

## SKRIPSI

# PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI IAIN PAREPARE (STUDI PADA PRODI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH)



PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA  
HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI IAIN  
PAREPARE (STUDI PADA PRODI MANAJEMEN KEUANGAN  
SYARIAH)**



**OLEH**

**SAFIRA PUTRI REGINA IRWAN  
NIM: 2120203861211075**

Skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada  
Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2025**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah)

Nama Mahasiswa : Safira Putri Regina Irwan

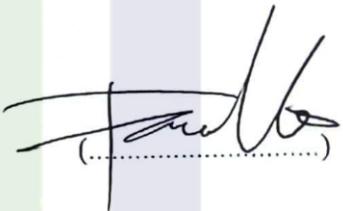
Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861211075

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan Pembimbing Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Nomor: B-4584/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2024

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Besse Faradiba, M,M  
NIP : 198910172019032004 

Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. H. M. Fah Muhamadun, M.A.  
NIP: 197102082001122002

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah)

Nama Mahasiswa : Safira Putri Regina Irwan

Nomor Induk Mahasiswa : 2120203861211075

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor: B-4584/In.39/FEBI.04/PP.00.9/10/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Besse Faradiba, M.M. (Ketua)

Dr. Abdul Hamid, S.E., M.M. (Anggota)

Darwis, S.E., M.Si. (Anggota)

Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terimakasih kepada Allah SWT atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Shalawat dan salam tak henti-hentinya tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Penulis mengucapkan terima kasih yang tulus dan mendalam kepada kedua orangtua tercinta, Ibunda Andi Ros Mangindara dan Ayahanda Irwan Husain, serta nenek tersayang Hj. Atika, atas kasih sayang, doa, serta dukungan yang tak ternilai. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada saudara-saudara tercinta, Muhammad Fatur Rahman, Muhammad Fikri Firgiawan, dan Muhammad Farel Alfarq, atas semangat dan doa yang telah menjadi sumber kekuatan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari berbagai bantuan pihak. Oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ibu Dr. Nurfadhilah, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis

- Islam.
4. Ibu Besse Faradiba, S.E., M.M., Bapak Dr. Abdul Hamid, S.E., M.M., dan Bapak Darwis, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing dan penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
  5. Bapak Dr. Musmulyadi, M.M. selaku dosen penasehat akademik.
  6. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, serta seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, yang telah membimbing dan mendidik penulis dengan ilmu, waktu, tenaga, dan perhatian selama masa studi.
  7. Kepala Perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada peneliti selama menjalani studi di IAIN Parepare.
  8. Pemerintah Kota Parepare beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
  9. Teman-teman Prodi Manajemen Keuangan Syariah, teman KPM, teman PBAK dan sahabat penulis yang telah meluangkan waktunya dan memberikan motivasi serta kontribusi pemikirannya.
  10. Kepada seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini, serta kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Selain itu, Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada setiap individu yang telah mendukung, sehingga karya ini dapat

terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa ada banyak kesalahan dan kekurangan dalam tulisan ini, dan semoga Allah SWT berkenan menilai segala kebijakan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya. Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan. Pada akhirnya, kritik dan rekomendasi untuk meningkatkan penelitian ini sangat diharapkan dan akan diterima sebagai bagian dari perbaikan penelitian berikutnya. Terakhir, penulis berharap pembaca memberikan saran bermanfaat untuk menyempurnakan skripsi ini.



## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safira Putri Regina Irwan  
NIM : 2120203861211075  
Tempat, Tanggal Lahir : Parepare, 19 April 2003  
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan duplikat, tiruan, plagiat, atau karya ini dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka, skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 25 Mei 2025  
29 Dzulhijjah 1446 H  
Penulis,



Safira Putri Regina Irwan  
NIM. 2120203861211075

## ABSTRAK

Safira Putri Regina Irwan, 2025. Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah). Dibimbing oleh Besse Faradiba.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa seiring berkembangnya teknologi digital dan tren gaya hidup konsumtif di generasi muda. Literasi keuangan digital menjadi kompetensi agar mahasiswa mampu mengelola keuangan pribadi secara bijak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 85 mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021–2024 ditentukan dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui angket tertutup, dokumentasi dan observasi. Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan reliabilitas, serta data dianalisis melalui uji asumsi klasik dan regresi linear berganda dengan menggunakan software SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $sig. = 0,233$ ), gaya hidup berpengaruh signifikan ( $sig. = 0,001$ ) dan secara simultan, keduanya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ( $sig. = 0,000$ ). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,350 menunjukkan bahwa 35% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh kedua variabel tersebut.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, Manajemen Keuangan Syariah.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	14
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	14
B. Tinjauan Teori.....	20
1. Literasi Keuangan Digital.....	20
2. Gaya Hidup.....	25
3. Perilaku Konsumtif.....	28
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis .....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36

B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	40
E. Definisi Operasional Variabel.....	43
F. Instrumen Penelitian .....	45
G. Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>51</b>
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	51
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	53
C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	65
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel	Halaman
1.1	Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Angkatan yang Menjadi Subjek dalam Analisis Perilaku Konsumtif	4
1.2	Fakta-Fakta Terkait Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	9
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	37
3.2	Definisi Operasional Variabel	44
3.3	Skor Skala Likert	46
4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	51
4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia	51
4.3	Karakteristik responden berdasarkan angkatan	52
4.4	Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Digital (X1)	53
4.5	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2)	54
4.6	Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)	54
4.7	Hasil Uji reliabilitas Literasi Keuangan Digital (X1)	55
4.8	Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2)	55
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)	55
4.10	Hasil Uji Normalitas	56
4.11	Hasil Uji Multikolinearitas	57
4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.13	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.14	Koefisien Determinasi	59
4.15	Hasil Uji Hipotesis (uji-t)	62
4.16	Hasil Uji Model Fit (Uji F)	64

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul tabel	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	34



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul Lampiran	Halaman
Lampiran 1	Pedoman Kuesioner	80
Lampiran 2	Identitas Responden	86
Lampiran 3	Hasil Perhitungan SPSS	98
Lampiran 4	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian	104
Lampiran 5	Surat Rekomendasi Penelitian	105
Lampiran 6	Surat Keterangan Selesai Meneliti	106
Lampiran 7	Berita Acara	107
Lampiran 8	Dokumentasi	108
Lampiran 9	Biodata Penulis	109

## TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin disini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf latin beserta perangkatnya

#### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	d	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda (‘).

## 2. Vokal

- a) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaimana berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰ	Fathah	A	A
ٰ	Kasrah	I	I
ٰ	Dhomma	U	U

- b) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰي	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ٰو	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

## 3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama

نَّا / يَ	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
يَنْ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis di atas
وُنْ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَات	:māta
رَمَى	: ramā
قَيْل	: qīla
يَمُوت	: yamūtu

#### 4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *tamarbutahada* dua:

- Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].
- Tamarbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ	: raudahal-jannah atau raudatul jannah
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: al-madīnahal-fādilah atau al-madīnatulfādilah
الْحِكْمَةُ	: al-hikmah

#### 5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ׁ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan

huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

رَبَّنَا	: <i>Rabbanā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>Najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
الْحَجُّ	: <i>al-hajj</i>
نُعْمَ	: <i>nu ‘ima</i>
عَدُوُّ	: <i>‘aduwwun</i>

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ	: ‘Arabi (bukan ‘Arabiyy atau ‘Araby)
عَلِيٌّ	: ‘Ali (bukan ‘Alyy atau ‘Aly)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ى(*alif lam ma’arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy- syamsu</i> )
الرَّزْلَةُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif. Contoh:

ثَمَرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمْرٌ	: <i>Umirtu</i>

#### 8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an*(dar *Qur'an*), *Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fīzilāl-qur'an*  
*Al-sunnahqablal-tadwin*  
*Al-ibāratbi 'umum al-lafzlābi khusus al-sabab*

#### 9. *Lafzal-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *Dīnullah*  
 بِاللَّهِ : *billah*

Adapun *tamarbutahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُنْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Humfīrahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

*Wa māMuhammadunillārasūl*

*Inna awwalabaitinwudi 'alinnāsilalladhibiBakkatamubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhibunzilafihal-Qur 'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*AbūNasral-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū*(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

*Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abūal-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid Muhammad Ibnu)*  
*NaṣrHamīdAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaṣrHamīd (bukan: Zaid, NaṣrHamīdAbū)*

## B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subhānahūwata 'āla*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wasallam*

a.s. = *'alaihi al- sallām*

H = Hijriah

M = Masehi

SM = Sebelum Masehi

- 1. = Lahir tahun
- w. = Wafat tahun
- QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
- HR = Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

- |      |   |                      |
|------|---|----------------------|
| ص    | = | صفحة                 |
| دم   | = | بدون                 |
| صلعم | = | صلى الله عليه وسلم   |
| ط    | = | طبعه                 |
| ن    | = | بدون ناشر            |
| الخ  | = | إلى آخرها / إلى آخره |
| ج    | = | جزء                  |

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris.Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat teknologi digital dan komunikasi di masa kini telah mengakibatkan perubahan mendasar di berbagai segi kehidupan, termasuk cara mengatur keuangan pribadi. Literasi keuangan digital menjadi kebutuhan mendasar, terutama untuk generasi masa kini yang merupakan pengguna aktif teknologi. Mahasiswa, sebagai kelompok yang berada di usia produktif, sering kali menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan mereka, terutama dalam konteks perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh gaya hidup dan akses terhadap informasi keuangan. Mahasiswa sebagai generasi muda yang akrab dengan teknologi digital, sering kali terpapar pada berbagai pilihan produk dan layanan keuangan yang dapat memengaruhi pola konsumsi mereka.<sup>1</sup> Dalam konteks mahasiswa, literasi keuangan digital yang baik dapat membantu mereka memahami produk keuangan syariah dan membuat keputusan yang lebih bijak terkait pengeluaran dan investasi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana gaya hidup ini berinteraksi dengan literasi keuangan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.<sup>2</sup>

Literasi keuangan digital merujuk pada kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan yang tersedia secara online, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan yang bijak. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat

<sup>1</sup>Mila Mulya Sari, Titin Agustin Nengsih dan Ahmad Syahrizal. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019." *Journal of Creative Student Research (JCSR)* 1, no. 2 (2023): 137-51.

<sup>2</sup>Mursalim, Andi Ririn Oktaviani dan Abdullah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Makassar." *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO* 6, no. 2 (2024): 76-90.

literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, dengan hanya 38,03% dari populasi yang menguasai pengetahuan memadai tentang tata kelola keuangan.<sup>3</sup> Hal ini menjadi perhatian khusus, mengingat mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare diharapkan untuk memiliki pemahaman yang baik tentang prinsip-prinsip keuangan syariah dan pengelolaan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai tersebut.

Literasi keuangan digital meliputi kompetensi dalam memahami sekaligus menerapkan informasi keuangan yang tersedia secara online. Hal ini mencakup pengetahuan tentang pengelolaan anggaran, investasi, dan penggunaan produk keuangan digital. Dengan meningkatnya penggunaan aplikasi keuangan dan platform digital, mahasiswa perlu memiliki keterampilan ini agar dapat membuat keputusan keuangan yang bijak dan menghindari jebakan konsumtif yang dapat merugikan kondisi keuangan pribadi mereka di kemudian hari.<sup>4</sup>

Gaya hidup merepresentasikan ekspresi budaya yang melekat pada setiap individu. Preferensi gaya hidup seseorang mencerminkan cara mereka memposisikan diri dalam struktur sosial. Fenomena gaya hidup liberal semakin marak dikalangan remaja, yang bersumber dari persepsi keliru bahwa kebebasan tanpa batas merupakan

---

<sup>3</sup>Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febraty. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 103-10.

<sup>4</sup>Tiana Fungky, Tiara Puspita Sari dan Vicky F Sanjaya. "Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019)." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2021): 82-98.

bentuk modernitas. Pola konsumsi berlebihan yang menyertainya berpotensi mengarah pada praktik hedonisme.<sup>5</sup>

Perilaku konsumtif mahasiswa sering kali terpengaruh dengan pola hidup yang hedonis dan tekanan sosial. Sebagian besar mahasiswa menganggap terdorong untuk mengeluarkan uang untuk barang-barang yang tidak esensial demi memenuhi ekspektasi sosial atau mengikuti tren. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif cenderung menghabiskan lebih banyak uang, yang dapat mengakibatkan masalah keuangan jangka panjang.<sup>6</sup>

Dalam konteks kehidupan modern, aspek finansial telah menjadi komponen integral dalam masyarakat. Kondisi ini menuntut setiap individu untuk mampu memanfaatkan instrumen keuangan secara optimal sekaligus mengambil keputusan finansial yang tepat. Salah satu kompetensi esensial manusia adalah literasi keuangan, yakni kemampuan mengelola sumber daya finansial secara efektif. Pemahaman mendalam tentang pengelolaan keuangan merupakan hal krusial, karena memungkinkan seseorang mengalokasikan dana secara bijak sesuai kebutuhan hidupnya..

Literasi keuangan dan jurusan manajemen keuangan syariah memiliki banyak kesamaan karena keduanya berfokus pada pemahaman dan pengaturan keuangan. Dalam manajemen keuangan syariah, mahasiswa diajarkan cara menyusun dan menganalisis laporan keuangan ialah sebuah keterampilan penting dalam pengambilan

---

<sup>5</sup>Arif Rahmat, Asyari Asyari dan Hesi Eka Puteri. "Pengaruh Hedonisme Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>.

<sup>6</sup>Galang Rio Adi Saputra, Suyanto Suyanto dan Gustin Padwa Sari. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Pemoderasi." *Expensive: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 2, no. 2 (2023): 291-99.

keputusan finansial. Sementara itu, literasi keuangan membantu Individu memahami laporan keuangan agar dapat membuat keputusan keuangan yang tepat.

Selain itu, literasi keuangan dalam perilaku konsumtif dan manajemen keuangan syariah sama-sama menekankan pentingnya mengenali sumber daya keuangan yang dimiliki serta mengatur pengeluaran berdasarkan kebutuhan dan prioritas. Keduanya juga mengajarkan penyusunan anggaran untuk mengelola pemasukan dan pengeluaran guna mencapai stabilitas keuangan. Baik literasi keuangan maupun manajemen keuangan syariah juga menyadari peran investasi dan manajemen resiko dalam meraih tujuan jangka panjang.

Dibawah ini adalah data jumlah mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan tahun 2021-2024.

**Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Berdasarkan Angkatan yang Menjadi Subjek dalam Analisis Perilaku Konsumtif**

Tahun	Jumlah Mahasiswa
2021	102
2022	105
2023	110
2024	171
<b>TOTAL</b>	<b>488</b>

Sumber: <https://sisfo.iainpare.ac.id/siakad/home/akm>

Setelah melihat tabel 1.1, menunjukkan jumlah mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare dari angkatan tahun 2021 hingga 2024 yang menjadi subjek dalam analisis perilaku konsumtif. Berdasarkan data, jumlah mahasiswa mengalami peningkatan setiap tahunnya. Pada tahun 2021 tercatat sebanyak 102 mahasiswa, kemudian meningkat menjadi 105 mahasiswa pada tahun 2022. Jumlah ini kembali naik menjadi 110 mahasiswa pada tahun 2023, dan mengalami lonjakan signifikan pada tahun 2024 dengan total 171 mahasiswa. Secara

keseluruhan, total jumlah mahasiswa dari keempat angkatan tersebut adalah sebanyak 488 mahasiswa. Data ini menunjukkan tren peningkatan minat terhadap program studi Manajemen Keuangan Syariah dan menjadi dasar populasi dalam penelitian ini.

Faktor yang memengaruhi pengeluaran seseorang antara lain adalah perubahan gaya hidup. Banyak dari mereka terdorong untuk membelanjakan uang pada kebutuhan non-esensial demi memenuhi ekspektasi sosial atau mengikuti tren. Kemudahan akses terhadap internet dan toko online juga menjadi salah satu penyebab meningkatnya konsumsi impulsif. Selain itu, interaksi sosial yang tinggi, seperti sering berkumpul dengan teman sebaya, turut memengaruhi pola konsumsi dan pengeluaran bulanan mahasiswa.

Perubahan sosial inilah yang sering terlihat pada mahasiswa Prodi Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021-2024. Mereka diduga memiliki kecenderungan untuk mengubah pola hidup, rutinitas, dan tata cara kehidupan setelah terpapar hal-hal baru di lingkungan sekitarnya. Khususnya dalam hal gaya berpakaian yang sering kali dikaitkan dengan tren dan model terkini. Di era sekarang, dengan beragamnya tren yang ada banyak mahasiswa yang menjadi lebih aktif dalam membeli berbagai barang seperti pakaian, hijab, dan sejenisnya. Perilaku ini mencerminkan budaya konsumtif yang dapat memicu ketergantungan terhadap aktivitas berbelanja.

Kondisi ini muncul akibat ketidakmampuan mahasiswa dalam mengatur keuangan secara efektif disertai munculnya berbagai kebutuhan prioritas. Bagi kalangan pelajar perguruan tinggi, manajemen finansial personal seringkali menjadi tantangan kompleks karena berbagai faktor penghambat, terutama kecenderungan

berbelanja berlebihan yang semakin meningkat. Realitas menunjukkan bahwa pembelian produk non-esensial masih dominan dilakukan oleh mahasiswa.

Fenomena ini erat kaitannya dengan pengaruh lingkungan sosial yang mengedepankan konsumerisme di antara peserta didik Program Studi Manajemen Keuangan Syariah periode 2021-2024. Studi kasus di IAIN Parepare mengungkapkan bahwa pada program studi tersebut, mayoritas responden cenderung mengalokasikan dana lebih besar untuk kepuasan pribadi dibanding investasi pendidikan. Pola pengeluaran mereka lebih banyak ditujukan untuk aktivitas pembelian barang dan pemenuhan hasrat konsumsi.

Meskipun mahasiswa keuangan syariah memiliki pengetahuan lebih tentang prinsip keuangan yang halal, pengaruh gaya hidup dan tekanan sosial tetap dapat memengaruhi perilaku konsumtif mereka. Oleh karena itu, penting untuk membangun kesadaran yang lebih besar tentang pengelolaan keuangan yang bijak, sesuai dengan prinsip syariah, serta mengembangkan kebiasaan menabung dan berinvestasi dengan cara yang sesuai dengan ajaran Islam. Sehingga bisa dikatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah.

Dalam Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan dikenal sebagai israf, yaitu pengeluaran yang melewati batas kebutuhan. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوْامًا

Terjemahannya:

“Orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”<sup>7</sup>

Diduga terdapat hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup mahasiswa. Kemampuan literasi keuangan yang tinggi pada mahasiswa berkorelasi dengan pengelolaan keuangan yang efektif dan pilihan konsumsi yang lebih cerdas. Di sisi lain, mahasiswa yang kurang memahami literasi keuangan cenderung lebih mudah terjebak dalam pola konsumsi berlebihan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana gaya hidup ini berinteraksi dengan literasi keuangan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan memahami interaksi ini, diharapkan dapat ditemukan solusi yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi keuangan di kalangan mahasiswa.

Fenomena yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa di era digital, yang dipengaruhi oleh literasi keuangan digital dan gaya hidup. Dengan meningkatnya akses terhadap teknologi informasi dan aplikasi keuangan, mahasiswa kini lebih mudah melakukan belanja online dan mengelola keuangan mereka. Namun, hal ini sering kali diiringi dengan pengeluaran yang tidak terkendali, di mana mahasiswa cenderung menghabiskan uang untuk barang-barang yang tidak esensial. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren sosial dan tekanan dari teman sebaya juga berkontribusi pada perilaku konsumtif ini, sementara literasi keuangan yang rendah dapat memperburuk situasi tersebut. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi interaksi antara literasi keuangan digital, gaya hidup, dan

---

<sup>7</sup>Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur’ān dan Terjemahannya – Surah Al-Furqān Ayat 67,” n.d.

perilaku konsumtif mahasiswa untuk menemukan solusi yang lebih efektif dalam pengelolaan keuangan mereka.<sup>8</sup>

Penelitian ini memiliki urgensi yang signifikan mengingat tantangan perilaku konsumtif yang sering dihadapi mahasiswa, terutama di era digital yang memudahkan akses terhadap berbagai produk dan layanan. Mahasiswa sering kali terjebak dalam pengeluaran yang tidak terkendali, sehingga penting untuk mengidentifikasi sejauh mana literasi keuangan digital dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif mereka.<sup>9</sup> Banyak mahasiswa yang belum memiliki kemampuan dan mengatur keuangan pribadi dengan baik dan benar. Sebagian dari mereka bahkan menganggap bahwa mengelola keuangan bukanlah hal yang begitu penting, sehingga banyak mahasiswa kurang memahami tentang pengetahuan pengelolaan keuangan yang baik di lingkungan sekitar.<sup>10</sup>

Dengan fokus pada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, penelitian ini juga berpotensi memberikan kontribusi terhadap pengembangan kurikulum pendidikan yang relevan, membantu mahasiswa memahami prinsip-prinsip keuangan syariah. Di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi, literasi keuangan digital menjadi krusial bagi mahasiswa untuk memanfaatkan teknologi dalam pengambilan keputusan finansial. Selain itu, dengan meningkatkan pemahaman tentang literasi keuangan dan dampaknya terhadap gaya hidup, penelitian ini bertujuan untuk memberikan

---

<sup>8</sup>Auskarni. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar”, (UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR, 2021).

<sup>9</sup>Mursalim, Oktaviani dan Abdullah. “Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Makassar.”

<sup>10</sup>Jenni Veronika Br Donny Dharmawan, Balla Wahyu Budiarto, Hotma Mentalita dan Besse Faradiba Ginting, “SOSIALISASI PERENCANAAN MANAJEMEN INVESTASI KEUANGAN PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI,” *Pengabdian Kepada Masyarakat* 04, no. 02 (2024): 479–84.

rekомендasi yang dapat membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan lebih baik, meningkatkan kesejahteraan individu, serta memberikan dampak positif bagi keluarga dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>11</sup> Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berharga bagi lembaga pendidikan dan pembuat kebijakan dalam merancang program-program edukasi keuangan yang lebih efektif, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi antara literasi keuangan digital, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks pengelolaan keuangan di era digital.

Berikut tabel yang menggambarkan fakta-fakta terkait pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah di era digital:

**Tabel 1.2 Fakta-Fakta Terkait Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Faktor	Deskripsi	Pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Literasi Keuangan	Kemampuan untuk memahami dan mengelola aspek-aspek keuangan, seperti penganggaran, tabungan, investasi, dan penggunaan kredit.	Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik lebih cenderung mengelola pengeluaran mereka dengan bijak, memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan, serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.
Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata atau dampak jangka panjang	Mahasiswa dengan pemahaman yang rendah tentang literasi keuangan sering kali terjebak dalam pola konsumtif, menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak penting, sering dipengaruhi oleh iklan atau tren digital tanpa

<sup>11</sup>Sindi Aulia Hamidah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, Dan Brand Image Terhadap Minat Generasi Z Pada Bank Syariah," n.d.

	terhadap keuangan pribadi.	mempertimbangkan finansial jangka panjang.	konsekuensi
--	----------------------------	--	-------------

*Sumber: Pane & Payong (2024) dan Zuhda (2024)*

Tabel ini memberikan gambaran bagaimana literasi keuangan dapat membantu mahasiswa mengelola keuangan mereka dengan bijak dan menghindari perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks era digital yang penuh dengan godaan dan pengaruh eksternal.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas literasi keuangan digital dan gaya hidup, terdapat beberapa gap dalam literatur yang perlu diisi. Pertama, banyak studi sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Nursaniah Pane dan Sesilia Lipa Payong (2024) serta Muhammad Kaffin Zuhda (2024), terfokus pada populasi mahasiswa di universitas tertentu, yang mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan perilaku konsumtif masyarakat secara umum. Selain itu, penelitian ini juga cenderung mengutamakan aspek kualitatif atau hanya satu variabel, sehingga kurang memberikan gambaran menyeluruh tentang interaksi antara literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini berfokus pada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare, mengeksplorasi pengaruh kedua variabel tersebut dalam konteks digitalisasi yang terus berkembang, serta mengisi gap tentang bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi pengambilan keputusan keuangan mahasiswa dalam era digital.

Kebaruan penelitian ini terletak pada beberapa aspek yang membedakannya dari penelitian sebelumnya. Pertama, penelitian ini fokus pada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare, yang mengeksplorasi pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mereka. Hal ini berbeda dari banyak studi sebelumnya yang lebih terfokus pada populasi umum atau generasi Z di

konteks yang lebih luas, sehingga memberikan perspektif yang lebih spesifik mengenai perilaku mahasiswa.

Kedua, penelitian ini mengkaji interaksi antara literasi keuangan digital dan gaya hidup secara simultan, yang belum banyak dilakukan dalam penelitian sebelumnya, yang umumnya hanya menyoroti salah satu dari keduanya. Selain itu, penelitian ini dilatarbelakangi oleh fakta bahwa tingkat literasi keuangan di Indonesia masih tergolong rendah, dengan hanya 38,03% dari populasi yang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan, serta meningkatnya penggunaan aplikasi keuangan di kalangan mahasiswa.<sup>12</sup> Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam memahami dinamika perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa di era digital, serta memberikan rekomendasi yang relevan untuk program edukasi keuangan yang lebih efektif.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, peneliti tertarik untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di era digital, khususnya peran literasi keuangan digital dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana literasi keuangan digital memengaruhi pengambilan keputusan finansial mahasiswa, serta mengeksplorasi dampak gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mereka. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan untuk pengembangan program edukasi keuangan yang lebih efektif dan meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola keuangan mereka, mendukung upaya kesejahteraan individu dan masyarakat. Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti melakukan penelitian yang

---

<sup>12</sup>Nursaniah Pane dan Sesilia Lipa Payong. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi di Era Digital, Prosiding Seminar Nasional Manajemen", 4(1), (2024): 1004-1016

berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Manajemen Keuangan Syariah)."

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, adapun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare?
3. Apakah literasi keuangan digital dan gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.
2. Untuk menganalisis seberapa besar pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.
3. Untuk menganalisis seberapa besar literasi keuangan digital dan gaya hidup berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

## 1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat pemahaman tentang pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. Dengan menggali aspek literasi keuangan digital dan gaya hidup dalam konteks mahasiswa, penelitian ini memperkaya literatur tentang pengelolaan keuangan, terutama kaitannya dengan perilaku konsumtif di era digital. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan kajian pendidikan keuangan, sehingga dapat mendukung literatur yang ada tentang pentingnya literasi keuangan bagi generasi muda.

## 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi mahasiswa mengenai pentingnya literasi keuangan digital dan dampak gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mereka. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi lembaga pendidikan dalam merancang program edukasi dan pelatihan literasi keuangan yang lebih efektif. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pembuat kebijakan, termasuk Otoritas Jasa Keuangan (OJK), untuk mengembangkan program literasi keuangan yang lebih relevan dan efektif bagi mahasiswa, serta mendorong kesadaran masyarakat tentang pengelolaan keuangan yang bijak.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Kajian penelitian terkait atau studi relevan merupakan tinjauan terhadap berbagai studi sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan berdasarkan temuan-temuan dari penelitian terdahulu. Adapun beberapa studi sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Nursaniah Pane dan Sesilia Lipa Payong dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi di Era Digital”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi di kalangan mahasiswa. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa dari berbagai Universitas di Indonesia. Subjek penelitian dipilih secara *purposive*, dengan fokus pada mahasiswa yang telah menggunakan aplikasi dompet digital dan layanan pinjaman online. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan yang baik berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan yang lebih efektif, sementara gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh media sosial dan tren *e-commerce* sering kali menyebabkan kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi mahasiswa. Temuan ini memberikan wawasan penting tentang perlunya peningkatan literasi keuangan di kalangan

mahasiswa untuk membangun kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat.<sup>13</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh Nursaniah Pane dan Sesilia Lipa Payong terletak pada fokus kajian yang melibatkan literasi keuangan dan gaya hidup mahasiswa, serta pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap aspek keuangan. Namun, perbedaan mencakup jenis penelitian; penelitian Nursaniah dan Sesilia bersifat kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei dan kuesioner. Selain itu, penelitian Nursaniah dan Sesilia berfokus pada pengelolaan keuangan pribadi, sementara penelitian penulis meneliti pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Subjek penelitian juga berbeda, di mana penelitian Nursaniah dan Sesilia mencakup mahasiswa dari berbagai universitas di Indonesia, sedangkan penelitian penulis spesifik di IAIN Parepare.

2. Muhammad Kaffin Zuhda dengan judul “Literasi Digital dan Literasi Finansial Sebagai Determinan Ekonomi Digital dalam Penggunaan Digital Payment oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah Jakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi digital dan literasi finansial terhadap penggunaan pembayaran digital di kalangan mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai seberapa baik literasi digital dan literasi finansial mahasiswa serta mengukur hubungan antara kedua literasi tersebut dengan penggunaan digital *payment*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei, yang melibatkan 306 mahasiswa

---

<sup>13</sup> Nursaniah Pane dan Sesilia Payong, “Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap” 4, no. 1 (2024): 1004–16.

sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Tingkat literasi digital dan literasi finansial mahasiswa berada pada kategori baik. 2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara literasi digital dengan penggunaan digital *payment*. 3. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara literasi finansial dengan penggunaan digital *payment*. 4. Kombinasi literasi digital dan literasi finansial memiliki pengaruh signifikan terhadap penggunaan digital *payment*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital dan finansial dapat mendorong mahasiswa untuk lebih aktif menggunakan metode pembayaran digital.<sup>14</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan digital, yang memiliki pengaruh terhadap perilaku mahasiswa. Keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Namun, perbedaan mencakup fokus penelitian; penelitian ini meneliti pengaruh literasi digital dan finansial terhadap penggunaan digital *payment*, sedangkan penelitian penulis berfokus pada pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

3. Putri Zulfa Ersa Meylina dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi-Z di Kota Mataram," bertujuan untuk meneliti dampak literasi keuangan syariah dan penggunaan e-money terhadap kecenderungan konsumtif generasi muda. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang diisi oleh 96 responden. Ada tiga tujuan utama dalam

---

<sup>14</sup>MUHAMMAD KAFFIN ZUHDA, *Literasi digital dan literasi finansial sebagai determinan ekonomi digital dalam penggunaan digital payment oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis uin syarif hidayatullah jakarta*, 2024.

penelitian ini: (1) menganalisis pengaruh parsial literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif, (2) menguji pengaruh parsial penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif, dan (3) mengevaluasi pengaruh simultan literasi keuangan syariah dan e-money terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kedua variable literasi keuangan syariah dan penggunaan e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut berkontribusi dalam meningkatkan kecenderungan konsumtif di kalangan Generasi-Z.<sup>15</sup> Persamaan antara penelitian ini dan penelitian Putri Zulfa Ersa Meylina terletak pada kesamaan variabel, yaitu literasi keuangan dan penggunaan e-money sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, serta penggunaan metode kuantitatif dengan instrumen kuesioner. Namun, perbedaannya mencakup konteks penelitian, seperti generasi atau lokasi yang berbeda, serta kemungkinan adanya variabel tambahan yang diteliti dalam studi penulis.

4. Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah, dan Romandhon dengan judul “Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, gaya hidup, dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh literasi keuangan, kemampuan mengendalikan diri, pola hidup, serta budaya digital terhadap kecenderungan konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data

---

<sup>15</sup> Putri Zulfa Ersa Meylina. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Mataram.” *Ekonomi, Fakultas Bisnis, D A N Alauddinmakassar, U I N*, 2019, 113-34.

melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada responden mahasiswa. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan tidak berdampak signifikan pada perilaku konsumtif. Sementara itu, kemampuan pengendalian diri menunjukkan hubungan negatif, gaya hidup tidak memberikan pengaruh yang berarti, dan adopsi budaya digital justru berkorelasi positif dengan peningkatan perilaku konsumtif. Temuan ini memberikan wawasan penting mengenai perlunya pengembangan pengendalian diri dan pemahaman budaya digital di kalangan mahasiswa untuk mengurangi perilaku konsumtif yang tidak terencana.<sup>16</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Siti Lestari dan rekan-rekan terletak pada variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan dan gaya hidup, yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Namun, perbedaan mencakup fokus penelitian; penelitian Lestari dan tim berfokus pada pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, gaya hidup dan budaya digital terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian penulis meneliti pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare. Selain itu, penelitian penulis juga lebih spesifik pada mahasiswa angkatan 2021-2024 di IAIN Parepare, sementara penelitian terdahulu mencakup mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSIQ.

---

<sup>16</sup>Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah dan Romandhon. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2024): 119-208.

5. Yul Safirah, Muslihun, dan Pongky Arie Wijaya dengan judul “Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram.” Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak digitalisasi, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku menabung nasabah Generasi Z. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui survei dengan menyebarluaskan kuisioner kepada nasabah Generasi Z di Kota Mataram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung, literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan, sementara gaya hidup juga tidak memiliki pengaruh signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan di kalangan Generasi Z untuk mendorong kebiasaan menabung dan perencanaan keuangan yang lebih baik.<sup>17</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Yul Safirah dan rekan-rekan terletak pada variabel yang diteliti, yaitu literasi keuangan dan gaya hidup, yang memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung generasi Z. Keduanya menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Namun, perbedaan mencakup fokus penelitian; penelitian Safirah dan tim berfokus pada pengaruh digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku menabung, sedangkan penelitian penulis meneliti pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare. Selain itu, penelitian penulis juga lebih spesifik pada mahasiswa

---

<sup>17</sup>Yul Safirah, Muslihun dan Pongky Arie Wijaya. “Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z Di Kota Mataram.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 08 (2024).

angkatan 2021-2024 di IAIN Parepare, sementara penelitian terdahulu mencakup generasi Z di Kota Mataram.

## **B. Tinjauan Teori**

### **1. Literasi Keuangan Digital**

#### **a. Definisi Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merujuk pada kompetensi pengetahuan dan kecakapan dalam mengelola persoalan keuangan. Kemampuan ini tidak hanya bersifat esensial bagi kebutuhan individual, melainkan juga berperan strategis dalam mendorong kemajuan ekonomi dan bisnis nasional. Oleh karena itu, tingkat kemajuan pembangunan suatu negara dapat diukur melalui kesadaran masyarakat akan signifikansi literasi keuangan dalam sektor keuangan.<sup>18</sup>

*Organization for Economic Co-operation and Development* (OECD) menjelaskan berbagai aspek literasi keuangan digital, yang meliputi pemahaman terkait produk dan layanan keuangan digital serta kesadaran akan resiko-resiko yang terkait dengan keuangan digital.<sup>19</sup>

Literasi keuangan digital ialah kemampuan individu dalam menggunakan layanan keuangan digital secara bijak dan aman. Hal ini mencakup pengetahuan tentang berbagai produk dan layanan keuangan digital, termasuk fitur, manfaat, risiko, biaya, serta hak dan kewajiban yang terkait. Selain itu, literasi keuangan digital juga melibatkan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi melalui

---

<sup>18</sup>Achmad et all Choerudin, *Literasi Keuangan* (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023), hal 5.

<sup>19</sup>Adele Atkinson dan Flore-Anne Messy. "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD Infe Pilot Study." *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 15, no. 15 (2012): 1-73.

*platform digital* dan kesadaran akan pentingnya perlindungan data pribadi serta keamanan siber. Tujuan utama dari literasi keuangan digital adalah memastikan masyarakat dapat memanfaatkan inovasi keuangan digital sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka, serta terhindar dari risiko seperti penipuan atau penggunaan layanan ilegal.<sup>20</sup>

Literasi keuangan dan teknologi saling berkaitan karena keduanya merujuk pada kemampuan individu dalam memahami konsep dasar di masing-masing bidang serta mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan mencakup manajemen keuangan, investasi, pinjaman, dan pengelolaan risiko, sementara literasi teknologi melibatkan pemahaman tentang teknologi informasi dan komunikasi, internet, perangkat lunak, serta perangkat keras.<sup>21</sup>

Dalam konteks keuangan Syariah, pemahaman akad menjadi sangat penting dalam meningkatkan literasi keuangan digital. Akad berperan sebagai dasar yang mengikat kedua belah pihak dalam transaksi, baik secara konvensional maupun digital, sehingga relevan dipahami oleh konsumen agar terhindar dari perilaku konsumtif yang menyimpang prinsip syariah.<sup>22</sup>

#### b. Indikator Literasi Keuangan Digital

Menurut Hidayat (2020), yang mengacu pada indikator literasi keuangan dari Chen & Volpe, literasi keuangan dibagi menjadi empat indikator, yaitu:

##### 1) Manajemen keuangan Pribadi

<sup>20</sup>Otoritas Jasa Keuangan (OJK), “Edukasi Keuangan,” 2022, <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>.

<sup>21</sup>Achmad et all Choerudin, *Literasi Keuangan*, (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023), h. 91-92.

<sup>22</sup> Muhammad Kamal dan Abdul Hamid, “EKSISTENSI AKAD DALAM TRANSAKSI KEUANGAN SYARIAH,” *Hukum Diktum* 14, no. 1 (2016): 45–54.

Kemampuan fundamental individu dalam mengatur arus keuangan pribadi yang mencakup perencanaan pendapatan dan pengeluaran mengingat kebutuhan setiap orang bersifat heterogen. Kompetensi ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, dan liabilitas guna mencapai stabilitas finansial, perencanaan masa depan, serta pencegahan masalah keuangan. Pemahaman manajemen keuangan dapat dikembangkan melalui pendidikan finansial sejak dini maupun sumber informasi terpercaya. Tujuan utama dari manajemen asset dan liabilitas adalah untuk mengelola struktur neraca bank secara optimal agar mampu memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan risiko.<sup>23</sup> Indikator penguasaan materi ini terlihat dari tingginya proporsi generasi muda, khususnya mahasiswa, yang telah memanfaatkan produk finansial seperti perbankan, asuransi, atau instrumen investasi. Namun demikian, terdapat disparitas kemampuan pengelolaan keuangan antar individu, dimana kebiasaan finansial yang kurang tepat seringkali menyebabkan pembengkakan anggaran bulanan tanpa disadari.

## 2) Tabungan dan pinjaman

Kompetensi dalam memahami mekanisme penyimpanan dana dan akses pembiayaan melalui institusi keuangan untuk kebutuhan futuristik. Tabungan mencakup berbagai bentuk instrumen seperti kas, deposito berjangka, portofolio investasi, atau aset likuid lainnya yang bertujuan membangun ketahanan finansial dan antisipasi kebutuhan mendatang.

---

<sup>23</sup> Darwis, *Manajemen Asset dan Liabilitas*, ed. oleh Damirah (Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2019), h. 63.

Sementara pemberian merupakan fasilitas dana yang diperoleh dari pihak ketiga (bank/lembaga keuangan) dengan kewajiban pengembalian pokok dan imbalan dalam periode tertentu, umumnya dimanfaatkan untuk pemberian properti, kendaraan, atau pendidikan tinggi. Variasi produk pemberian meliputi kredit konsumtif, KPR, dan pemberian usaha.

### 3) Asuransi

Mekanisme pengelolaan risiko potensial melalui transfer beban finansial kepada penyedia layanan asuransi. Konsep ini mencakup pemahaman menyeluruh tentang produk-produk proteksi seperti asuransi pendidikan dan kesehatan. Dalam konteks literasi keuangan, asuransi berfungsi sebagai instrumen mitigasi terhadap risiko finansial tak terduga seperti mortalitas, morbiditas kritis, kecelakaan, atau kerusakan aset. Pemahaman komprehensif tentang prinsip-prinsip asuransi memungkinkan pengambilan keputusan proteksi yang optimal.

### 4) Investasi

Strategi pengembangan aset melalui penempatan dana pada berbagai instrumen dengan ekspektasi imbal hasil melebihi nilai awal investasi. Pemahaman dasar dalam bidang ini meliputi konsep time value of money, manajemen risiko investasi, mekanisme pasar modal, dan produk deposito. Kompetensi investasi memungkinkan individu untuk mengoptimalkan pertumbuhan kekayaan secara berkelanjutan.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup>Rina Apriliani, *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital Teori Dan Implementasinya* (Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2024), h. 66.

### c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Digital

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan digital, di antaranya :

- 1) Pendidikan dan Sosialisasi Keuangan, Individu yang mendapatkan edukasi tentang keuangan lebih cenderung memiliki literasi keuangan yang baik.<sup>25</sup> Pendidikan tinggi memainkan peran hal ini karena memberikan pengetahuan dan pengalaman, termasuk keterampilan mengelola keuangan.<sup>26</sup>
- 2) Tingkat Penggunaan Teknologi , Akses ke internet dan perangkat digital berperan penting dalam memahami layanan keuangan digital<sup>27</sup> serta penggunaan media social yang tepat dapat meningkatkan literasi keuangan digital.<sup>28</sup>
- 3) Lingkungan Sosial dan Ekonomi, termasuk pengaruh keluarga, teman, dan media sosial terhadap pemahaman serta praktik keuangan individu.<sup>29</sup> Individu berpendapatan tinggi memiliki akses lebih baik terhadap informasi dan layanan keuangan digital.<sup>30</sup>

<sup>25</sup>Ida Zakiah Sofyan. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif." no. July (2020): 1-23.

<sup>26</sup>Andi Asari et al, *Literasi Keuangan*, (Malang: Madza Media, 2023), h. 17.

<sup>27</sup>Grace Sriati Mengga, Mince Batara dan Evi Rimpung. "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja." *Jurnal Riset Akuntansi* 1, no. 1 (March 2023): 36–50, <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i1.123>.

<sup>28</sup>Apriliani, *Literasi Keuangan Berbasis Teknologi Digital Teori dan Implementasinya*, h. 52.

<sup>29</sup>Sari, Nengsih dan Syahrizal. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019."

<sup>30</sup>Asari et al., *Literasi Keuangan*, h. 18.

## 2. Gaya Hidup

### a. Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup merepresentasikan suatu pola perilaku individu yang mengekspresikan sistem nilai, preferensi, dan rutinitas sehari-hari.<sup>31</sup> Secara konseptual, gaya hidup dapat dipahami sebagai manifestasi keberadaan seseorang yang terlihat melalui: (1) alokasi waktu untuk berbagai aktivitas (aktivitas), (2) prioritas dan minat terhadap lingkungan sekitar (aktivitas), serta (3) persepsi diri dan lingkungan sosialnya (pendapat).<sup>32</sup>

Dalam perspektif yang lebih luas, gaya hidup merupakan konsep yang lebih komprehensif dibandingkan dengan kepribadian. Konsep ini mencakup bagaimana individu hidup, menghabiskan waktu, dan membelanjakan uang, yang dipengaruhi oleh motivasi konsumen, pengalaman sebelumnya, kelas sosial, demografi, serta faktor lainnya.<sup>33</sup>

Selain itu, gaya hidup juga terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi dan tren sosial. Generasi muda, termasuk mahasiswa, cenderung terpapar pada berbagai pilihan gaya hidup yang mendorong konsumsi, baik yang bersifat esensial maupun konsumtif.<sup>34</sup>

### b. Indikator Gaya Hidup

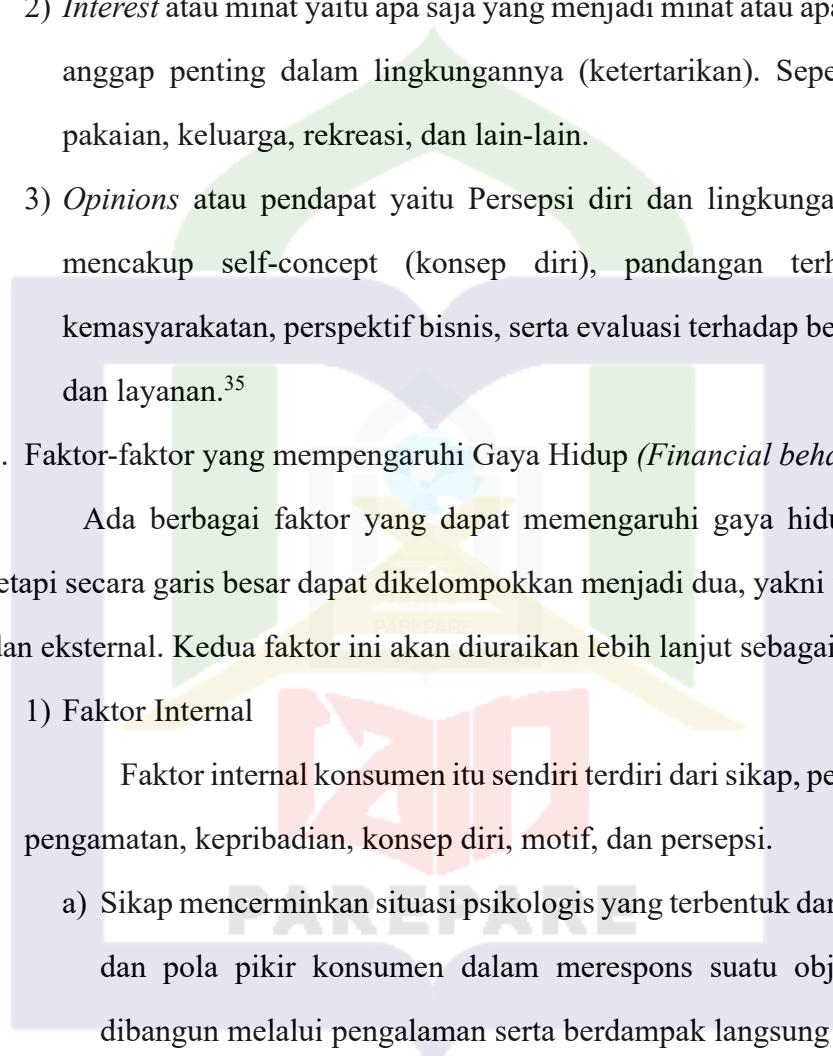
Terdapat indikator dalam *life style* (gaya hidup) yaitu:

<sup>31</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing management (15th ed)*, (Pearson Education., 2018), h. 192.

<sup>32</sup> M.M. Dr. Nugroho J. Setiadi, S.E, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2013), h. 148.

<sup>33</sup> Paul Miniard James Engel, Roger Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h.383.

<sup>34</sup> Sumarwan U, *Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2020), h. 45.

- 
- 1) *Activities* atau aktivitas yaitu bagaimana seseorang menghabiskan waktunya. Seperti: pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, acara sosial, dan lain-lain.
  - 2) *Interest* atau minat yaitu apa saja yang menjadi minat atau apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan). Seperti: makanan, pakaian, keluarga, rekreasi, dan lain-lain.
  - 3) *Opinions* atau pendapat yaitu Persepsi diri dan lingkungan sosial yang mencakup self-concept (konsep diri), pandangan terhadap isu-isu kemasyarakatan, perspektif bisnis, serta evaluasi terhadap berbagai produk dan layanan.<sup>35</sup>

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Gaya Hidup (*Financial behavior*)

Ada berbagai faktor yang dapat memengaruhi gaya hidup konsumen, tetapi secara garis besar dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni faktor internal dan eksternal. Kedua faktor ini akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

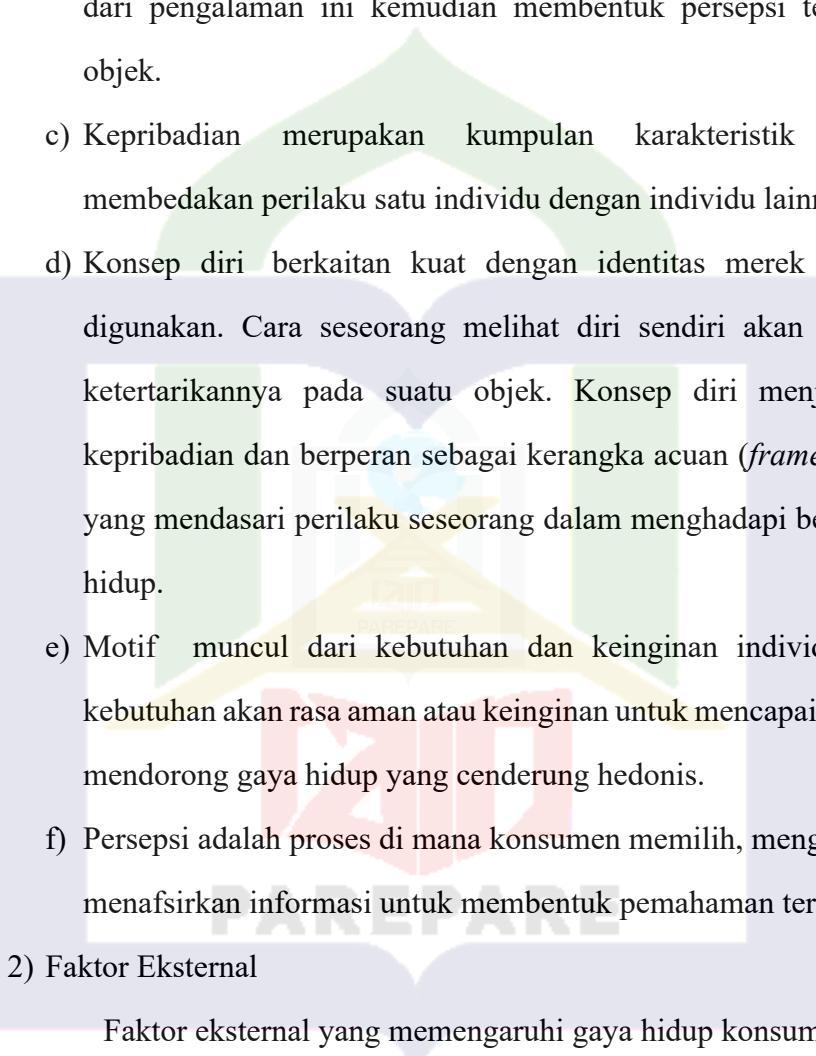
1) Faktor Internal

Faktor internal konsumen itu sendiri terdiri dari sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.

- a) Sikap mencerminkan situasi psikologis yang terbentuk dari pengetahuan dan pola pikir konsumen dalam merespons suatu objek. Sikap ini dibangun melalui pengalaman serta berdampak langsung memengaruhi perilaku. Selain itu, tradisi, kebiasaan, budaya, dan lingkungan sosial juga turut membentuk sikap seseorang.

---

<sup>35</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 70.

- 
- b) Pengalaman dan pengamatan saling berkaitan erat. Pengalaman masa lalu konsumen, baik dari interaksi sosial maupun tindakannya sendiri, dapat memengaruhi cara mereka mengamati suatu hal. Proses belajar dari pengalaman ini kemudian membentuk persepsi terhadap suatu objek.
  - c) Kepribadian merupakan kumpulan karakteristik unik yang membedakan perilaku satu individu dengan individu lainnya.
  - d) Konsep diri berkaitan kuat dengan identitas merek produk yang digunakan. Cara seseorang melihat diri sendiri akan memengaruhi ketertarikannya pada suatu objek. Konsep diri menjadi inti dari kepribadian dan berperan sebagai kerangka acuan (*frame of reference*) yang mendasari perilaku seseorang dalam menghadapi berbagai situasi hidup.
  - e) Motif muncul dari kebutuhan dan keinginan individu. Misalnya, kebutuhan akan rasa aman atau keinginan untuk mencapai prestise dapat mendorong gaya hidup yang cenderung hedonis.
  - f) Persepsi adalah proses di mana konsumen memilih, mengorganisir, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pemahaman tertentu.

## 2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal yang memengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

- a) Kelompok Referensi adalah Komunitas atau individu yang menginspirasi gaya konsumsi, baik secara langsung (ketika konsumen menjadi anggotanya) maupun tidak langsung (ketika konsumen hanya

terpapar oleh kelompok tersebut). Pengaruh ini dapat membentuk perilaku dan gaya hidup tertentu.

- b) Keluarga memiliki peran paling besar dan paling lama dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen. Pola asuh orang tua membentuk kebiasaan anak, yang pada akhirnya memengaruhi gaya hidupnya di masa depan.
- c) Kelas Sosial adalah Sistem pelapisan sosial yang menunjukkan keseragaman karakteristik pada setiap tingkatan, baik dalam aspek nilai, preferensi maupun pola berperilaku. Dua unsur utama dalam kelas sosial adalah kedudukan (status) dan peranan. Status mengacu pada posisi seseorang dalam masyarakat, termasuk hak dan kewajibannya, sementara peranan adalah pelaksanaan dari status tersebut.
- d) Kebudayaan yang Meliputi berbagai aspek seperti pemahaman, keyakinan, ekspresi seni, norma etika, aturan formal, tradisi lokal, serta pola perilaku yang diinternalisasi konsumen melalui proses sosialisasi dalam masyarakat. Budaya terdiri dari pola-pola perilaku normatif yang memengaruhi cara berpikir, merasakan, dan bertindak.<sup>36</sup>

### 3. Perilaku Konsumtif

#### a. Definisi Perilaku Konsumtif

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI), konsumtif diartikan sebagai suatu sifat yang hanya menggunakan sesuatu tanpa mampu

---

<sup>36</sup>Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 190.

menciptakannya sendiri, sehingga selalu bergantung pada produk yang dihasilkan oleh orang lain.<sup>37</sup>

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan menggunakan produk secara tidak tuntas, yaitu ketika seseorang belum menghabiskan suatu produk tetapi sudah beralih ke produk serupa dengan merek lain. Selain itu, perilaku ini juga dapat ditandai dengan kebiasaan membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau sekadar mengikuti tren yang sedang populer. Dengan kata lain, perilaku konsumtif menggambarkan kecenderungan seseorang untuk membelanjakan atau mengonsumsi produk secara berlebihan, tanpa menilai urgensi dan manfaat sebenarnya dari barang tersebut.<sup>38</sup>

Perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan seseorang dalam mengonsumsi secara berlebihan, membeli barang tanpa kendali, atau melakukan pembelian impulsif tanpa perencanaan yang matang.<sup>39</sup> Namun demikian, di lain sisi jika hal ini tidak disikapi secara bijaksana justru akan menumbuh-suburkan budaya konsumtif pada masyarakat. Yang pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak didasarkan lagi pada teori kebutuhan (*need*), tetapi didorong oleh hasrat (*desire*) dan keinginan (*want*).<sup>40</sup>

Perilaku konsumtif mengacu pada kebiasaan membeli dan menggunakan barang-barang secara tidak rasional, ditandai dengan konsumsi berlebihan tanpa

<sup>37</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), h. 458.

<sup>38</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)* (Bandung: Alfabeta, 2002), h.117.

<sup>39</sup> Mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz dan Leliya, *E – Commerce: Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim* (Cirebon: CV. ELSI PRO, 2020), h.10.

<sup>40</sup> Andi Bahri S., “ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM,” *Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 347–70, <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=6929899758674894783&btnI=1&hl=id&authuser=1>.

batas. Individu cenderung lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, serta menunjukkan gaya hidup yang boros dan berlebihan. Dalam mengambil keputusan pembelian, seseorang seringkali tidak mempertimbangkan konsekuensi dari pilihannya terhadap alternatif lain.

Sebagai contoh, tren fashion wanita merupakan siklus terus-menerus dimana satu gaya pakaian muncul hanya untuk kemudian digantikan oleh gaya berikutnya. Pemilihan pakaian seseorang seringkali didasarkan pada persepsi dan penilaian orang lain.<sup>41</sup>

#### b. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui beberapa aspek. Sumartono mengemukakan bahwa indikator perilaku konsumtif meliputi:

- 1) Pembelian karena hadiah: Membeli barang karena tertarik pada hadiah yang ditawarkan.
- 2) Pembelian karena kemasan menarik: Membeli barang karena tertarik pada desain atau kemasan yang menarik.
- 3) Pembelian untuk menjaga gengsi: Membeli barang untuk mempertahankan penampilan diri dan status sosial.
- 4) Pembelian berdasarkan harga: Membeli barang dengan pertimbangan harga, bukan manfaat atau kegunaan.
- 5) Pembelian untuk simbol status: Menggunakan barang sebagai simbol status sosial.
- 6) Konformitas terhadap model promosi: Menggunakan barang karena mengikuti model atau tren yang dipromosikan.

---

<sup>41</sup> James S. Coleman, *Dasar-dasar Teori Sosial*, (Bandung: Nusa Media, 2011), h. 315-326.

- 7) Rasa percaya diri dari barang mahal: Merasa lebih percaya diri ketika membeli barang yang mahal.

Indikator-indikator ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sering kali dipicu oleh faktor eksternal seperti promosi, tren, dan tekanan sosial, serta faktor internal seperti keinginan untuk meningkatkan citra diri dan memenuhi kepuasan emosional.<sup>42</sup>

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain:<sup>43</sup>

- 1) Faktor internal, terdiri atas:

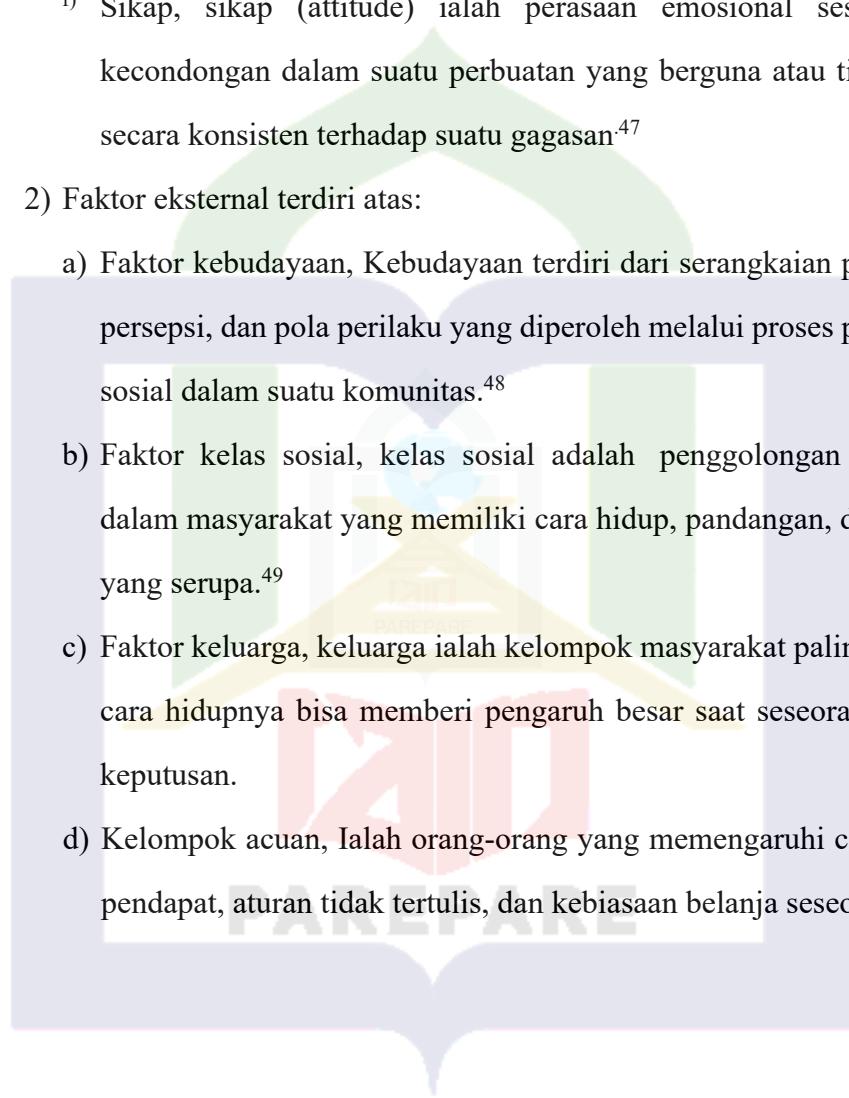
- Motivasi, motivasi ialah sebuah konsep yang menjelaskan tentang kekuatan pendorong dalam diri makhluk hidup yang membuatnya bertindak dan menentukan arah perilakunya.
- Proses belajar dan pengalaman, pembelajaran mendisksipkan suatu perubahan pada kepribadian seseorang yang muncul dari pengalaman.<sup>44</sup>
- Kepribadian dan konsep diri, Kepribadian merupakan sekumpulan karakteristik psikologis yang bersifat unik pada individu, menghasilkan pola respons yang relatif stabil dan konsisten terhadap lingkungannya dalam jangka panjang.<sup>45</sup>
- Keadan ekonomi, keadaan ekonomi seseorang dapat mempengaruhi dalam pemilihan produk.

<sup>42</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan, (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*, h. 119.

<sup>43</sup> Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian." *Jurnal Spirits 2* no. 1 (2011), h. 7-6.

<sup>44</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, h. 175.

<sup>45</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, h.171.

- 
- e) Gaya hidup. Mendeskripsikan tentang perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, mengalokasikan keuangan serta pemanfaatan waktu yang dimilikinya.<sup>46</sup>
  - f) Sikap, sikap (attitude) ialah perasaan emosional seseorang dan kecondongan dalam suatu perbuatan yang berguna atau tidak berguna secara konsisten terhadap suatu gagasan<sup>47</sup>
- 2) Faktor eksternal terdiri atas:
- a) Faktor kebudayaan, Kebudayaan terdiri dari serangkaian prinsip dasar, persepsi, dan pola perilaku yang diperoleh melalui proses pembelajaran sosial dalam suatu komunitas.<sup>48</sup>
  - b) Faktor kelas sosial, kelas sosial adalah penggolongan orang-orang dalam masyarakat yang memiliki cara hidup, pandangan, dan kesukaan yang serupa.<sup>49</sup>
  - c) Faktor keluarga, keluarga ialah kelompok masyarakat paling kecil yang cara hidupnya bisa memberi pengaruh besar saat seseorang membuat keputusan.
  - d) Kelompok acuan, Ialah orang-orang yang memengaruhi cara pandang, pendapat, aturan tidak tertulis, dan kebiasaan belanja seseorang.

---

<sup>46</sup> Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), h.65.

<sup>47</sup> Philip Kotler dan Keller, *Marketing Management*, (15th ed.), h.200.

<sup>48</sup> Philip Kotler & Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, h. 159.

<sup>49</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.38.

### C. Kerangka Pikir

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare pada era digital. Kerangka pikir ini disusun berdasarkan hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen).

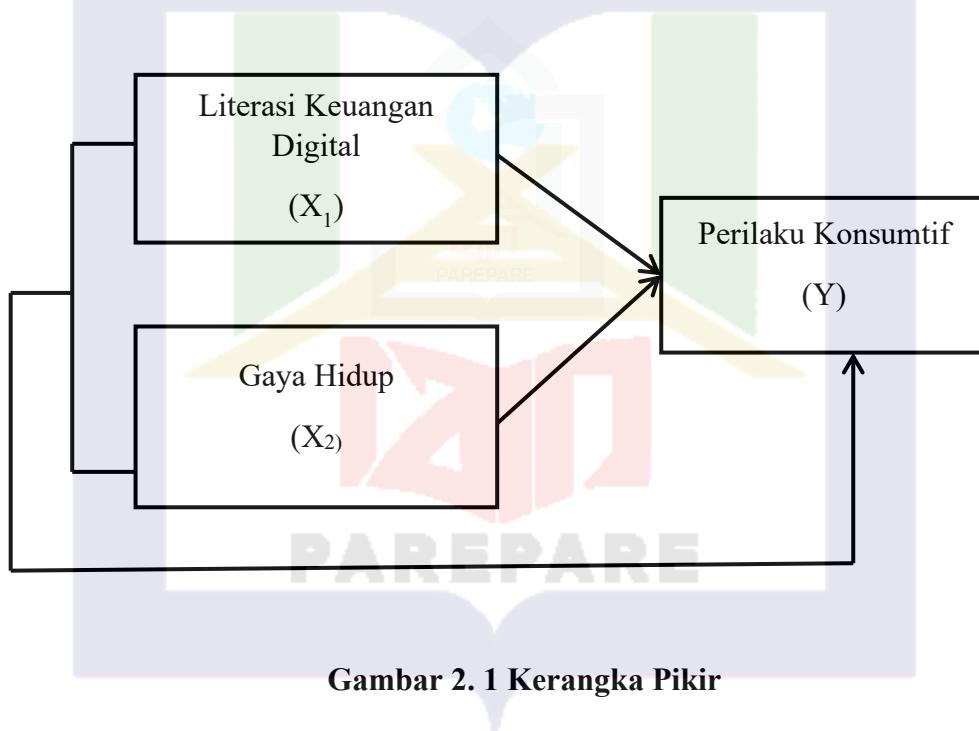
1. Literasi keuangan merupakan kompetensi seseorang dalam menginterpretasikan dan memanfaatkan berbagai informasi serta produk keuangan yang tersedia secara digital. Ini mencakup pengetahuan tentang cara mengelola uang, menggunakan aplikasi keuangan, memahami produk keuangan digital, dan membuat keputusan finansial yang cerdas dalam konteks teknologi. Literasi keuangan digital sangat penting di era digital saat ini, di mana transaksi dan layanan keuangan semakin banyak dilakukan secara online.<sup>50</sup>
2. Gaya hidup adalah pola perilaku dan kebiasaan yang mencerminkan nilai-nilai, sikap, dan pilihan individu dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup mencakup aspek-aspek seperti kebiasaan konsumsi, cara berinteraksi sosial, kegiatan rekreasi, dan pilihan kesehatan. Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, budaya, dan lingkungan.<sup>51</sup>
3. Perilaku Konsumtif adalah tindakan individu yang dipengaruhi oleh elemen sosial dalam kehidupannya yang mendorong mereka untuk berbelanja secara rutin, bahkan dalam jumlah yang berlebihan atau boros, tanpa adanya perencanaan untuk barang dan jasa yang sejatinya tidak terlalu mendesak dalam

---

<sup>50</sup> Munthasar Munthasar, Nevi Hasnita dan Yulindawati Yulindawati. "Pengaruh Pengetahuan Dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2021): 146-57.

<sup>51</sup> Yarian Alamanda. "Pengaruh Harga Diri Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 6, no. 2 (2018): 273-79.

gaya hidup mereka. Konsumerisme mencakup seluruh kelompok remaja, termasuk di kalangan mahasiswa. Mahasiswa seharusnya memanfaatkan waktu mereka untuk belajar, meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta keahlian. Mereka juga bisa mengisi waktu luang dengan berbagai aktivitas positif yang mengarahkan mereka menuju masa depan sebagai individu yang bermanfaat bagi masyarakat dan negara. Namun, kondisi di kampus telah berubah dan menciptakan gaya hidup yang unik bagi mahasiswa, yang menimbulkan transformasi sosial dan budaya yang signifikan, sehingga mempengaruhi cara setiap orang dalam berperilaku konsumsi.<sup>52</sup>



Gambar 2. 1 Kerangka Pikir

<sup>52</sup> Melinda, Lesawengen, L., Waani, J, F. "Perilaku Konsumtif dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja di Universitas Sam Ratulangi Manado)." *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1) (2022): 1-12.

## D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan sementara yang dirumuskan berdasarkan teori atau pengamatan awal, yang kemudian akan diuji melalui penelitian. Hipotesis berfungsi sebagai pedoman untuk penelitian, memberikan arah tentang apa yang akan diuji dan diukur.

1.  $H_{a1}$ : Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.  
 $H_{01}$ : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.
2.  $H_{a2}$ : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.  
 $H_{02}$ : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.
3.  $H_{a3}$ : Literasi keuangan digital dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.  
 $H_{03}$ : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama antara literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitiannya. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang mengandalkan data statistik atau pengumpulan informasi dalam bentuk angka sehingga dapat diolah secara numerik. Metode ini juga dipahami sebagai penelitian yang berlandaskan pada asumsi tertentu selain menetapkan variabel.

Sedangkan pendekatan Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan tujuan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam hal ini, peneliti menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel lainnya, yaitu literasi keuangan digital dan gaya hidup terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah di IAIN Parepare.

Untuk jenis penelitian pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), yang dilakukan dengan membagikan angket atau kuesioner secara langsung kepada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021-2023 di IAIN Parepare. Pengumpulan data dilakukan dengan cara distribusi kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait literasi keuangan digital, gaya hidup, dan perilaku konsumtif, yang diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai hubungan antar variabel yang diteliti.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Studi ini dilaksanakan pada lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang terletak di Jalan Amal Bakti Nomor 8, Kecamatan Soreang. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan spesifik untuk memfokuskan area pengambilan data dengan batasan wilayah yang terdefinisi secara jelas.

Pada lokasi penelitian tersebut, peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan melibatkan responden dari kalangan mahasiswa Program Studi Manajemen Keuangan Syariah pada angkatan 2021 hingga 2024. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji secara mendalam korelasi antara pemahaman keuangan digital dan gaya hidup dengan kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan responden yang diteliti.

Waktu penelitian membutuhkan 2 bulan lamanya (Disesuaikan dengan kebutuhan peneliti).

Dimana dalam waktu ini peneliti melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung dari hasil penelitian. Berikut ini tabel waktu dan kegiatan pada penelitian ini :

**Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian**

Tanggal	Kegiatan	Deskripsi
<b>8 – 14 Mei 2025</b>	Persiapan dan Perencanaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menyusun proposal penelitian dan merancang metodologi</li> <li>✓ Menyusun instrumen penelitian (misalnya kuesioner, lembar observasi, dll)</li> <li>✓ Menyusun jadwal penelitian</li> </ul>
<b>15 – 21 Mei 2025</b>	Penyusunan Instrumen dan Uji Coba	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Penyusunan instrumen penelitian final</li> <li>✓ Uji coba instrumen pada sampel kecil (<i>pre-test</i>)</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Evaluasi hasil uji coba dan revisi instrumen jika diperlukan</li> </ul>
<b>22 Mei – 4 Juni 2025</b>	Persiapan Teknis dan Perizinan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mempersiapkan alat atau instrumen penelitian</li> <li>✓ Mengurus perizinan penelitian</li> </ul>
<b>5 – 15 Juni 2025</b>	Pengumpulan Data	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melakukan pengumpulan data dari sampel yang ditentukan</li> </ul>
<b>16 – 18 Juni 2025</b>	Pembersihan dan Penyusunan Data	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memeriksa data yang terkumpul, mengatasi data yang hilang atau tidak valid</li> <li>✓ Menyusun data untuk analisis statistik</li> </ul>
<b>19 – 24 Juni 2025</b>	Analisis Data	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mengolah data menggunakan software SPSS</li> <li>✓ Menganalisis hasil dan uji hipotesis</li> </ul>
<b>25 – 27 Juni 2025</b>	Interpretasi Hasil dan Penyusunan Laporan	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menyusun interpretasi hasil analisis statistik</li> <li>✓ Menulis laporan penelitian (bab hasil dan pembahasan)</li> </ul>
<b>28 – 30 Juni 2025</b>	Penyusunan Laporan Final dan Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Menyusun laporan akhir dan melakukan revisi berdasarkan masukan</li> <li>✓ Menyusun presentasi untuk seminar atau ujian hasil penelitian</li> </ul>

### C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek penelitian yang memiliki sifat dan karakteristik tertentu sesuai penentuan peneliti, yang kemudian dipelajari untuk diambil simpulan.<sup>53</sup> Populasi pada penelitian adalah didasarkan atas pertimbangan bahwa sampel atau responden berkaitan erat dengan karakteristik dalam variabel

<sup>53</sup> Djoko Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2013.

penelitian yang penulis lakukan.<sup>54</sup> Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang kuliah di IAIN Parepare pada tahun 2021-2024, sebanyak 488 mahasiswa.<sup>55</sup>

Sampel merupakan bagian kecil yang mencerminkan ciri-ciri suatu populasi. Artinya, sampel adalah sebagian kelompok dari populasi yang dipilih sebagai objek penelitian dan bertindak sebagai perwakilan seluruh populasi. Untuk itu, sampel yang dipilih harus mampu menggambarkan populasi secara akurat agar temuan penelitian dapat diterapkan secara lebih luas.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam pemilihan sampel. Sugiyono mendefinisikan purposive sampling sebagai metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan khusus. Dengan kata lain, sampel diambil sesuai dengan kriteria spesifik yang telah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Adapun kriteria yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, status sebagai mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, berasal dari Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, serta tidak memiliki penghasilan mandiri atau hanya mengandalkan bantuan finansial dari orang tua.

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan rumus Slovin untuk proses pengambilan sampel. Pentingnya ukuran sampel yang representatif menjadi kunci agar hasil penelitian dapat digeneralisasi dengan baik. Proses perhitungan ukuran sampel ini tidak memerlukan tabel khusus, melainkan dapat dilakukan melalui rumus serta

---

<sup>54</sup> Hanny Dwi Yulianyti, *Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking, Fitur Aplikasi, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bsi Mobile Di Jabodetabek*, *Ayan*, vol. 15, 2024.

<sup>55</sup> Sistem Informasi Akademik IAIN Parepare, 2025, <https://sisfo.iainpare.ac.id/siakad/home/akm> .

perhitungan yang sederhana. Di bawah ini adalah rumus Slovin yang diterapkan untuk menghitung ukuran sampel:

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

Keterangan

n : jumlah responden

N : jumlah populasi

e : persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang bisa ditolerir dalam penelitian ini menggunakan kelonggaran ketelitian 10%

$$n = \frac{488}{1 + (488)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{488}{1 + (488)(0,01)}$$

$$n = \frac{488}{5,88}$$

$n = 82,9$  dibulatkan menjadi 85

Mengacu pada penjelasan yang diberikan di atas, maka dalam studi ini peneliti memilih sampel dari jumlah populasi seluruh mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021-2024. Sebanyak 488 mahasiswa dengan ketentuan error 10%, sehingga sampel yang didapatkan adalah 85 mahasiswa.

#### **D. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yakni data primer dan sekunder. Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari responden penelitian sebagai sumber inti. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran angket kepada mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah. Adapun data sekunder merupakan data yang didapat secara tidak langsung, mencakup profil subjek

penelitian dari dokumen, catatan, serta referensi pendukung seperti jurnal terdahulu dan literatur yang relevan.

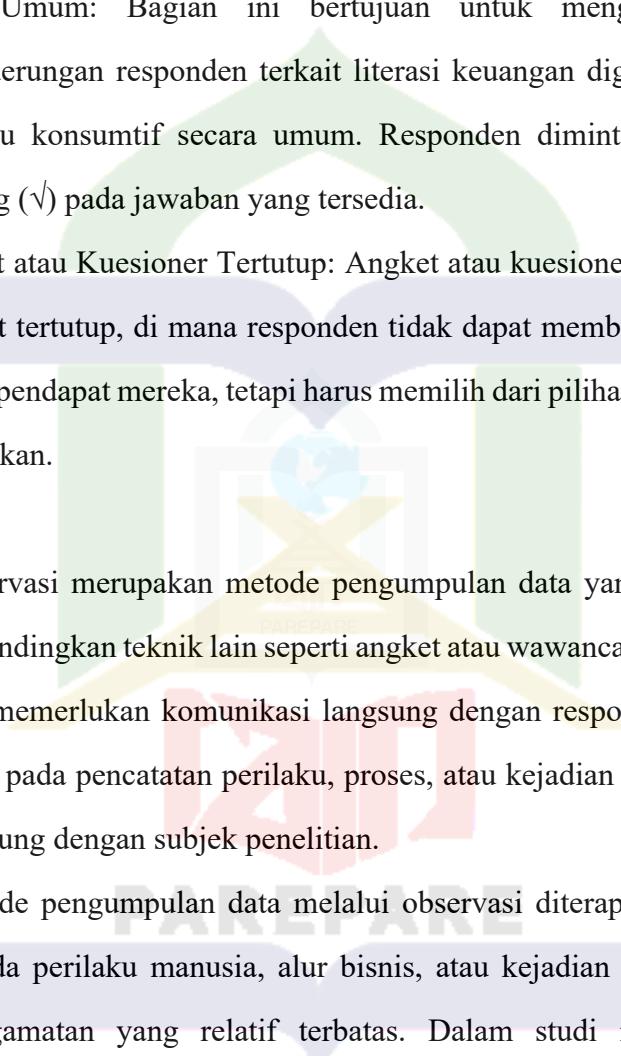
Metode pengumpulan data memegang peranan krusial dalam tahap pengujian data, di mana hasilnya menjadi dasar yang valid untuk pengambilan kesimpulan. Pada penelitian ini, metode pengumpulan data dirancang agar dapat memperoleh data dan informasi yang diperlukan secara efisien.

### 1. Angket atau Kuisioner

Angket Kuesioner merupakan seperangkat daftar pertanyaan yang disusun terkait suatu topik atau fokus penelitian tertentu. Metode ini meminta responden untuk menjawab serangkaian pertanyaan tertulis. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efektif ketika peneliti telah memahami dengan jelas variabel yang diukur dan ekspektasi dari responden. Penggunaan angket atau kuesioner sangat berguna jika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang luas. Angket atau kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup, di mana responden memilih dari beberapa opsi yang disediakan, atau pertanyaan terbuka yang memungkinkan responden memberikan jawaban bebas. Teknik ini memungkinkan peneliti mengumpulkan data yang sistematis dan terstruktur untuk analisis lebih lanjut.

Berikut ini adalah tahapan-tahapan dalam penyusunan Angket atau Kuesioner:

- a. *Screening*: Pertanyaan yang ditujukan untuk memastikan bahwa responden yang terpilih benar-benar merupakan mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.

- 
- b. Demografi Responden: Bagian ini memuat data diri responden yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait ciri-ciri responden, misalnya umur, gender, dan tingkat pendidikan.
  - c. Data Umum: Bagian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik kecenderungan responden terkait literasi keuangan digital, gaya hidup, dan perilaku konsumtif secara umum. Responden diminta untuk memberikan centang (✓) pada jawaban yang tersedia.
  - d. Angket atau Kuesioner Tertutup: Angket atau kuesioner dalam penelitian ini bersifat tertutup, di mana responden tidak dapat memberikan jawaban bebas sesuai pendapat mereka, tetapi harus memilih dari pilihan jawaban yang sudah ditentukan.

## 2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang memiliki ciri khas berbeda dibandingkan teknik lain seperti angket atau wawancara. Jika kuesioner dan wawancara memerlukan komunikasi langsung dengan responden, observasi lebih menekankan pada pencatatan perilaku, proses, atau kejadian tertentu tanpa adanya kontak langsung dengan subjek penelitian.

Metode pengumpulan data melalui observasi diterapkan ketika penelitian berfokus pada perilaku manusia, alur bisnis, atau kejadian alam, dengan jumlah subjek pengamatan yang relatif terbatas. Dalam studi ini, akan diterapkan pendekatan observasi non-partisipatif dan observasi terstruktur yang disesuaikan dengan tujuan penelitian, guna memperoleh informasi yang relevan dan mendalam terkait pola konsumsi mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.

- 1) Observasi Nonpartisipan: Pada metode observasi nonpartisipan, peneliti bertindak sebagai pengamat yang tidak ikut serta dalam aktivitas yang diamati. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memantau langsung di lokasi penelitian untuk memperoleh gambaran nyata mengenai objek yang diteliti, yaitu perilaku konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare.
- 2) Observasi Terstruktur: Observasi terstruktur mengacu pada pengamatan yang telah dipersiapkan secara metodis dengan menentukan aspek-aspek yang akan diamati, waktu pelaksanaan, serta lokasi pengamatan. Dalam proses pengamatannya, peneliti memanfaatkan alat penelitian yang sudah terbukti keabsahan dan konsistensinya. Selain itu, kuesioner tertutup dapat dijadikan acuan dalam melaksanakan observasi tersebut, sehingga memastikan data yang dikumpulkan relevan dan terfokus pada tujuan penelitian.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dan dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik ini berfungsi untuk mengumpulkan informasi yang telah terdokumentasi sebelumnya, memberikan konteks tambahan bagi penelitian yang dilakukan. Studi dokumen menjadi pelengkap yang berguna dalam penggunaan angket atau kuesioner dan observasi, membantu peneliti untuk memahami lebih dalam tentang fenomena yang diteliti, serta menyediakan bukti tambahan yang mendukung analisis data.

## E. Definisi Operasional Variabel

Variabel merujuk pada suatu konsep yang nilainya dapat diukur. Kidder mendefinisikan variabel penelitian sebagai karakteristik tertentu yang menjadi pusat

perhatian peneliti untuk memperoleh temuan. Berdasarkan definisi ini, variabel dapat dipahami sebagai suatu pengukuran terhadap individu, objek, atau aktivitas yang memiliki keragaman tertentu, di mana peneliti menetapkannya sebagai bahan kajian dan analisis.

Dalam penelitian ini, variabel diklasifikasikan ke dalam dua jenis utama, yaitu variabel bebas (Independent Variable) dan variabel terikat (Dependent Variable).

1. Variabel Bebas (Independent Variable): Variabel ini berperan sebagai faktor penyebab atau pengaruh yang berdampak pada variabel lainnya. Variabel bebas merupakan faktor yang ditetapkan, diubah, atau dipilih oleh peneliti guna mengkaji kaitannya dengan fenomena yang diteliti. Dalam studi ini, yang menjadi variabel independen adalah Literasi Keuangan Digital (X1) dan Gaya Hidup (X2).
2. Variabel Terikat (Dependent Variable): Variabel ini memberikan tanggapan atau perubahan ketika dikaitkan dengan variabel bebas. Variabel terikat merupakan faktor yang diteliti dan dinilai untuk melihat dampak yang ditimbulkan oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah Perilaku Konsumtif (Y).<sup>56</sup>

**Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
1	Literasi Keuangan Digital (X1)	Kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan serta memanfaatkan teknologi digital untuk mengelola keuangan secara bijak dan bertanggung jawab.	Manajemen keuangan pribadi Tabungan dan pinjaman Asuransi Investasi	2 2 2 2

<sup>56</sup> Besse Faradiba dan Musmulyadi Musmulyadi. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok\_Doubig' Di Makassar," *PAY Jurnal Keuangan Dan Perbankan* 2, no. 2 (2020): 52–61, <https://doi.org/10.46918/pay.v2i2.751>.

2	Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup merupakan Pola perilaku seseorang dalam menjalani aktivitas, mengekspresikan minat, dan menyampaikan pendapat, yang mencerminkan nilai, preferensi, serta cara individu berinteraksi dengan lingkungannya.	Aktivitas	3
			Minat	3
			Pendapat	2
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, tidak berdasarkan kebutuhan, tetapi lebih karena dorongan emosional atau sosial.	Pembelian karena hadiah	2
			Pembelian karena kemasan menarik	2
			Pembelian untuk menjaga gengsi	2
			Pembelian berdasarkan harga	2
			Pembelian untuk simbol status	2
			Konformitas terhadap model promosi	2
			Rasa percaya diri dari barang mahal	2

## F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati, yang lebih tepatnya disebut sebagai variabel penelitian. Jumlah instrumen penelitian tergantung pada banyaknya variabel yang diidentifikasi oleh peneliti. Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel yang dianalisis, yaitu variabel bebas atau independen 1 (X1) yang merupakan literasi keuangan digital, variabel bebas atau independen 2 (X2) yang adalah gaya hidup, dan variabel terikat atau dependen (Y) yang merupakan perilaku konsumtif. Untuk mengukur variabel-variabel tersebut, penelitian ini menggunakan instrumen skala Likert, yang berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sosial responden. Skala Likert ini akan membantu dalam

mengumpulkan data yang relevan terkait dengan literasi keuangan digital, gaya hidup, dan perilaku konsumtif mahasiswa.

**Tabel 3.3 Skor Skala Likert**

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

## G. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi seberapa tepat suatu item dalam skala atau kuesioner. Kegiatan pertama yang harus dilakukan adalah membandingkan Thitung dengan Ttabel, dengan taraf signifikansi 0,05 dan N = 87, untuk menentukan validitas item yang digunakan. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut,<sup>57</sup> terlebih dahulu akan dilakukan uji statistik menggunakan program SPSS 28. Adapun kriteria pengujian di mana dasar uji validitas dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

##### 1) Melihat nilai signifikan (Sig)

- a) Jika nilai signifikan  $< 0.05$  maka valid
- b) Jika nilai signifikansi  $< 0.05$  maka tidak valid

#### b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dan apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten selama pengukuran yang diulang.

<sup>57</sup> I Made Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda", Universitas Udayana, (2016), h. 2

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai *Cronbach's alpha*  $> 0,60$  maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
- 2) Jika nilai *Cronbach's alpha*  $< 0,60$  maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu metode statistik yang digunakan untuk menentukan sejauh mana distribusi data sebuah sampel mirip dengan distribusi normal. Distribusi normal (atau distribusi Gauss atau distribusi bell-shaped) merupakan distribusi probabilitas yang simetris dan membentuk kurva lonceng. Uji normalitas membantu peneliti atau analis data untuk menilai apakah data yang dimilikinya dapat diasumsikan sebagai berasal dari populasi yang terdistribusi normal. Dan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Uji ini membandingkan fungsi distribusi kumulatif (CDF) dari data dengan fungsi distribusi kumulatif yang diharapkan dari distribusi normal. Jarak antara dua fungsi distribusi ini digunakan untuk menilai sejauh mana data terdistribusi normal.

Adapun dasar pengambilan keputusan dari uji Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- 1) Jika hasil dari One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test berada di atas tingkat signifikansi, maka hal tersebut menunjukkan pola distibusi normal,

maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

- 2) Jika hasil dari One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dibawah tingkat signifikansi maka tidak menunjukan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas dilakukan dengan tujuan menemukan hubungan ideal antara variabel bebas dalam model regresi. Nilai varian faktor inflasi (VIF) dan nilai toleransi dapat digunakan untuk mengidentifikasi gejala multikolinieritas. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1 atau 10%, maka multikolinieritas tidak terjadi dalam model regresi tersebut.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah model regresi memiliki ketidaksamaan dalam variasi residual antara pengamatan. Tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi yang baik. Pola Scatterplot model dapat digunakan untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilakukan jika output Scatterplot menunjukkan penyebaran data yang berpola.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- 2) Sebaliknya, jika nilai nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk memprediksi perubahan suatu variabel dependen berdasarkan dua atau lebih variabel independen yang berfungsi sebagai prediktor. Oleh karena itu, analisis regresi linear berganda dilakukan ketika jumlah variabel bebas mencapai dua atau lebih. Analisis ini diterapkan setelah hasil pengujian memenuhi syarat skala interval. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memprediksi dampak positif atau negatif dari variabel independen (X) terhadap peningkatan atau penurunan variabel dependen (Y). Model regresi linear berganda dapat diungkapkan dalam bentuk umum sebagai berikut:

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

Keterangan:

$Y$	=	Perilaku konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare
$\alpha$	=	Konstanta
$X_1$	=	Literasi keuangan digital
$X_2$	=	Gaya hidup
$\beta_1/\beta_2$	=	Koefisien Regresi (Koefisien Beta) yang menunjukkan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen
$e$	=	Standar Eror yang mengukur deviasi dari prediksi model

### 4. Pengujian Model

#### a. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian ini digunakan untuk menentukan seberapa besar varian yang dapat dijelaskan oleh variabel independen untuk variabel dependen.  $R^2$  yang

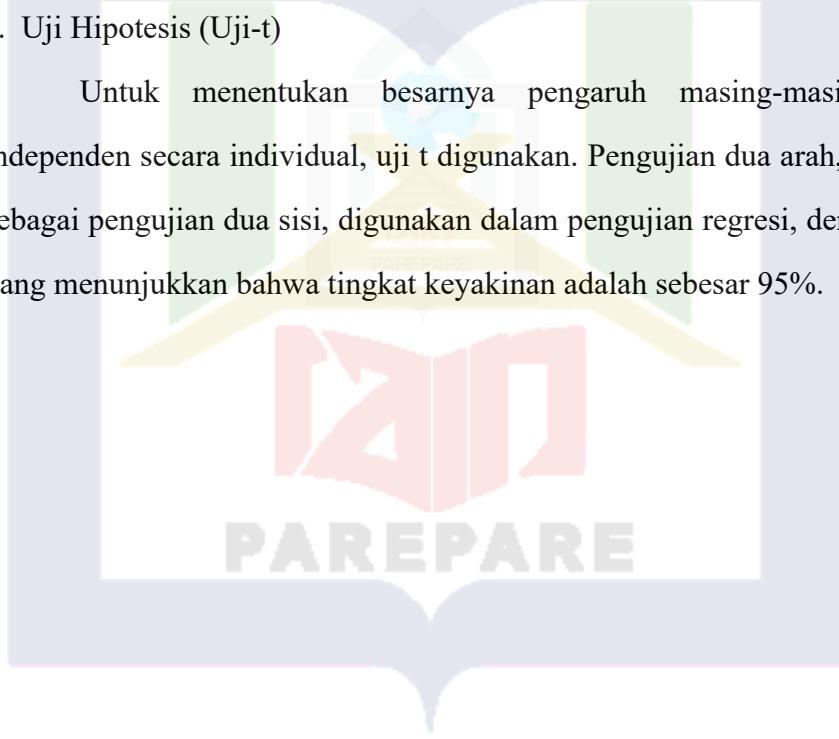
digunakan adalah R<sup>2</sup> yang telah mempertimbangkan jumlah variabel independen dalam suatu model regresi, juga dikenal sebagai R<sup>2</sup> yang disesuaikan (Adjusted-R<sup>2</sup>).

b. Uji Model Fit (Uji F)

Dengan menggunakan derajat keyakinan 5%, uji F digunakan untuk menentukan pengaruh variabel bebas (independen), yaitu Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>) dan Inovasi Keuangan (X<sub>2</sub>), terhadap Keputusan Masyarakat (Y). Jika nilai signifikan hitung F lebih kecil dari tingkat signifikan tertentu, maka hasil dari peunjian adalah signifikan dalam menentukan variabilitas variabel.

c. Uji Hipotesis (Uji-t)

Untuk menentukan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual, uji t digunakan. Pengujian dua arah, juga dikenal sebagai pengujian dua sisi, digunakan dalam pengujian regresi, dengan  $\alpha = 5\%$ , yang menunjukkan bahwa tingkat keyakinan adalah sebesar 95%.



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

Data Responden yang menjadi sampel dari penelitian ini merupakan mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah angkatan 2021-2024, yang berjumlah sebanyak 85 responden. Selanjutnya dianalisis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Analisis data juga memberikan gambaran subjek penelitian berdasarkan profil responden yang telah ditentukan, diantaranya ialah jenis kelamin, usia, dan angkatan.

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	23	27,1%
Perempuan	62	72,9%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 85 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 23 dengan presentasi sebesar 27,1% kemudian responden dengan jenis kelamin Perempuan sebanyak 62 dengan presentasi sebesar 72,9%. Berdasarkan data tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh perempuan.

##### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Presentase
18	2	2,4%
19	9	10,6%
20	24	28,2%
21	20	23,5%
22	25	29,4%
23	5	5,9%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa 85 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan usia 18 tahun sebanyak 2 dengan presentase sebesar 2,4%. Responden dengan usia 19 tahun sebanyak 9 dengan presentase sebesar 10,6%. Responden dengan usia 20 tahun sebanyak 24 dengan presentase sebesar 28,2%. Responden dengan usia 21 tahun sebanyak 20 dengan presentase sebesar 23,5%. Responden dengan usia 22 tahun sebanyak 25 dengan presenstase sebesar 29,4%. Kemudian responden dengan usia 23 tahun sebanyak 5 dengan presentase sebesar 5,9%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh usia 22 tahun.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan**

Angkatan	Frekuensi	Presentase
2021	36	42,4%
2022	17	20%
2023	27	31,8%
2024	5	5,9%
<b>Total</b>	<b>85</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 85 orang responden menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan angkatan 2021 sebanyak 36 dengan presentase sebesar 42,4%. Responden dengan angkatan 2022 sebanyak 17 dengan presentase sebesar 20%. Responden dengan angkatan 2023 sebanyak 27 dengan presentasi sebesar 31,8%. Kemudian responden dengan angkatan 2024 sebanyak 5 dengan presentase sebesar 3,9%. Berdasarkan data tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh angkatan 2021.

## B. Pengujian Persyaratan Analisis Data

### 1. Pengujian instrumen penelitian

#### a) Uji Validitas

Pada tahap uji validitas ini, dibutuhkan minimal 30 responden uji coba, agar datanya dapat di uji kevalidannya. Kriteria pengujian dalam uji validitas ini adalah sebagai berikut: jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel pada tingkat signifikansi  $\alpha = 0.05$ , dengan demikian, alat ukur tersebut dianggap sah atau valid. Begitu pula sebaliknya, jika  $r$  hitung tidak memenuhi kriteria tersebut, maka alat ukur dianggap tidak sah atau tidak valid. Uji validitas kuesioner dilakukan dengan memanfaatkan perangkat lunak Microsoft Office Excel serta program *SPSS*.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Digital (X1)**

No. Item	R Hitung	R tabel (n=30, $\alpha = 0,05$ )	Keterangan
X1.1	0.745	0.361	VALID
X1.2	0.585	0.361	VALID
X1.3	0.720	0.361	VALID
X1.4	0.425	0.361	VALID
X1.5	0.716	0.361	VALID
X1.6	0.618	0.361	VALID
X1.7	0.438	0.361	VALID
X1.8	0.770	0.361	VALID

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas (X1), dapat diketahui nilai R tabel yang didapatkan sebesar 0.361 (berdasarkan dari total jumlah 30 responden uji coba). Kemudian, dapat diketahui bahwa Nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel menunjukkan bahwa seluruh item dianggap valid secara kolektif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuesioner variabel X1 dinyatakan valid.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X2)**

No. Item	R Hitung	R tabel (n=30, $\alpha= 0,05$ )	keterangan
X2.1	0.287	0.361	TIDAK VALID
X2.2	0.724	0.361	VALID
X2.3	0.860	0.361	VALID
X2.4	0.516	0.361	VALID
X2.5	0.542	0.361	VALID
X2.6	0.486	0.361	VALID
X2.7	0.787	0.361	VALID
X2.8	0.775	0.361	VALID

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji validitas (X2), dapat diketahui nilai R tabel yang didapatkan sebesar 0.361 (berdasarkan dari total jumlah 30 responden uji coba). Kemudian, terdapat satu pernyataan pada item pernyataan nomor 1, yang nilai r hitung  $<$  r tabel, menandakan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid. Langkah yang dilakukan adalah dengan mengeliminasi item pernyataan yang tidak valid tersebut, kemudian untuk pernyataan yang valid akan dilanjutkan ke tahap berikutnya.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif (Y)**

No. Item	R Hitung	R tabel (n=30, $\alpha= 0,05$ )	keterangan
Y1	0.204	0.361	TIDAK VALID
Y2	-0.103	0.361	TIDAK VALID
Y3	0.617	0.361	VALID
Y4	0.442	0.361	VALID
Y5	0.594	0.361	VALID
Y6	0.552	0.361	VALID
Y7	0.786	0.361	VALID
Y8	0.673	0.361	VALID
Y9	0.692	0.361	VALID
Y10	0.853	0.361	VALID
Y11	0.846	0.361	VALID
Y12	0.684	0.361	VALID
Y13	0.737	0.361	VALID
Y14	0.813	0.361	VALID

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji validitas (Y), dapat diketahui nilai R tabel yang didapatkan sebesar 0,361 (berdasarkan dari total jumlah 30 responden uji coba). Kemudian, terdapat satu pernyataan pada item pernyataan nomor 1 dan 2, yang nilai r hitung  $<$  r tabel, menandakan bahwa item pernyataan tersebut tidak valid. Langkah yang dilakukan adalah dengan mengeliminasi item pernyataan yang tidak valid tersebut, kemudian untuk pernyataan yang valid akan dilanjutkan ke tahap berikutnya.

b) Uji Reliabilitas

**Tabel 4.7 Hasil Uji reliabilitas Literasi Keuangan Digital (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

**Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	7

**Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.910	12

Nilai reliabilitas butir pernyataan pada kuesioner yang disebarluaskan kepada responden menunjukkan nilai *cronbach alpha* sebesar  $0,778 > 0,60$  untuk variabel X1,  $0,815 > 0,60$  untuk variabel X2, dan  $0,910 > 0,60$  untuk variabel Y. Maka hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrument ini dapat dikatakan konsisten dan reliabel.

## 2. Uji asumsi klasik

### a) Uji Normalitas

**Tabel 4.10 hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.67191685
Most Extreme Differences		
	Absolute	.053
	Positive	.052
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200
	Sig.	.807
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>		
	99% Confidence Interval	
		Lower Bound
		.797
		Upper Bound
		817

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov seperti yang tertera pada tabel 4. 10, menunjukkan nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* dari 3 variabel yaitu 0,200. Sesuai dengan kriteria penafsiran dalam uji normalitas data, bahwa tiga variabel tersebut bernilai *Asymp.Sig* dimana  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kedua variabel tersebut terdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>		
Collinearity Statistics		
Model	Tolerance	VIF
1 TOTAL LKD	.850	1.176
TOTAL GH	.850	1.176

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Berdasarkan tabel 4. 11 dapat dilihat bahwa:

1. Nilai VIF Literasi Keuangan Digital (X1) adalah  $1,176 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,850 > 0,1$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
2. Nilai VIF Gaya Hidup (X2) adalah  $1,176 < 10$  dan nilai tolerance value  $0,850 > 0,1$ . Maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c) Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-.533	4.197		-.127	.899
1 TOTAL LKD	.042	.145	.034	.288	.774
TOTAL GH	.175	.120	.171	1.457	.149

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dalam menggunakan *Glejser* pada tabel 4. 12, menunjukkan nilai Sig. Sebesar 0,899 pada variabel X1 dan 0,774 pada variabel X2. Pada kriteria pengujian *glejser*, bahwa jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka kesimpulannya tidak terjadi gejala

Heteroskedsatisitas. Nilai Sig 0,889 > 0,05 pada variabel X1, dan nilai Sig 0,774 > 0,05 pada variabel X2, menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

### C. Uji Hipotesis

#### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	5.783	6.144	.941	.349
	TOTAL LKD	.254	.212	.116	1.202 .233
	TOTAL GH	.976	.175	.537	5.563 <.001

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan hasil uji Regresi Linear Berganda pada tabel 4.13, didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 5,783 + 0,254X_1 + 0,970X_2 \text{ pada taraf signifikansi } 5\%$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

a) Nilai konstanta di atas sebesar 5,783, angka tersebut menunjukkan bahwa jika  $X_1$  (Literasi Keuangan Digital) dan  $X_2$  (Gaya Hidup) konstan (tidak mengalami perubahan), maka Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah adalah sebesar 5,783.

b)  $X_1$  (Literasi Keuangan Digital) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,254.

Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan Literasi Keuangan Digital sebesar 1% maka Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Manajemen Syariah

juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,254 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

- c) X2 (Gaya Hidup) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,970. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan Gaya Hidup sebesar 1% maka Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Manajemen Syariah juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,970 dengan asumsi variabel independen yang lain dianggap konstan.

## 2. Pengujian Model

### a) Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.14 Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.350	.334	6.663

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Berdasarkan hasil uji SPSS diperoleh hasil uji model summary, dimana didapatkan nilai R (korelasi) sebesar 0,592, sedangkan pada bagian R Square (Koefisien determinasi) sebesar 0,350 atau 35% yang artinya pengaruh X1 dan X2 terhadap Y sebesar 35% dan sisanya 65% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat dan searah antara variabel bebas yang meliputi Literasi Keuangan Digital (X1), Gaya Hidup (X2) dan variabel terikat yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Dengan kata lain, jika variabel bebas yang meliputi X1 dan X2 ditingkatkan, maka variabel terikat meliputi Y juga akan meningkat, begitupun sebaliknya. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

1) Sumbangan Efektif

$$SE (X) = \beta_i \times r_{iY}$$

- (a) Sumbangan Efektif variabel Literasi Keuangan Digital (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

$$SE (X1) = \beta_i \times r_{iY}$$

$$SE (X1) = 0,116/0,653 \times 35\%$$

$$SE (X1) = 6,21\%$$

- (b) Sumbangan Efektif variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

$$SE (X2) = \beta_i \times r_{iY}$$

$$SE (X2) = 0,537/0,653 \times 35\%$$

$$SE (X2) = 28,79\%$$

Sumbangan Efektif (SE) total dapat dihitung sebagai berikut:

$$SE \text{ total} = SE(X1)\% + SE(X2)\%$$

$$SE \text{ total} = 6,21\% + 28,79\%$$

$$SE \text{ total} = 35\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa sumbangan efektif (SE) variabel Literasi Keuangan Digital (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 6,21% sementara sumbangan efektif (SE) variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 28,79%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X2 memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel Y daripada variabel X1. Untuk total SE adalah sebesar 35%.

2) Sumbangan Relatif

$$SR (X) = \frac{Sumbangan Efektif (X)\%}{R^2}$$

(a) Sumbangan Relatif variabel Literasi Keuangan Digital (X1) terhadap

Perilaku Konsumtif (Y)

$$SR (X1) = \frac{SE (X1)\%}{R^2}$$

$$SR (X1) = \frac{6,21\%}{35\%}$$

$$SR (X1) = 17,74\%$$

(b) Sumbangan Relatif variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku

Konsumtif (Y)

$$SR (X2) = \frac{SE (X2)\%}{R^2}$$

$$SR (X2) = \frac{28,79\%}{35\%}$$

$$SR (X2) = 82,26\%$$

Total sumbangan relatif dapat dihitung sebagai berikut:

$$SR total = SR (X1)\% + SR (X2)\%$$

$$SR total = 17,74\% + 82,26\%$$

$$SR total = 100\%$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa Sumbangan Relatif (SR) variabel Literasi Keuangan Digital (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 17,74%. Sementara Sumbangan

Relatif (SR) variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 82,26%. Untuk total SR adalah sebesar 100%.

b) Uji Hipotesis (uji-t)

**Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis (uji-t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	5.783	6.144		.941	.349
1 TOTAL LKD	.254	.212	.116	1.202	.233
TOTAL GH	.976	.175	.537	5.563	<.001

Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025

Uji t pada dasarnya adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu menentukan nilai t tabel dengan rumus:

$$t \text{ tabel} = \left( \frac{a}{2} \div n - k - 1 \right)$$

Keterangan:

$$\begin{array}{ll} n & = \text{jumlah sampel} \\ k & = \text{jumlah variabel X} \end{array}$$

$$\begin{aligned} t \text{ tabel} &= \left( \frac{a}{2} \div 85 - 2 - 1 \right) \\ t \text{ tabel} &= (0,025 \div 82) \end{aligned}$$

$t$  tabel = 1,989

Berdasarkan tabel hasil uji-t pada tabel 4. 14, maka pengujian hipotesis untuk variabel Literasi Keuangan Digital (X1) dan Gaya Hidup (X2) adalah:

1) Pengujian hipotesis pertama (H1)

- H0 : variabel Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- H1 : variabel Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar  $0,233 > 0,05$  dan nilai t hitung  $1,202 <$  nilai t tabel 1,989 yang berarti H0 diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Literasi Keuangan Digital (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah.

2) Pengujian hipotesis kedua (H2)

- H0 : variabel Gaya Hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- H2 : variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar  $0,01 < 0,05$  dan nilai t hitung  $5,563 >$  nilai t tabel 1,989 yang berarti H0 ditolak kemudian H2 diterima. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah.

c) Uji Model Fit (Uji F)

**Tabel 4.16 Hasil Uji Model Fit (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1962.706	2	981.353	22.102	<.001 <sup>b</sup>
Residual	3640.941	82	44.402		
Total	5603.647	84			

*Sumber: Data diolah dengan IBM SPSS 28, 2025*

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu untuk menentukan nilai F tabel dengan rumus:

$$F \text{ tabel} = (k \div n - 2)$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

$$F \text{ tabel} = (2 \div 85 - 2)$$

$$F \text{ tabel} = (2 \div 83)$$

$$F \text{ tabel} = 3,11$$

Pengujian hipotesis ketiga (H3):

- $H_0$  = variabel literasi keuangan digital dan gaya hidup tidak berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah.
- $H_3$  = variabel literasi keuangan digital dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah.

Berdasarkan hasil uji model fit (Uji F) pada tabel 4. 15 diketahui nilai signifikan untuk pengaruh  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap  $Y$  adalah sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai F hitung sebesar  $22,102 >$  nilai F tabel  $3,11$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak kemudian  $H_3$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara bersama-sama (Simultan) terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ ) mahasiswa manajemen keuangan syariah.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

##### 1. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa model regresi yang terdiri dari variabel Literasi Keuangan Digital ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ( $Y$ ), dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan F-hitung sebesar  $22,013 >$  F-tabel  $3,11$ . Artinya, meskipun secara parsial literasi keuangan digital tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan ( $t$ -hitung  $<$   $t$ -tabel), dalam konteks model secara keseluruhan, variabel ini tetap memiliki kontribusi dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini diperkuat oleh hasil perhitungan

sumbangan efektif sebesar 6,21%, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital tetap memberi pengaruh meskipun tidak dominan. Dengan demikian, maka H1 diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Dwi Siti Lestari et al., yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan finansial belum tentu menghasilkan perilaku konsumsi yang rasional tanpa dukungan pengendalian diri dan pemahaman budaya digital.<sup>58</sup>

Namun, hasil ini bertentangan dengan penelitian Muhammad Kaffin Zuhda, yang menemukan bahwa literasi keuangan digital dan finansial berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, khususnya dalam penggunaan pembayaran digital secara bijak.<sup>59</sup> Demikian pula dengan penelitian Putri Zulfa Ersa Meylina, yang menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z.<sup>60</sup> Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik responden. Mahasiswa IAIN Parepare, meskipun belajar keuangan syariah, belum tentu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari jika gaya hidup konsumtif masih dominan.

Fakta lapangan menunjukkan bahwa aplikasi digital seperti e-wallet lebih sering digunakan untuk konsumsi impulsif, bukan untuk pengelolaan

<sup>58</sup> Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah dan Romandhon. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis).” *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2024): 119-208.

<sup>59</sup> ZUHDA, *Literasi digital dan literasi finansial sebagai determinan ekonomi digital dalam penggunaan digital payment oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis uin syarif hidayatullah jakarta.*

<sup>60</sup> Meylina, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan penggunaan E-money terhadap perilaku konsumtif pada generasi z di kota mataram.”

anggaran. Ini memperkuat bahwa literasi saja tidak cukup tanpa kesadaran dan motivasi internal. Pemahaman terhadap produk keuangan digital sebagaimana didefinisikan OECD belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku mahasiswa.<sup>61</sup>

Penelitian ini juga menguatkan hasil Pane & Payong, bahwa rendahnya literasi keuangan cenderung mendorong perilaku konsumtif. Namun, literasi bukan satu-satunya faktor, perilaku konsumtif dipengaruhi pula oleh gaya hidup, tekanan sosial, dan nilai lingkungan.<sup>62</sup>

Dalam konteks mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, literasi keuangan digital seharusnya tidak hanya dipahami secara teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran untuk konsumsi yang moderat dan bertanggung jawab. Karena itu, edukasi keuangan perlu diarahkan tidak hanya pada pengetahuan, tetapi juga pembentukan sikap dan kebiasaan finansial yang sehat.

## 2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare

Berdasarkan hasil uji F, model regresi yang melibatkan Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Digital terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai signifikansi 0,000 dan F-hitung 22,013 > 3,11. Secara khusus, variabel gaya hidup menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif, dibuktikan

---

<sup>61</sup> Adele Atkinson dan Flore-Anne Messy. "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD Infe Pilot Study." *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 15, no. 15 (2012): 1-73.

<sup>62</sup> Nursaniah Pane dan Sesilia Lipa Payong. "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi di Era Digital, Prosiding Seminar Nasional Manajemen", 4(1), (2024): 1004-1016

melalui uji t dengan t-hitung sebesar  $5,563 > t\text{-tabel } 1,989$  dan signifikansi 0,001. Hal ini memperkuat posisi gaya hidup sebagai faktor utama dalam menjelaskan perilaku konsumtif, yang juga ditunjukkan melalui sumbangan efektif sebesar 28,79% dan sumbangan relatif sebesar 82,26%. Dengan demikian, maka H2 diterima.

Hasil mengindikasikan bahwa nilai-nilai, preferensi sosial, dan pola hidup mahasiswa sangat memengaruhi keputusan konsumsinya. Sejalan dengan teori Engel, Blackwell & Miniard, gaya hidup mencerminkan sistem nilai individu yang membentuk kebiasaan konsumsi.<sup>63</sup> Di era digital, gaya hidup mahasiswa banyak dipengaruhi oleh budaya media sosial dan dorongan untuk tampil sesuai tren. Pembelian tidak lagi didasarkan pada kebutuhan fungsional, melainkan juga kebutuhan simbolik seperti pencitraan sosial dan pengakuan lingkungan. Konsep ini sejalan dengan temuan Putri Zulfa Ersa Meylina, yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif generasi muda erat kaitannya dengan gaya hidup dan tekanan lingkungan digital.<sup>64</sup>

Temuan ini juga konsisten dengan hasil penelitian Nursaniah Pane dan Sesilia Payong, yang mengungkapkan bahwa gaya hidup konsumtif akibat pengaruh e-commerce dan media sosial mengganggu kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan.<sup>65</sup> Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare menunjukkan kecenderungan serupa, seperti pembelian barang bermerek, nongkrong di café, dan mengikuti tren gaya hidup modern.

---

<sup>63</sup> Paul Miniard James Engel, Roger Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h.383.

<sup>64</sup> Meylina, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan penggunaan E-money terhadap perilaku konsumtif pada generasi z di kota mataram.”

<sup>65</sup> Pane dan Payong, “Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap.”

Namun, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Dwi Siti Lestari et al yang menyimpulkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif atau menabung.<sup>66</sup> Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan lokasi, latar belakang akademik, serta tekanan sosial yang berbeda. Dalam konteks mahasiswa keuangan syariah, meskipun mereka memiliki pemahaman teori finansial yang baik, praktik konsumsi mereka tetap rentan dipengaruhi oleh lingkungan sosial.

Dari perspektif ekonomi syariah, gaya hidup konsumtif semacam ini tentu menjadi perhatian. Islam menekankan prinsip keseimbangan dalam konsumsi (wasathiyah) dan melarang perilaku israf (berlebih-lebihan), sebagaimana tercermin dalam QS. Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوْامًا

Terjemahannya:

“Orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”<sup>67</sup>

Maka, gaya hidup yang terbentuk secara tidak kritis dari lingkungan luar justru dapat menjauhkan mahasiswa dari nilai-nilai keuangan syariah yang seharusnya menjadi acuan mereka dalam bertindak.

### 3. Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Gaya Hidup Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Keuangan Syariah di IAIN Parepare

<sup>66</sup> Lestari, Mutmainah, dan Romandhon, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis).”

<sup>67</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, “Al-Qur'an dan Terjemahannya – Surah Al-Furqan Ayat 67.”

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa model regresi yang memuat variabel Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah di IAIN Parepare, dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai F-hitung  $22,102 > F\text{-tabel } 3,11$ . Hal ini berarti kedua variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi yang berarti terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dan dengan demikian hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini dinyatakan diterima.

Dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,350, diketahui bahwa sebesar 35% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh literasi keuangan digital dan gaya hidup secara bersama-sama. Meskipun secara parsial literasi keuangan digital tidak signifikan, ia tetap memberikan sumbangan efektif sebesar 6,21%, dan sumbangan relatif sebesar 17,74%, sementara gaya hidup menyumbang 28,79% secara efektif dan 82,26% secara relatif. Ini mengindikasikan bahwa secara komposit, keberadaan literasi keuangan digital dalam model tetap berkontribusi penting dalam mengarahkan pengaruh gaya hidup ke arah yang lebih terkendali dan reflektif.

Temuan ini memperkuat konsep yang dikemukakan oleh OECD bahwa literasi keuangan digital tidak hanya mencakup pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan digital, tetapi juga kemampuan individu untuk menggunakan informasi tersebut secara bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan.<sup>68</sup> Ketika dikombinasikan dengan gaya hidup yang menurut Engel,

<sup>68</sup> Adele Atkinson dan Flore-Anne Messy. "Measuring Financial Literacy: Results of the OECD Infe Pilot Study." *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 15, no. 15 (2012): 1-73.

Blackwell & Miniard merupakan cerminan dari sistem nilai dan preferensi individu, interaksi keduanya dapat membentuk pola konsumsi yang kompleks, baik secara rasional maupun emosional.<sup>69</sup>

Hasil penelitian ini juga mengkritisi secara konstruktif temuan Dwi Siti Lestari dan tim yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan tersebut kemungkinan disebabkan oleh konteks populasi yang berbeda. Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah cenderung memiliki eksposur lebih tinggi terhadap prinsip-prinsip keuangan etis dan nilai-nilai spiritual, namun tetap rentan terhadap pengaruh gaya hidup modern yang konsumtif. Justru dalam konteks inilah, literasi keuangan digital dibutuhkan bukan sekadar sebagai pengetahuan, tetapi sebagai landasan pengambilan keputusan finansial yang mempertimbangkan nilai-nilai wasathiyah (keseimbangan), sebagaimana diajarkan dalam ekonomi Islam.<sup>70</sup>

Dengan demikian, secara teoritis, hasil penelitian ini tidak hanya mendukung sebagian temuan terdahulu, tetapi juga memperluas ruang pemahaman tentang pentingnya integrasi antara kompetensi digital dan pembentukan gaya hidup yang bijak dalam mendorong perilaku konsumtif yang lebih sehat di kalangan mahasiswa. Intervensi berbasis edukasi keuangan di masa depan perlu mengedepankan pendekatan yang tidak hanya informatif,

<sup>69</sup> Paul Miniard James Engel, Roger Blackwell, Perilaku Konsumen, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h.383.

<sup>70</sup> Dwi Siti Lestari, Kurniawati Mutmainah dan Romandhon. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2024): 119-208.

tetapi juga transformatif menyasar aspek perilaku, nilai, dan identitas sosial mahasiswa secara menyeluruh.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan kajian data dan diskusi mendalam pada Bab IV yang meneliti hubungan antara melek keuangan digital dan gaya hidup dengan sikap konsumtif mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, dengan nilai signifikansi sebesar 0,233 ( $> 0,05$ ) dan t-hitung  $1,202 < t\text{-tabel } 1,989$ . Meskipun demikian, variabel ini tetap memberikan sumbangan efektif sebesar 6,21% terhadap model.
2. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ( $< 0,05$ ) dan t-hitung  $5,563 > t\text{-tabel } 1,989$ . Variabel ini memberikan sumbangan efektif sebesar 28,79% dan sumbangan relatif sebesar 82,26%, menjadikannya faktor dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa.
3. Berdasarkan hasil dari analisis data menunjukkan Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $< 0,05$ ) dan F-hitung sebesar  $22,102 > F\text{-tabel } 3,11$ . Model regresi

yang digunakan mampu menjelaskan 35% variasi dalam perilaku konsumtif mahasiswa.

## B. Saran

### 1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa, khususnya dari Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, diharapkan tidak hanya memahami teori-teori keuangan syariah secara konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam mengelola keuangan pribadi secara bijak. Literasi keuangan digital yang telah dimiliki sebaiknya tidak berhenti pada tataran pengetahuan teknis, tetapi dikembangkan menjadi kesadaran perilaku yang berorientasi pada kebutuhan, bukan semata-mata keinginan atau tren konsumtif. Mahasiswa juga perlu membangun habitus keuangan yang mencerminkan nilai-nilai moderasi (*wasathiyah*) dan tanggung jawab dalam konsumsi sesuai prinsip syariah.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki ruang untuk pengembangan lebih lanjut. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi dan cakupan penelitian, serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, seperti pengaruh media sosial, tekanan teman sebaya, atau dimensi religiusitas. Pendekatan kombinasi kuantitatif-kualitatif juga dapat dipertimbangkan untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku konsumsi mahasiswa di era digital.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Alamanda, Yarian. "Pengaruh harga diri dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 6, no. 2 (2018): 273–79.
- Apriliani, Rina. *LITERASI KEUANGAN BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL Teori dan Implementasinya*. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2024.
- Asari, Andi, Misbahul Munir, Sri Gustini, Valentine Siagian, Herlina Rasjid, Siti Inayatul Faizah, Ulfia Pristiana, dan Abdurohim. *Literasi Keuangan*. Malang: Madza Media, 2023.
- Atkinson, Adele, dan Flore-Anne Messy. "Measuring financial literacy: results of the OECD infe pilot study." *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions* 15, no. 15 (2012): 1–73.
- AUSKARNI, AUSKARNI. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar." *UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR*, 2021.
- Choerudin, Achmad et all. *Literasi Keuangan*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2023.
- Chrisnawati, Dian, dan Sri Muliati Abdullah. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian." *Jurnal Spirits* 2 no. 1 (2011).
- Coleman, James S. *Dasar-dasar Teori Sosial*. Bandung: Nusa Media, 2011.
- Darwis, S.e., M.Si. *Manajemen Asset dan Liabilitas*. Diedit oleh M.M. Dr. Damirah, S.E. Yogyakarta: TrustMedia Publishing, 2019.
- Donny Dharmawan, Balla Wahyu Budiarto, Hotma Mentalita, Jenni Veronika Br, dan Besse Faradiba Ginting. "SOSIALISASI PERENCANAAN MANAJEMEN INVESTASI KEUANGAN PADA MAHASISWA PERGURUAN TINGGI." *Pengabdian Kepada Masyarakat* 04, no. 02 (2024): 479–84.
- Ela, Dkk. *Perilaku Konsumen (Perilaku konsumen)*. Cv Budi Utama. Vol. 5 No. Jakarta: Binarupa Aksara, 2018.  
[https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU\\_KONSUMEN\\_PERILAKU\\_KONSUMEN\\_MAKALAH\\_PERILAKU\\_KONSUMEN](https://www.academia.edu/37610166/PERILAKU_KONSUMEN_PERILAKU_KONSUMEN_MAKALAH_PERILAKU_KONSUMEN).
- Faradiba, Besse, dan Musmulyadi Musmulyadi. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Usaha Waralaba Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian 'Alpokatkocok Doubig' Di Makassar." *PAY Jurnal Keuangan dan Perbankan* 2, no. 2 (2020): 52–61. <https://doi.org/10.46918/pay.v2i2.751>.

Fungky, Tiana, Tiara Puspita Sari, dan Vicky F Sanjaya. "Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/I Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung Angkatan 2019)." *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 1, no. 1 (2021): 82–98.

Grace Sriati Mengga, Mince Batara, dan Evi Rimpung. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, E-MONEY, GAYA HIDUP DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA TORAJA." *Jurnal Riset Akuntansi* 1, no. 1 (13 Maret 2023): 36–50. <https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i1.123>.

HAMIDAH, SINDI AULIA. "PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DIGITAL MARKETING, DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT GENERASI Z PADA BANK SYARIAH," n.d.

Kamal, Muhammad, dan Abdul Hamid. "EKSISTENSI AKAD DALAM TRANSAKSI KEUANGAN SYARIAH." *Hukum Diktum* 14, no. 1 (2016): 45–54.

*Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.

Kementerian Agama Republik Indonesia. "Al-Qur'an dan Terjemahannya – Surah Al-Furqan Ayat 67," n.d.

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.

Lestari, Dwi Siti, Kurniawati Mutmainah, dan Romandhon. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, DanBudaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa(Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis)." *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2024): 119–208.

Meylina, Putri Zulfa Ersa. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan penggunaan E-money terhadap perilaku konsumtif pada generasi z di kota mataram." *Ekonomi, Fakultas Bisnis, D A N Alauddinmakassar, UIN*, 2019, 113–34.

Mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz, dan Leliya. *E – COMMERCE: PERILAKU GAYA HIDUP KONSUMTIF MAHASISWA MUSLIM*. Cirebon: CV. ELSI PRO, 2020.

Munthasar, Munthasar, Nevi Hasnita, dan Yulindawati Yulindawati. "Pengaruh Pengetahuan Dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh." *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 3, no. 2 (2021): 146–57.

Mursalim, Andi Ririn Oktaviani, dan Abdullah. "Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di

- Kota Makassar.” *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO* 6, no. 2 (2024): 76–90.
- Ningsih, Ekawati Rahayu. *Perilaku Konsumen*. Kudus: Nora Media Enterprise, 2010.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). “Edukasi Keuangan,” 2022. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>.
- Pane, Nursaniah, dan Sesilia Payong. “Prosiding Seminar Nasional Manajemen Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap” 4, no. 1 (2024): 1004–16.
- Philip Kotler, dan Kevin Lane Keller. *Marketing management (15th ed.)*. Pearson Education., 2018.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Pulungan, Delyana Rahmawany, dan Hastina Febraty. “Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.” *Jurnal Riset Sains Manajemen* 2, no. 3 (2018): 103–10.
- Rahmat, Arif, Asyari Asyari, dan Hesi Eka Puteri. “Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.” *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>.
- S., Andi Bahri. “ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.” *Jurnal Studia Islamika* 11, no. 2 (2014): 347–70. <https://scholar.google.com/scholar?oi=bibs&cluster=6929899758674894783&bt+nI=1&hl=id&authuser=1>.
- Safirah, Yul, Muslihun, dan Pongky Arie Wijaya. “Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram.” *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 08 (2024).
- Saputra, Galang Rio Adi, Suyanto Suyanto, dan Gustin Padwa Sari. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Pemoderasi.” *Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 2, no. 2 (2023): 291–99.
- Sari, Mila Mulya, Titin Agustin Nengsih, dan Ahmad Syahrizal. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019.” *Journal of Creative Student Research (JCSR)* 1, no. 2 (2023): 137–51.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana, 2013.

Sistem Informasi Akademik IAIN Parepare, 2025.  
<https://sisfo.iainpare.ac.id/siakad/home/akm> .

Sofyan, Ida Zakiah. "Pengaruh Literasi Keuangan syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif," no. July (2020): 1–23.

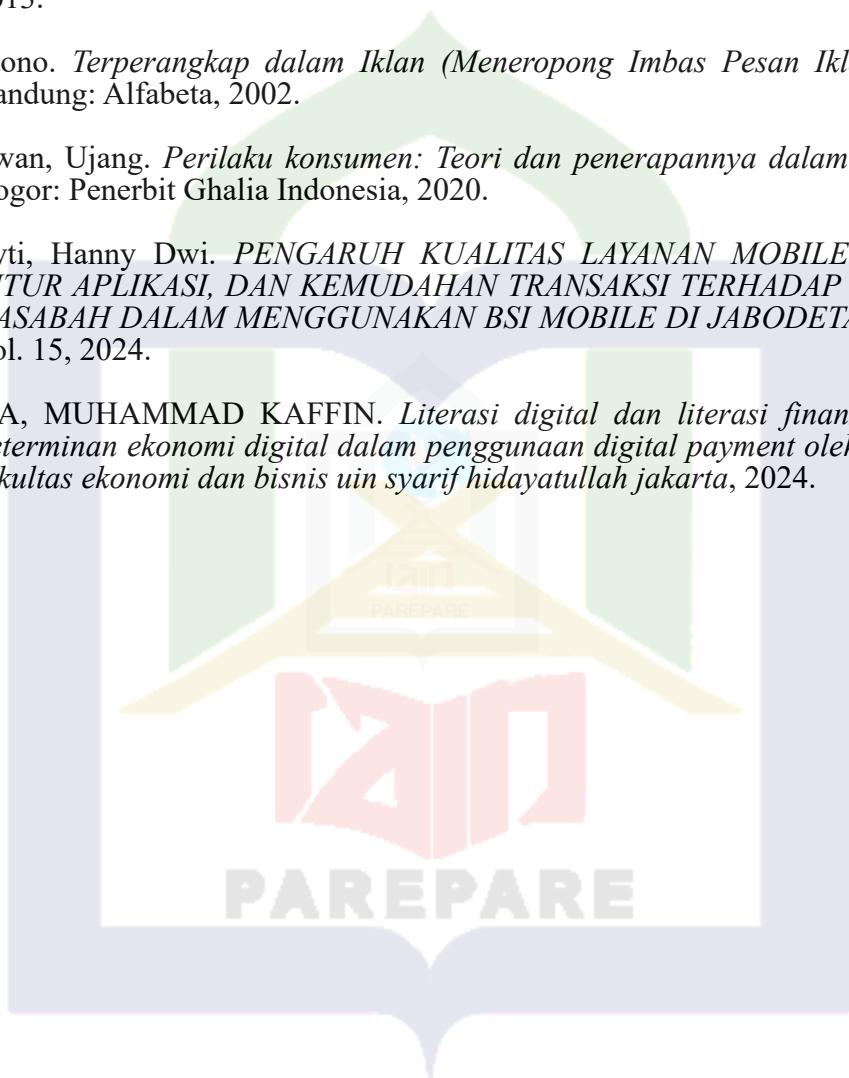
Sugiyono, Djoko. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta, 2013.

Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta, 2002.

Sumarwan, Ujang. *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2020.

Yulianyi, Hanny Dwi. *PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING, FITUR APLIKASI, DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUASAN NASABAH DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE DI JABODETABEK*. Ayan. Vol. 15, 2024.

ZUHDA, MUHAMMAD KAFFIN. *Literasi digital dan literasi finansial sebagai determinan ekonomi digital dalam penggunaan digital payment oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis uin syarif hidayatullah jakarta*, 2024.





## Lampiran 1



Nama Mahasiswa : Safira Putri Regina Irwan

NIM : 2120203861211075

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prodi : Manajemen Keuangan Syariah

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah)

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Saudara (i)

Di Tempat

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Saudara (i) dalam rangka penyelesaian Karya Tulis Ilmiah (Skripsi) pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, maka saya :

Nama : Safira Putri Regina Irwan

NIM : 2120203861211075

Judul : Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Prodi Manajemen Keuangan Syariah) Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah IAIN Parepare

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, saya memohon dengan hormat kesediaan Saudara (i) untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaan Saudara (i) untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami haturkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Parepare, 5 Juni 2025

Hormat Saya,



Safira Putri Regina Irwan

NIM. 2120203861211075

### A) Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Saudara(i) untuk mengisi data responden dibawah ini :

Nama lengkap :

Jenis Kelamin :

Usia :

Angkatan :

### B) Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklis pada kolom yang Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

4 = Setuju (S)

3 = Netral (N)

2 = Tidak Setuju (TS)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

### C) Daftar Pertanyaan

#### Variabel Literasi Keuangan Digital (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Indikator Manajemen keuangan Pribadi</b>						
1.	Saya mampu mengelola keuangan pribadi dengan literasi keuangan digital yang saya ketahui.					
2.	Saya merasa pengetahuan keuangan dapat membantu saya untuk mencapai kesuksesan dalam keuangan					
<b>Indikator Tabungan dan pinjaman</b>						

3.	Saya mengerti mengenai kredit dan perbankan				
4.	Saya mengerti mengenai manfaat menabung dan penting memiliki dana pensiun untuk simpanan yang disiapkan dalam kondisi darurat				
<b>Indikator Asuransi</b>					
5.	Saya merasa asuransi memiliki banyak kegunaan dan manfaat bagi saya				
6.	Saya mengikuti asuransi karena inisiatif saya sendiri				
<b>Indikator Investasi</b>					
7.	Ketika saya menyebarkan investasi yang saya lakukan, maka risiko kerugian uang akan naik				
8.	Saya mengerti mengenai saham dan reksadana				

### Variabel Gaya Hidup (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Indikator Aktivitas</b>						
1.	Berbelanja merupakan aktivitas yang menyenangkan					
2.	Saya lebih sering menghabiskan waktu diluar rumah dan memiliki kegiatan rutin yang terkesan mewah dan glamor					
3.	Saya sering pergi ketempat makan apabila jenuh dengan kegiatan perkuliahan					
<b>Indikator Minat</b>						

4.	Saya tidak tertarik dengan berbagai tawaran-tawaran iklan di <i>e-commerce</i>				
5.	Saya sering melihat barang di <i>online shop</i> untuk menghilangkan rasa bosan				
6.	Untuk menunjang penampilan saya mencari referensi <i>outfit</i> dari berbagai <i>platform</i>				
<b>Indikator Pendapat</b>					
7.	Saya membeli barang bermerk karena orang disekitar saya menggunakan barang bermerk				
8.	Saya merasa percaya diri ketika saya menggunakan apa yang sedang trend dilingkungan kampus				

#### Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
<b>Indikator Pembelian Karena Hadiah</b>						
1.	Ketika tanggal kembar seperti 1.1, 2.2, saya sering membeli produk di <i>shopee</i> supaya mendapatkan diskon besar dan gratis ongkir					
2.	Saya membeli produk pada saat diskon besar					
<b>Indikator Pembelian Karena Kemasan Menarik</b>						
3.	Saya sering membeli makanan dan minuman yang kemasannya unik					
4.	Saya sering membeli produk yang kemasannya menarik					

<b>Indikator Pembelian Untuk Menjaga Gengsi</b>					
5.	Saya membeli produk karena ingin tampil <i>fashionable</i>				
6.	Saya sering membeli produk untuk menunjang penampilan				
<b>Indikator Pembelian Berdasarkan Harga</b>					
7.	Saya seringkali membeli produk bermerk dan mahal untuk menambah kepercayaan diri saya				
8.	Saya merasa bangga ketika menggunakan produk mahal tanpa melihat kegunaan produk itu sendiri.				
<b>Indikator Pembelian Untuk Simbol Status</b>					
9.	Saya seringkali membeli barang sesuai dengan keinginan saya bukan kebutuhan				
10.	Saya seringkali membeli produk yang terkesan mewah				
<b>Indikator Konformitas Terhadap Model Promosi</b>					
11.	Saya sering membeli produk yang digunakan oleh model idola saya				
12.	Saya sering membeli produk yang sedang <i>trend</i>				
<b>Indikator Rasa Percaya Diri Dari Barang Mahal</b>					
13.	Saya sering membeli produk yang mahal				
14.	Saya sering membeli barang yang bermerk, mahal dan terkenal karena barang bermerk itu kualitasnya bagus				

## Lampiran 2

### Identitas Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Angkatan
1	Muhammad ridwan	Laki-laki	23	2021
2	Muhammad Saleh Aris	Laki-laki	22	2021
3	Risma	Perempuan	22	2021
4	May Sarah	Perempuan	21	2022
5	ahmadmahendra	Laki-laki	21	2021
6	fdillsr	Laki-laki	21	2021
7	Zulfa Utami	Perempuan	21	2022
8	Herman	Laki-laki	23	2021
9	MUH REZA TRIYADI	Laki-laki	22	2021
10	Rizaldi	Laki-laki	23	2021
11	Syarifah Atira	Perempuan	22	2021
12	NATILA ANGRAENI	Perempuan	21	2021
13	Amysha Sibu	Perempuan	21	2021
14	Azhar	Laki-laki	21	2021
15	WINDA AYUDIA SAHARUDDIN	Perempuan	22	2021
16	MASRIANI	Perempuan	22	2021
17	Khairun maulana	Laki-laki	19	2024
18	Muh. Fachri Kuba	Laki-laki	19	2024
19	Rifqi	Laki-laki	20	2023
20	SARI DEWI ASKAR	Perempuan	20	2023
21	Muhammad Adriansyah	Laki-laki	19	2024
22	NurIlmhy Pratiwi	Perempuan	21	2021
23	Risna Rasyid	Perempuan	22	2021
24	Nurul Ilahi	Perempuan	22	2021
25	Zaskia Davila	Perempuan	22	2021
26	Siti Nurhaliza	Perempuan	22	2021

27	Bahari Maha Putratama	Laki-laki	22	2021
28	Alsyah Nurfadillah	Perempuan	21	2022
29	RESKI AMANDA SARI	Perempuan	21	2021
30	Dwi Fathu Maharani	Perempuan	21	2022
31	Ratri Pramuditya Abbas	Perempuan	22	2021
32	WARDAYANTI	Perempuan	22	2021
33	ANDI ARNITA ALIMUDDIN	Perempuan	22	2021
34	SERIN SELTIANI	Perempuan	20	2022
35	Nurfadilah ME	Perempuan	21	2021
36	Ahmad Maulana Mandawalia	Laki-laki	22	2021
37	Yuyun Andira	Perempuan	22	2021
38	Muhammad Naswan Malik	Laki-laki	22	2021
39	Nasma Nur Hikma	Perempuan	22	2021
40	Iqbal	Laki-laki	23	2021
41	Sima	Perempuan	22	2021
42	Irmayanti Muchtar	Perempuan	22	2021
43	Rafika	Perempuan	23	2021
44	husna	Perempuan	21	2022
45	Hakim	Laki-laki	22	2021
46	Normalajaya	Perempuan	21	2022
47	Rahma	Perempuan	19	2024
48	Musdalifah	Perempuan	22	2021
49	Putri	Perempuan	21	2021
50	Novia Haryani Saputri	Perempuan	19	2023
51	Selfianti Dwi Angriana	Perempuan	19	2023
52	Muh Syawal Adriansah	Laki-laki	20	2023
53	Muhammad rifqi syahrida	Laki-laki	20	2023
54	CHAERUN NISA	Perempuan	18	2024
55	Rahul Tuwo	Laki-laki	20	2023
56	Fakhriyyah	Perempuan	20	2023

57	Fatimah Zahrah	Perempuan	20	2023
58	MUH.Nur alim	Laki-laki	20	2023
59	Annisa Safitri	Perempuan	20	2023
60	Firman	Laki-laki	22	2023
61	Aprilia Putri	Perempuan	20	2023
62	Annisa	Perempuan	20	2023
63	Putri Dewi Kartika	Perempuan	19	2023
64	Nurulaulia	Perempuan	20	2023
65	Ade Sulistiawati	Perempuan	20	2023
66	Atifah Maharani Akil	Perempuan	18	2023
67	Sari Dewi Askar	Perempuan	20	2023
68	Alda ardilia	Perempuan	21	2023
69	SALDI	Laki-laki	22	2022
70	Eka Lestari	Perempuan	20	2023
71	Dwi Ananda	Perempuan	20	2023
72	fitri okta	Perempuan	19	2023
73	Andi Asira Arimbi	Perempuan	19	2023
74	Andi Rahayu Rasyid	Perempuan	21	2023
75	revalina	Perempuan	20	2023
76	Chyntia Indah sabila	Perempuan	20	2023
77	Nurul Hikmah	Perempuan	21	2022
78	SERIN SELTIANI	Perempuan	20	2022
79	Sri Auliya Syahrir	Perempuan	20	2022
80	Sardilah	Perempuan	20	2022
81	Rifka Arianty Rijal	Perempuan	21	2022
82	Tahira Khaeruddin	Perempuan	20	2022
83	Shelsa Kurniastuty	Perempuan	22	2022
84	Yusfikarani	Perempuan	21	2022
85	Wartika putri	Perempuan	20	2022

**Tabulasi Data Hasil Instrumen Variabel X1 (Literasi Keuangan Digital)**

No	LKD1	LKD2	LKD3	LKD4	LKD5	LKD6	LKD7	LKD8	TOTAL LKD
1	4	4	4	4	3	3	3	3	28
2	5	4	3	5	2	4	5	5	33
3	5	5	5	5	4	4	3	5	36
4	4	4	3	4	3	3	3	3	27
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	3	4	4	4	3	4	29
8	2	3	5	5	4	3	3	4	29
9	4	3	3	5	4	5	3	2	29
10	5	5	5	5	4	4	5	5	38
11	3	4	3	3	4	3	3	3	26
12	4	4	3	4	4	3	3	3	28
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	5	5	5	5	5	5	5	4	39
15	5	3	2	3	4	2	2	2	23
16	5	4	3	4	4	3	4	3	30
17	3	4	3	4	3	3	3	3	26
18	5	4	5	4	4	4	5	4	35
19	3	3	3	5	3	2	4	3	26
20	4	5	3	4	3	3	3	4	29
21	5	5	5	5	5	3	5	5	38
22	5	4	3	5	4	3	3	4	31
23	4	4	4	4	4	4	4	3	31
24	3	4	4	4	4	3	4	4	30
25	4	5	3	4	4	4	3	3	30
26	4	4	5	4	4	2	3	3	29
27	4	5	4	5	3	3	3	5	32
28	3	4	4	4	4	3	3	3	28

<b>29</b>	5	5	3	5	5	3	3	5	<b>34</b>
<b>30</b>	4	4	4	4	4	4	2	4	<b>30</b>
<b>31</b>	4	3	3	4	4	4	3	3	<b>28</b>
<b>32</b>	5	5	4	5	5	4	3	3	<b>34</b>
<b>33</b>	3	4	4	5	4	4	2	3	<b>29</b>
<b>34</b>	4	4	3	4	4	3	2	2	<b>26</b>
<b>35</b>	4	4	3	4	4	3	3	3	<b>28</b>
<b>36</b>	4	5	4	4	5	4	5	4	<b>35</b>
<b>37</b>	4	5	3	5	4	4	3	4	<b>32</b>
<b>38</b>	4	5	4	5	4	3	3	3	<b>31</b>
<b>39</b>	5	5	4	4	4	3	2	4	<b>31</b>
<b>40</b>	4	5	4	5	5	3	4	4	<b>34</b>
<b>41</b>	4	5	3	5	3	3	3	4	<b>30</b>
<b>42</b>	4	4	4	4	4	3	4	4	<b>31</b>
<b>43</b>	5	5	4	4	3	3	4	4	<b>32</b>
<b>44</b>	4	3	3	5	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>45</b>	3	3	4	3	4	3	3	4	<b>27</b>
<b>46</b>	4	4	4	5	4	4	3	4	<b>32</b>
<b>47</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>24</b>
<b>48</b>	4	5	4	4	4	4	3	4	<b>32</b>
<b>49</b>	4	5	4	4	5	5	5	5	<b>37</b>
<b>50</b>	4	4	3	4	3	3	2	3	<b>26</b>
<b>51</b>	3	3	3	4	3	3	3	3	<b>25</b>
<b>52</b>	4	5	3	5	4	3	4	4	<b>32</b>
<b>53</b>	3	4	5	5	4	5	3	5	<b>34</b>
<b>54</b>	3	4	3	3	3	3	3	3	<b>25</b>
<b>55</b>	4	5	3	5	5	4	2	4	<b>32</b>
<b>56</b>	3	4	3	4	4	5	4	4	<b>31</b>
<b>57</b>	4	4	3	4	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>58</b>	5	4	5	5	5	5	5	5	<b>39</b>

<b>59</b>	5	4	4	5	4	4	3	4	<b>33</b>
<b>60</b>	4	4	3	5	5	4	4	4	<b>33</b>
<b>61</b>	4	5	3	4	4	4	3	3	<b>30</b>
<b>62</b>	3	4	4	4	3	3	3	4	<b>28</b>
<b>63</b>	3	4	3	4	4	3	3	3	<b>27</b>
<b>64</b>	4	4	3	3	5	3	4	3	<b>29</b>
<b>65</b>	3	4	3	5	3	3	3	3	<b>27</b>
<b>66</b>	1	4	1	4	3	3	3	2	<b>21</b>
<b>67</b>	4	5	3	4	4	3	4	3	<b>30</b>
<b>68</b>	4	5	3	4	4	3	3	3	<b>29</b>
<b>69</b>	4	5	5	5	5	4	4	4	<b>36</b>
<b>70</b>	4	4	4	4	4	4	3	4	<b>31</b>
<b>71</b>	3	4	3	4	4	3	3	3	<b>27</b>
<b>72</b>	4	3	3	4	4	3	3	3	<b>27</b>
<b>73</b>	4	5	4	5	4	3	2	3	<b>30</b>
<b>74</b>	4	4	3	4	3	4	3	4	<b>29</b>
<b>75</b>	3	4	4	4	3	3	3	4	<b>28</b>
<b>76</b>	3	5	4	5	5	5	3	3	<b>33</b>
<b>77</b>	4	3	3	3	3	3	3	4	<b>26</b>
<b>78</b>	4	4	3	4	4	3	2	3	<b>27</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	3	3	2	4	<b>28</b>
<b>80</b>	4	4	4	4	5	4	3	3	<b>31</b>
<b>81</b>	4	5	4	4	4	4	3	4	<b>32</b>
<b>82</b>	3	5	3	5	4	3	4	3	<b>30</b>
<b>83</b>	4	4	3	4	4	3	3	3	<b>28</b>
<b>84</b>	4	5	3	5	5	5	5	3	<b>35</b>
<b>85</b>	4	4	4	5	3	3	3	4	<b>30</b>

**Tabulasi Data Hasil Instrumen Variabel X2 (Gaya Hidup)**

No	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	TOTAL GH
1	3	4	3	4	4	3	3	24
2	2	5	3	2	5	1	5	23
3	3	4	4	4	4	2	2	23
4	2	4	3	4	3	2	3	21
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	4	4	4	4	4	3	3	26
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	2	3	3	4	4	2	3	21
9	2	4	3	4	3	2	3	21
10	1	2	3	2	4	1	2	15
11	2	4	3	5	4	3	2	23
12	4	4	4	5	3	2	2	24
13	5	5	5	5	5	5	5	35
14	4	4	5	4	5	3	3	28
15	1	2	3	4	2	1	2	15
16	5	5	3	4	4	3	4	28
17	3	4	3	3	3	3	4	23
18	4	4	3	3	4	3	4	25
19	4	4	4	4	5	5	5	31
20	2	3	3	4	4	2	2	20
21	5	5	4	4	5	5	5	33
22	3	4	3	5	5	3	3	26
23	4	4	4	4	3	4	4	27
24	3	4	3	4	4	2	3	23
25	2	3	3	4	4	2	4	22
26	4	4	3	5	3	3	2	24
27	3	4	4	2	4	3	4	24
28	2	3	3	4	3	3	3	21

<b>29</b>	1	2	3	5	4	1	3	<b>19</b>
<b>30</b>	2	4	4	4	4	2	4	<b>24</b>
<b>31</b>	3	3	3	3	5	3	3	<b>23</b>
<b>32</b>	2	4	3	4	3	1	3	<b>20</b>
<b>33</b>	2	3	2	4	4	1	2	<b>18</b>
<b>34</b>	1	4	3	4	4	1	2	<b>19</b>
<b>35</b>	3	5	3	4	5	2	3	<b>25</b>
<b>36</b>	4	4	3	4	4	4	4	<b>27</b>
<b>37</b>	2	4	4	5	4	1	1	<b>21</b>
<b>38</b>	4	4	3	3	4	2	4	<b>24</b>
<b>39</b>	3	4	3	5	4	2	3	<b>24</b>
<b>40</b>	1	3	3	4	4	1	2	<b>18</b>
<b>41</b>	1	4	2	4	5	2	3	<b>21</b>
<b>42</b>	2	4	2	5	5	2	4	<b>24</b>
<b>43</b>	2	2	3	4	3	2	2	<b>18</b>
<b>44</b>	3	4	3	4	3	3	3	<b>23</b>
<b>45</b>	4	4	4	4	4	4	4	<b>28</b>
<b>46</b>	2	3	3	5	5	3	3	<b>24</b>
<b>47</b>	2	2	3	3	4	1	2	<b>17</b>
<b>48</b>	2	4	4	4	4	2	3	<b>23</b>
<b>49</b>	1	4	4	5	3	2	2	<b>21</b>
<b>50</b>	3	4	3	4	5	2	3	<b>24</b>
<b>51</b>	2	4	4	4	4	2	2	<b>22</b>
<b>52</b>	2	3	3	3	4	3	3	<b>21</b>
<b>53</b>	5	5	4	4	5	5	5	<b>33</b>
<b>54</b>	4	4	3	2	2	2	2	<b>19</b>
<b>55</b>	3	4	3	4	3	3	4	<b>24</b>
<b>56</b>	2	2	2	3	3	2	4	<b>18</b>
<b>57</b>	2	4	3	5	5	2	3	<b>24</b>
<b>58</b>	5	5	5	5	5	5	5	<b>35</b>

<b>59</b>	2	4	3	5	4	1	3	<b>22</b>
<b>60</b>	2	2	5	4	2	1	2	<b>18</b>
<b>61</b>	3	3	4	5	4	2	3	<b>24</b>
<b>62</b>	2	4	3	4	3	2	3	<b>21</b>
<b>63</b>	3	4	3	3	3	2	3	<b>21</b>
<b>64</b>	4	5	3	5	5	1	2	<b>25</b>
<b>65</b>	2	2	2	3	4	2	3	<b>18</b>
<b>66</b>	1	1	1	5	5	2	2	<b>17</b>
<b>67</b>	4	4	3	4	4	2	3	<b>24</b>
<b>68</b>	2	3	3	3	2	1	3	<b>17</b>
<b>69</b>	2	3	2	2	2	2	3	<b>16</b>
<b>70</b>	3	3	2	4	4	3	3	<b>22</b>
<b>71</b>	3	4	3	4	4	3	3	<b>24</b>
<b>72</b>	1	1	5	1	5	1	1	<b>15</b>
<b>73</b>	2	4	3	4	4	2	3	<b>22</b>
<b>74</b>	3	4	3	4	4	2	3	<b>23</b>
<b>75</b>	3	3	3	3	3	3	2	<b>20</b>
<b>76</b>	2	5	4	5	5	3	4	<b>28</b>
<b>77</b>	4	4	4	5	4	2	2	<b>25</b>
<b>78</b>	2	3	3	2	4	1	2	<b>17</b>
<b>79</b>	2	2	3	5	3	1	3	<b>19</b>
<b>80</b>	3	4	2	5	3	2	2	<b>21</b>
<b>81</b>	4	4	3	4	4	2	2	<b>23</b>
<b>82</b>	1	5	3	3	5	1	1	<b>19</b>
<b>83</b>	2	4	3	5	4	2	3	<b>23</b>
<b>84</b>	4	5	3	5	5	5	5	<b>32</b>
<b>85</b>	2	2	3	3	2	1	3	<b>16</b>

**Tabulasi Data Hasil Instrumen Variabel Y (Perilaku Konsumtif)**

No	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	TOTAL PK
1	4	5	4	4	3	2	4	3	2	3	3	3	40
2	1	3	2	5	4	5	4	1	5	4	5	5	44
3	4	4	4	4	3	2	2	4	2	2	3	3	37
4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	33
5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
8	4	4	2	3	4	2	2	2	4	4	2	2	35
9	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	36
10	4	5	3	3	2	3	2	2	1	2	1	2	30
11	3	4	4	3	3	2	2	2	2	3	1	3	32
12	2	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	3	30
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	5	5	48
15	3	5	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	23
16	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	42
17	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	36
18	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	44
19	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	54
20	3	3	2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	29
21	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	54
22	3	3	4	4	2	2	3	2	2	3	2	3	33
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
24	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	37
25	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	43
26	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	20
27	4	5	3	3	4	3	5	3	2	3	3	4	42

<b>28</b>	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	<b>37</b>
<b>29</b>	4	4	3	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	<b>36</b>
<b>30</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	<b>48</b>
<b>31</b>	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	<b>41</b>
<b>32</b>	3	3	3	4	3	1	2	2	2	3	3	3	3	<b>32</b>
<b>33</b>	3	4	3	4	2	1	3	2	1	2	2	2	1	<b>28</b>
<b>34</b>	2	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	3	3	<b>29</b>
<b>35</b>	5	5	3	3	2	2	3	4	4	4	3	3	3	<b>41</b>
<b>36</b>	3	3	5	4	3	2	5	3	3	3	3	5	5	<b>42</b>
<b>37</b>	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	<b>18</b>
<b>38</b>	2	3	3	4	3	1	2	2	1	2	3	4	4	<b>30</b>
<b>39</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	<b>34</b>
<b>40</b>	3	3	4	4	4	2	5	2	2	2	3	4	4	<b>38</b>
<b>41</b>	4	3	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	3	<b>29</b>
<b>42</b>	3	4	4	4	2	2	4	2	3	4	2	3	3	<b>37</b>
<b>43</b>	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	<b>28</b>
<b>44</b>	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	<b>34</b>
<b>45</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>37</b>
<b>46</b>	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	<b>40</b>
<b>47</b>	1	3	3	1	2	3	4	3	5	3	1	3	3	<b>32</b>
<b>48</b>	3	4	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	<b>33</b>
<b>49</b>	5	4	4	5	5	4	4	2	3	3	2	4	4	<b>45</b>
<b>50</b>	3	3	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	<b>30</b>
<b>51</b>	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	2	3	3	<b>29</b>
<b>52</b>	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	<b>35</b>
<b>53</b>	5	5	5	4	5	4	3	4	3	3	4	5	5	<b>50</b>
<b>54</b>	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	3	<b>28</b>
<b>55</b>	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	<b>39</b>
<b>56</b>	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	<b>31</b>
<b>57</b>	4	4	3	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	<b>34</b>

<b>58</b>	3	3	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	<b>22</b>
<b>59</b>	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	3		<b>30</b>
<b>60</b>	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3		<b>24</b>
<b>61</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4		<b>35</b>
<b>62</b>	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4		<b>44</b>
<b>63</b>	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3		<b>36</b>
<b>64</b>	5	4	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3		<b>36</b>
<b>65</b>	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3		<b>31</b>
<b>66</b>	2	2	5	5	5	4	5	3	2	5	3	3		<b>44</b>
<b>67</b>	4	4	3	4	2	2	3	2	2	3	2	4		<b>35</b>
<b>68</b>	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3		<b>30</b>
<b>69</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		<b>36</b>
<b>70</b>	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3		<b>35</b>
<b>71</b>	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3		<b>33</b>
<b>72</b>	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		<b>12</b>
<b>73</b>	4	5	3	4	4	2	4	3	3	3	3	5		<b>43</b>
<b>74</b>	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4		<b>43</b>
<b>75</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		<b>36</b>
<b>76</b>	4	5	3	5	3	1	4	2	4	3	2	3		<b>39</b>
<b>77</b>	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3		<b>27</b>
<b>78</b>	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	2	2		<b>32</b>
<b>79</b>	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	3		<b>31</b>
<b>80</b>	5	5	3	3	1	2	5	2	3	3	3	5		<b>40</b>
<b>81</b>	5	5	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2		<b>36</b>
<b>82</b>	3	3	4	2	3	1	2	1	1	3	1	3		<b>27</b>
<b>83</b>	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3		<b>34</b>
<b>84</b>	3	3	4	5	5	4	5	5	4	3	3	5		<b>49</b>
<b>85</b>	3	3	2	3	2	1	2	1	1	2	1	2		<b>23</b>

### Lampiran 3

#### Hasil Perhitungan SPSS

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations										
	LKD1	LKD2	LKD3	LKD4	LKD5	LKD6	LKD7	LKD8	TOTAL LKD	
LKD1	Pearson Correlation	1	.510**	.540**	.298	.634**	.415*	.123	.306	.745**
	Sig. (2-tailed)		.004	.002	.110	<.001	.022	.516	.100	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD2	Pearson Correlation	.510**	1	.251	.312	.307	.138	.123	.395*	.585**
	Sig. (2-tailed)	.004		.181	.093	.099	.466	.516	.031	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD3	Pearson Correlation	.540**	.251	1	.361*	.559**	.351	-.072	.571**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.002	.181		.050	.001	.057	.705	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD4	Pearson Correlation	.298	.312	.361*	1	.215	.000	-.122	.151	.425*
	Sig. (2-tailed)	.110	.093	.050		.255	1.000	.522	.427	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD5	Pearson Correlation	.634**	.307	.559**	.215	1	.277	.185	.459*	.716**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.099	.001	.255		.139	.327	.011	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD6	Pearson Correlation	.415*	.138	.351	.000	.277	1	.431*	.445*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.022	.466	.057	1.000	.139		.017	.014	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD7	Pearson Correlation	.123	.123	-.072	-.122	.185	.431*	1	.450*	.438*
	Sig. (2-tailed)	.516	.516	.705	.522	.327	.017		.013	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LKD8	Pearson Correlation	.306	.395*	.571**	.151	.459*	.445*	.450*	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.100	.031	<.001	.427	.011	.014	.013		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL LKD	Pearson Correlation	.745**	.585**	.720**	.425*	.716**	.618**	.438*	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	.019	<.001	<.001	.015	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	8

		Correlations							
		GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	TOTAL GH
GH2	Pearson Correlation	1	.542**	.340	.194	.101	.675**	.601**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.002	.066	.304	.596	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH3	Pearson Correlation	.542**	1	.341	.461*	.392*	.590**	.633**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.002		.065	.010	.032	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH4	Pearson Correlation	.340	.341	1	.188	.040	.548**	.355	.553**
	Sig. (2-tailed)	.066	.065		.319	.832	.002	.054	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH5	Pearson Correlation	.194	.461*	.188	1	.470**	.115	.187	.526**
	Sig. (2-tailed)	.304	.010	.319		.009	.546	.322	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH6	Pearson Correlation	.101	.392*	.040	.470**	1	.191	.135	.458*
	Sig. (2-tailed)	.596	.032	.832	.009		.311	.478	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH7	Pearson Correlation	.675**	.590**	.548**	.115	.191	1	.739**	.827**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	.546	.311		<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
GH8	Pearson Correlation	.601**	.633**	.355	.187	.135	.739**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.054	.322	.478	<.001		<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL GH	Pearson Correlation	.757**	.838**	.553**	.526**	.458*	.827**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	.003	.011	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	7

Correlations														
	PK3	PK4	PK5	PK6	PK7	PK8	PK9	PK10	PK11	PK12	PK13	PK14	TOTAL PK	
PK3	Pearson Correlation	1	.675**	.084	.161	.485**	.399*	.372*	.440*	.645**	.484**	.370*	.386*	.647**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.658	.395	.007	.029	.043	.015	<.001	.007	.044	.035	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK4	Pearson Correlation	.675**	1	.088	.174	.238	.214	.069	.279	.406*	.128	.151	.285	.425*
	Sig. (2-tailed)	<.001		.644	.356	.205	.257	.717	.135	.026	.501	.427	.127	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK5	Pearson Correlation	.084	.088	1	.621**	.580**	.517**	.324	.417*	.365*	.200	.482**	.468**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.658	.644		<.001	<.001	.003	.081	.022	.047	.290	.007	.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK6	Pearson Correlation	.161	.174	.621**	1	.544**	.348	.211	.398*	.346	.322	.405*	.272	.558**
	Sig. (2-tailed)	.395	.356	<.001		.002	.060	.264	.029	.061	.082	.026	.147	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK7	Pearson Correlation	.495**	.238	.580**	.544**	1	.750**	.418*	.662**	.605**	.434*	.623**	.517**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.007	.205	<.001	.002		<.001	.021	<.001	<.001	.017	<.001	.003	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK8	Pearson Correlation	.399*	.214	.517**	.348	.750**	1	.509**	.667**	.551**	.264	.540**	.435*	.744**
	Sig. (2-tailed)	.029	.257	.003	.060	<.001		.004	<.001	.002	.158	.002	.016	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK9	Pearson Correlation	.372*	.069	.324	.211	.418*	.509**	1	.810**	.582**	.565**	.602**	.553**	.721**
	Sig. (2-tailed)	.043	.717	.081	.264	.021	.004		<.001	<.001	.001	<.001	.002	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK10	Pearson Correlation	.440*	.279	.417*	.398*	.662**	.667**	.810**	1	.749**	.613**	.624**	.704**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.015	.135	.022	.029	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK11	Pearson Correlation	.645**	.406*	.365*	.346	.605**	.551**	.582**	.749**	1	.692**	.619**	.631**	.854**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.026	.047	.061	<.001	.002	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK12	Pearson Correlation	.484**	.128	.200	.322	.434*	.264	.565**	.613**	.692**	1	.362*	.626**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.007	.501	.290	.082	.017	.158	.001	<.001	<.001	<.001	.049	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK13	Pearson Correlation	.370*	.151	.482**	.405*	.623**	.540**	.602**	.624**	.619**	.362*	1	.551**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.044	.427	.007	.026	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	.049	.002	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PK14	Pearson Correlation	.386*	.285	.468**	.272	.517**	.435*	.553**	.704**	.631**	.626**	.551**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.035	.127	.009	.147	.003	.016	.002	<.001	<.001	<.001	.002	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL PK	Pearson Correlation	.647**	.425*	.598**	.558**	.819**	.744**	.721**	.883**	.854**	.680**	.746**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	.019	<.001	.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	12

## 2. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolieritas, Uji Heterokedastisitas)

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.58365660
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.064
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.011
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.010
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.007
	Upper Bound	.012

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	TOTAL LKD	.850	1.176
	TOTAL GH	.850	1.176

a. Dependent Variable: TOTAL PK

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	-.533	4.197		-.127	.899
	TOTAL LKD	.042	.145	.034	.288	.774
	TOTAL GH	.175	.120	.171	1.457	.149

a. Dependent Variable: Abs\_RES

### 3. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	5.783	6.144		.941	.349
	TOTAL LKD	.254	.212	.116	1.202	.233
	TOTAL GH	.976	.175	.537	5.563	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL PK

### 4. Pengujian Model (Uji Koefisien Determinasi, Uji Hipotesis, Uji F)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.350	.334	6.663

a. Predictors: (Constant), TOTAL GH, TOTAL LKD

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	5.783	6.144		.941	.349
	TOTAL LKD	.254	.212	.116	1.202	.233
	TOTAL GH	.976	.175	.537	5.563	<.001

a. Dependent Variable: TOTAL PK

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1962.706	2	981.353	22.102	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	3640.941	82	44.402		
	Total	5603.647	84			

a. Dependent Variable: TOTAL PK

b. Predictors: (Constant), TOTAL GH, TOTAL LKD



## Lampiran 4

### Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
  
 Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404  
 PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

---

Nomor : B-2992/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025 10 Juni 2025  
 Sifat : Biasa  
 Lampiran : -  
 H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
 Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
 di  
 KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	:	SAFIRA PUTRI REGINA IRWAN
Tempat/Tgl. Lahir	:	PAREPARE, 19 April 2003
NIM	:	2120203861211075
Fakultas / Program Studi	:	Ekonomi dan Bisnis Islam / Manajemen Keuangan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Alamat	:	JL. BASO DG NGERANG NO. 8, 002/001, KELURAHAN UJUNG SABBANG, KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI IAIN PAREPARE (STUDI PADA PRODI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH)

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 11 Juni 2025 sampai dengan tanggal 11 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,  
  
 Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
 NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

## Lampiran 5

### Surat Rekomendasi Penelitian

SRN IP0000632



**PEMERINTAH KOTA PAREPARE**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
*Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpptsp@pareparekota.go.id*

---

**REKOMENDASI PENELITIAN**  
**Nomor : 632/IP/DPM-PTSP/6/2025**

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.  
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.  
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendeklegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

**MENGINZINKAN**

KEPADА	: SAFIRA PUTRI REGINA IRWAN	
NAMA		
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE	
Jurusan	: MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH	
ALAMAT	: JL. BASO DG NGERANG NO. 8 KOTA PAREPARE	
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :	
JUDUL PENELITIAN : <b>PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI IAIN PAREPARE (STUDI PADA PRODI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH)</b>		

DPMPTSP

LOKASI PENELITIAN : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

LAMA PENELITIAN : **23 Juni 2025 s.d 23 Juli 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**  
Pada Tanggal : **24 Juni 2025**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM  
Pembina Tk. 1 (IV/b)  
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : **Rp. 0.00**

---

■ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1  
Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah  
■ Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**  
■ Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPTSP Kota Parepare (scan QRCode)





## Lampiran 6

### Surat Keterangan Selesai Meneliti



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 (0421) 21307 (0421) 24404  
 PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

**SURAT KETERANGAN SELESAI MENELITI**

Nomor: B-3794/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare

Nama	:	Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP	:	197102082001122002
Pangkat / Golongan	:	Pembina Tk. I / IV b
Jabatan	:	Dekan
Instansi	:	Institut Agama Islam Negeri Parepare

menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama	:	SAFIRA PUTRI REGINA IRWAN
NIM	:	2120203861211075
Alamat	:	JL. BASO DG NGERANG NO. 8, 002/001, KELURAHAN UJUNG SABBANG, KECAMATAN UJUNG, KOTA PAREPARE
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Manajemen Keuangan Syariah
Semester	:	VIII (Delapan)
Tahun Akademik	:	2024-2025

Benar yang bersangkutan telah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi pada IAIN Parepare.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 25 Juni 2025

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
 NIP 197102082001122002

## Lampiran 7

### Berita Acara


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Jalan Amal Bakti No. 8 Sorang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404  
 PO Box 909 Parepare 91100, website: [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id), email: [ma@iainpare.ac.id](mailto:ma@iainpare.ac.id)

---

**BERITA ACARA**  
**REVISI JUDUL SKRIPSI**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama	:	SAFIRA PUTRI REGINA IRWAN
N I M	:	2120203861211075
Prodi	:	Manajemen Keuangan Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH DI ERA DIGITAL (STUDI KASUS ANGKATAN 2021-2022 DI IAIN PAREPARE)

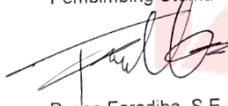
Telah diganti dengan judul baru:

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI IAIN PAREPARE (STUDI PADA PRODI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH)

dengan alasan / dasar: *Dengan alasan fokus kemasasiswa Manajemen Keuangan Syariah Dada angkatan 2021 - 2029*

Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

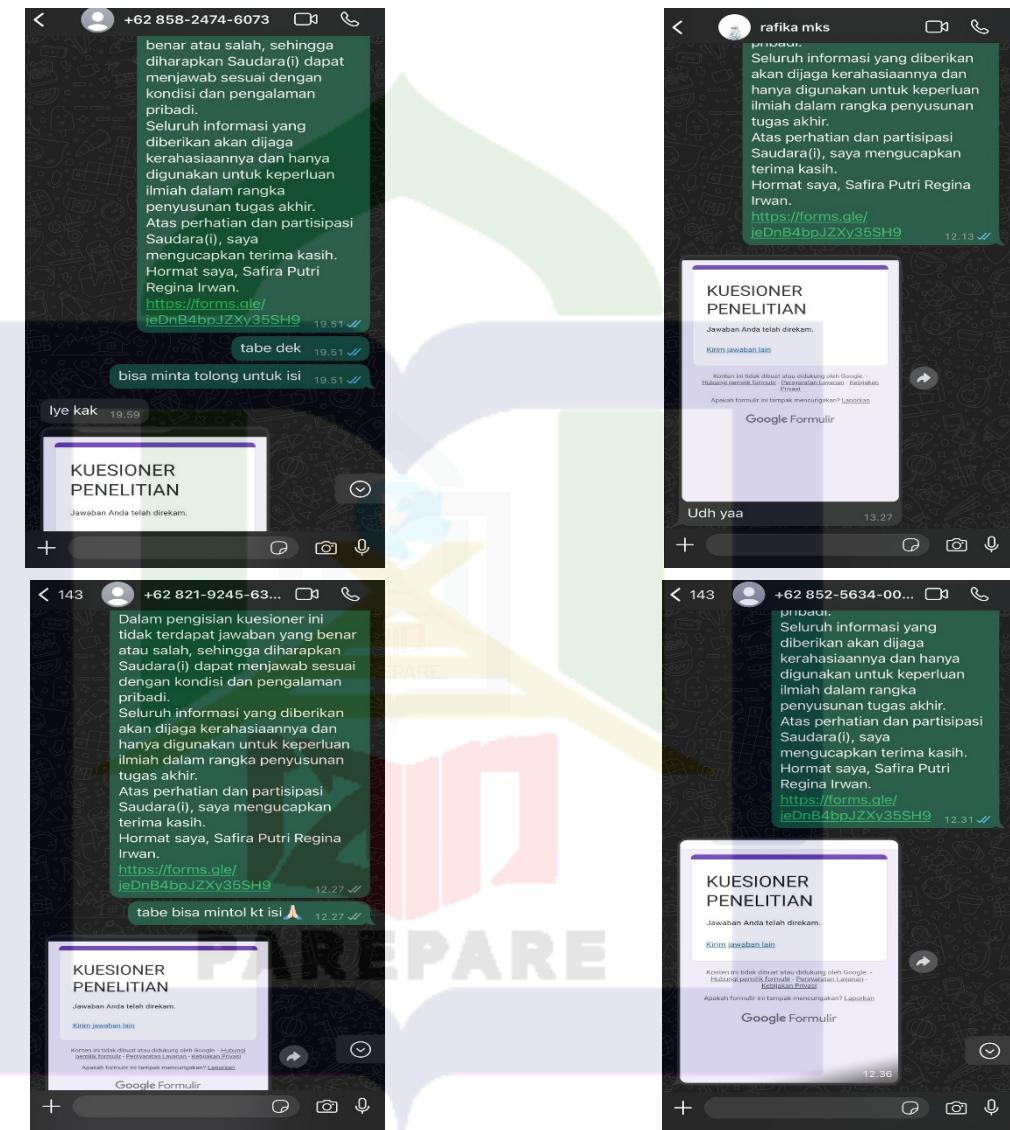
Parepare, 23 Juli 2025

Pembimbing Utama  
  
 Besse Faradiba, S.E., M.M.

  
 Metulifah Muhammadun, M.Ag  
 082001122002

## Lampiran 8

### Dokumentasi



**Lampiran 9****BIODATA PENULIS**

**Safira Putri Regina Irwan**, lahir di Parepare pada tanggal 19 April 2003. Alamat Jl. Baso Dg Ngerang, Kelurahan Ujung Sabbang, Kecamatan Ujung, Kota Parepare. Penulis merupakan Anak ketiga dari 4 bersaudara. Dari pasangan bapak Irwan Husain dan ibu Andi Ros Mangindara. Adapun riwayat pendidikan penulis yaitu pada tahun 2009 mulai masuk Sekolah Dasar di SD Negeri 3 Parepare.

Pada tahun 2015, penulis memasuki jenjang Sekolah Menengah Pertama Negeri di SMP Negeri 2 Parepare. Ditahun 2018, penulis memasuki jenjang pendidikan Sekolah Menengah Atas Negeri di SMA Negeri 1 Parepare. Setelah itu pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikan Strata 1 (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan mengambil Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis menyelesaikan studi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif di IAIN Parepare (Studi Pada Manajemen Keuangan Syariah)”.