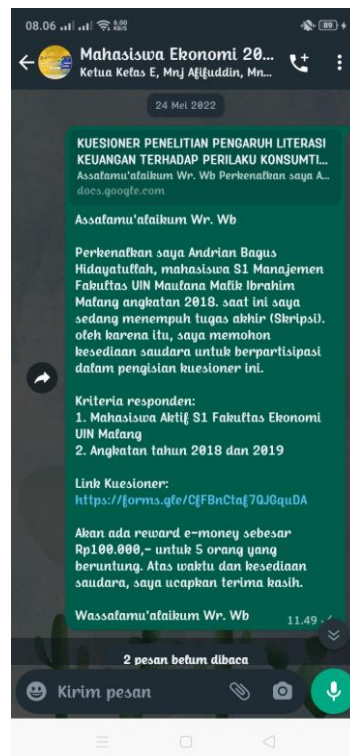
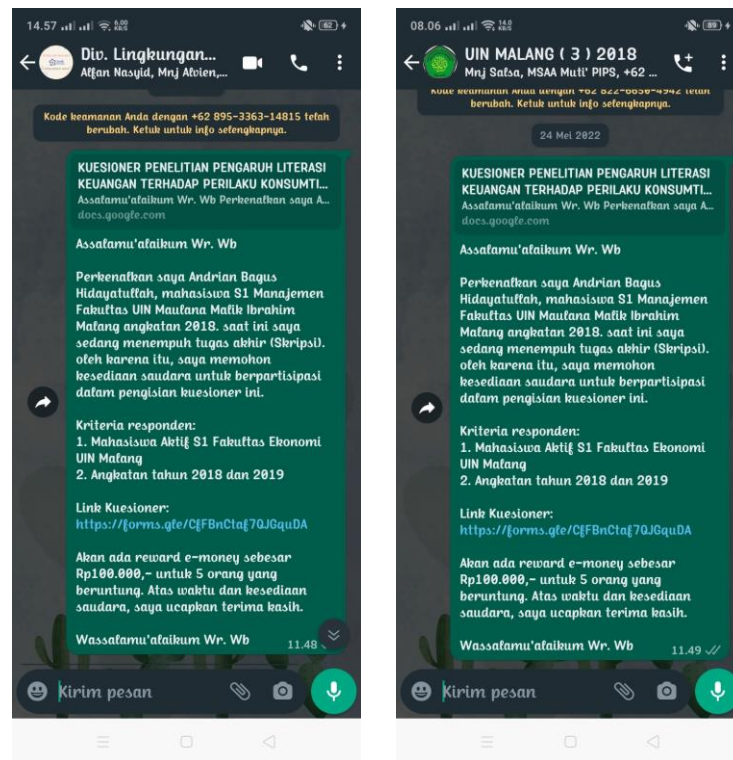
	SSO	SSE	Q ² (=1-SSE/SSO)
X (LK)	400.000	400.000	
Y (PK)	600.000	425.402	0.291
Z (GH)	700.000	691.759	0.012

Model Fit

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.079	0.079
d_ ULS	0.945	0.945
d_ G	0.481	0.481
Chi-Square	268.598	268.598
NFI	0.758	0.758

Lampiran 5 Bukti Penyebaran Kuesioner





Lampiran 6

BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Andrian Bagus Hidayatullah
 Tempat, Tanggal Lahir : Lamongan, 13 April 2000
 Alamat Asal : Jl Diponegoro RT/RW 07/02
 Banyubang Solokuro Lamongan
 Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Telepon/HP : 085 859 387 604
 E-mail : andrianbagus007@gmail.com

Pendidikan Formal

2006 – 2012 : MI Nurul Hidayah Banyubang Lamongan
 2012 – 2015 : MTs Ma'arif 16 Nurul Hidayah Banyubang
 Lamongan
 2015 – 2018 : MA Matholi'ul Anwar Simo Lamongan
 2018 – 2022 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi
 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2018 – 2019 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab (PKPBA)
 UIN Malang
 2012 – 2015 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris
 (PKPBI) UIN Malang

Pengalaman Organisasi

- CO Divisi nasyid UPKM JDFI Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2019-2021).
- Musyrif Pusat Ma'had Al-Jami'ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2019-2022).
- Anggota Divisi Lingkungan Hidup GenBI Koordinator Komisariat UIN Maulana Malik Ibrahim Malang (2020-2021).

Aktivitas dan Pelatihan

- Peserta Pelatihan Statistik di Fakultas Ekonomi UIN Malang (2020).
- LO PIONIR IX PTKIN Se-Indonesia (2019).
- Ketua Pelaksana Oprec & Grand Opening UPKM JDFI (2020).
- CP Sie Lomba Pop Solo Islami MUFI VI Nasional UPKM JDFI (2020).
- SC Sie Kesekretariatan MUFI VII Nasional UPKM JDFI (2021).
- Delegasi Tim Musikalisasi Hadist UIN Malang pada IPPBMM VIII PTKIN Se-Jawa (2021).

Malang, 15 Juni 2022

Andrian Bagus Hidayatullah

Lampiran 7

BUKTI KONSULTASI

Nama : Andrian Bagus Hidayatullah
 NIM/Jurusan : 18510154/Manajemen
 Pembimbing : Mardiana, SE., MM
 Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	12 Oktober 2021	Konsultasi Topik Penelitian	
2	23 Januari 2022	Konsultasi Topik Penelitian	
3	11 Maret 2022	Konsultasi Proposal BAB I,II dan III	
4	16 Maret 2022	Konsultasi Proposal BAB I,II dan III	
5	21 Maret 2022	Konsultasi Proposal BAB I,II dan III	
6	23 Maret 2022	Konsultasi Proposal BAB I,II dan III	
7	24 Maret 2022	Revisi & ACC Proposal	
8	13 April 2022	Seminar Proposal	
9	27 April 2022	Revisi & ACC Proposal	
10	8 Juni 2022	Konsultasi BAB IV	
11	10 Juni 2022	Konsultasi BAB IV dan V	
12	15 Juni 2022	Revisi BAB I – V	
13	17 Juni 2022	Revisi & ACC Keseluruhan	

Malang, 15 Juni 2022
 Mengetahui,
 Ketua Jurusan Manajemen



Muhammad Sulhan, SE., MM /
 NIP. 197406042006041002

Lampiran 8



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

**SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME
(FORM C)**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Puji Endah Purnamasari, MM
NIP : 198710022015032004
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Andrian Bagus Hidayatullah
NIM : 18510154
Handphone : 085 859 387 604
Konsentrasi : Keuangan
Email : 18510154@student.uin-malang.ac.id
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan **BEBAS PLAGIARISME** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
17%	17%	10%	11%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 07 Juli 2022
UP2M

Puji Endah Purnamasari, MM
NIP198710022015032004