

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP HEDONISME, DAN
LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
SISWA UPT SMA NEGERI 5 PAREPARE**



Tesis Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ekonomi (M.E.) pada
Pascasarjana IAIN Parepare

Oleh:

NURHAMIDAH
NIM 2120203860102011

PASCASARJANA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE

TAHUN 2024

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurhamidah
NIM : 2120203860102011
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 28 April 1993
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dengan penuh kesadaran, tesis ini benar adalah hasil karya penyusun sendiri. Tesis ini, sepanjang sepengetahuan saya, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara etika akademik dikutip dalam naskah ini dengan menyertakan sebagai sumber referensi yang dibenarkan. Bukti hasil cek keaslian naskah tesis ini terlampir.

Apabila dalam naskah tesis ini terbukti memenuhi unsur plagiarisme, maka gelar akademik yang saya peroleh batal demi hukum.

Parepare, 24 Januari 2024
Penyusun



NURHAMIDAH
NIM: 2120203860102011

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Penguji penulisan Tesis Saudari Nurhamidah, NIM: 2120203860102011, mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare, Program Studi Ekonomi Syariah, setelah dengan seksama meneliti dan mengoreksi Tesis yang bersangkutan dengan judul: Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare, memandang bahwa Tesis tersebut memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Pembimbing I	:	Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M.	(.....)
Pembimbing II	:	Dr. Firman, M.Pd.	(.....)
Penguji I	:	Dr. H.Suarning, M.Ag.	(.....)
Penguji II	:	Dr. Damirah, S.E., M.M.	(.....)

Parepare, 24 Januari 2024

Diketahui Oleh

Direktur Pascasarjana
IAIN Parepare



Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd. p
NIP. 19720703 199803 2 001

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. berkat hidayah, rahmat, taufik dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar “Magister Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Syariah” Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis, Ibunda Hadidah, S.Pd. dan Ayahanda Amiruddin, S.E. serta saudara-saudariku tercinta berkat doa tulusnya.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan dan menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Hannani, M.Ag., selaku Rektor IAIN Parepare, Dr. H. Saepudin, S.Ag., M.Pd., Dr. Firman, M.Pd., dan Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag., masing-masing sebagai Wakil Rektor dalam lingkup IAIN Parepare, yang telah memberi kesempatan menempuh studi Program Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare.
2. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd selaku Direktur Pascasarjana IAIN Parepare dan Dr. Agus Muchsin, M.Ag selaku Wakil Direktur Pascasarjana IAIN Parepare, yang telah memberikan layanan akademik kepada penulis dalam proses dan penyelesaian studi.
3. Dr. Hj. Syahriyah Semaun, S.E., M.M. dan Dr. Firman, M.Pd. masing-masing sebagai Pembimbing I dan II, dengan tulus membimbing, mencerahkan, dan mengarahkan penulis dalam melakukan proses penelitian hingga dapat rampung dalam bentuk naskah Tesis ini.

4. Dr. H. Suarning, M.Ag. dan Dr. Damirah, S.E., M.M. penguji utama dan penguji pendamping yang telah memberikan saran terkait penelitian ini, sehingga terhindar dari kesalahan penulisan maupun kesalahan penelitian.
5. Staf dan admin Pascasarjana IAIN Parepare yang telah membantu dan memberikan pelayanan yang baik serta support kepada penulis selama studi di IAIN Parepare.
6. Terima kasih kepada seluruh keluarga dan teman-teman dan khususnya yang telah menjadi sahabat saya selama kuliah yakni: Sry Mulyani, Andi Kiki, Arya Nirwansyah Dwi Putra, Eka Dewintara, Nurfadillah, Evi Andriana Hilda, Sarmila, Nur Asih, serta teman-teman Pascasarjana angkatan 2021 yang tak henti-hentinya membantu, memberikan semangat, motivasi dan menjadi inspirasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Semoga Allah swt. Senantiasa memberikan balasan terbaik bagi orang-orang yang terhormat dan penuh ketulusan membantu penulis dalam penyelesaian studi Magister pada Pascasarjana IAIN Parepare, dan semoga naskah Tesis ini bermanfaat. *Amin Ya Rabb al 'Alamin*

Parepare 24 Januari 2024
Penyusun



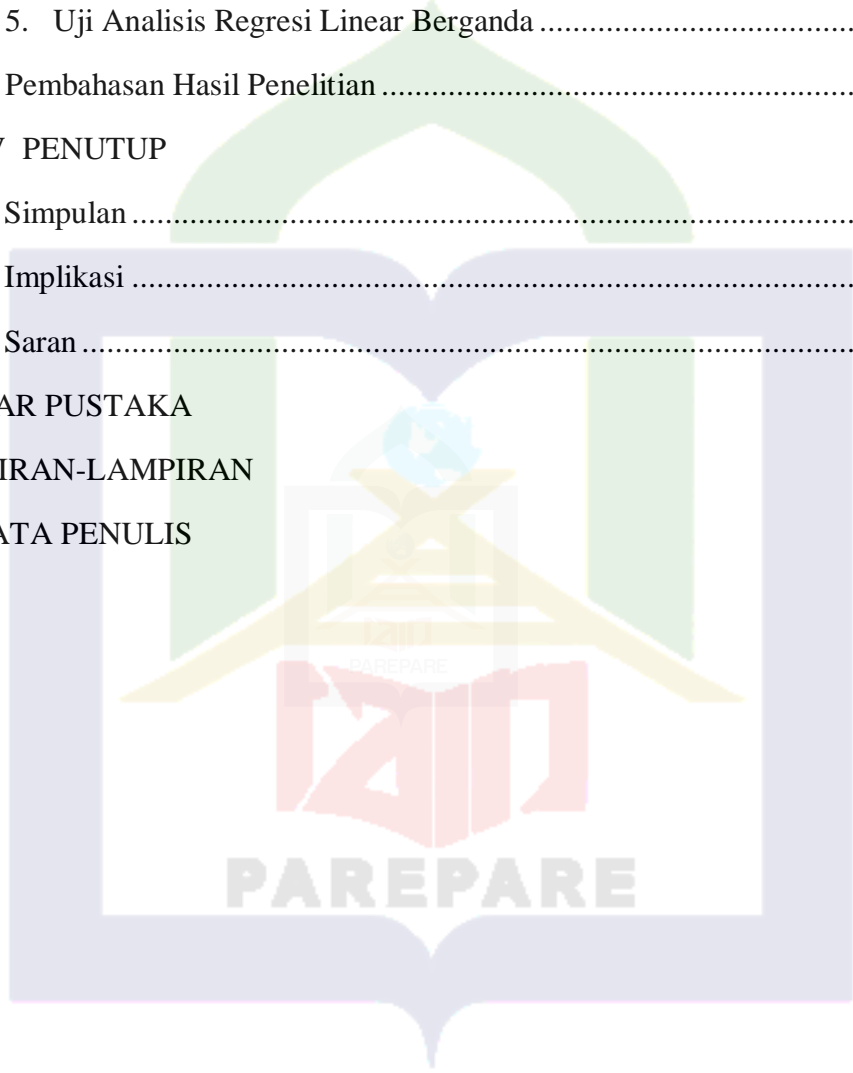
NURHAMIDAH
NIM: 2120203860102011

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xii
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian yang Relevan.....	11
B. Tinjauan Teori.....	20
1. Teori Literasi Keuangan.....	20
2. Teori Gaya Hidup Hedonisme.....	30
3. Teori Lingkungan Sosial.....	37
4. Konsep Perilaku Konsumtif.....	45
C. Kerangka Konseptual.....	56
D. Kerangka Pemikiran.....	57
E. Hipotesis Peneliti.....	58

F. Definisi Operasional Variabel.....	59
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	61
B. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	64
C. Uji Keabsahan Data.....	66
1. Uji Validitas	66
2. Uji Reabilitas.....	67
3. Uji Linearitas.....	66
4. Uji Normalitas	68
D. Teknik Analisis Data	68
1. Uji One Sampel T Test	68
2. Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	69
3. Uji t Parsial	70
4. Uji f Simultan.....	70
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
6. Uji Koefisien Determinasi	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Analisis Deskriptif.....	73
1. Karakteristik Responden	73
2. Deskripsi Jawaban Responden	74
3. Deskripsi Variabel	85
B. Uji Keabsahan Data.....	94
1. Uji Validitas.....	94
2. Uji Reabilitas	96
3. Uji Linearitas	99
4. Uji Normalitas	101
C. Hasil penelitian	103

1. Uji One Sampel T Test	103
2. Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	109
3. Uji t Parsial.....	111
4. Uji f Simultan.....	112
5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	113
D. Pembahasan Hasil Penelitian	116
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	130
B. Implikasi	131
C. Saran	132
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENULIS	



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
3.1	Skala Likert	52
3.2	Skor Klasifikasi	58
3.3	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	59
4.1	Sampel Data Siswa SMA Negeri 5 Parepare	62
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	65
4.4	Jawaban Responden Terhadap Literasi Keuangan (X1)	65
4.5	Jawaban Responden Terhadap Gaya Hidup Hedonisme (X2)	66
4.6	Jawaban Responden Terhadap Lingkungan Sosial (X3)	68
4.7	Jawaban Responden Terhadap Perilaku Konsumtif(Y)	71
4.8	Hasil Tanggapan Responden terhadap (X1)	74
4.9	Hasil Tanggapan Responden terhadap (X2)	76
4.10	Hasil Tanggapan Responden terhadap (X3)	78
4.11	Hasil Tanggapan Responden terhadap (Y)	80
4.12	Hasil Uji Validitas	81
4.13	Hasil Uji Reabilitas	82
4.14	Hasil Uji Linearitas	83
4.15	Hasil Uji Normalitas	85
4.16	Uji One Sampel T Test Literasi Keuangan	87
4.17	Uji One Sampel T Test Gaya Hidup Hedonisme	88
4.18	Uji One Sampel T Test Lingkungan Sosial	90
4.18	Uji One Sampel T Test Perilaku Konsumtif	91
4.20	Hasil Perhitungan Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	92
4.21	Hasil Uji Parsial <i>t</i>	93
4.22	Hasil Uji Simultan <i>f</i>	104
	Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda	105
	Hasil Koefisien Determinasi	107

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Konseptual	44
2.2	Bagan Kerangka Pikir	45
3.1	Paradigma Penelitian	49



DAFTAR LAMPIRAN

No.Lampiran	Judul Lampiran
1	Surat Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian dari Kampus IAIN
2	Surat Izin Penelitian dari DPMPTSP Kota Parepare
3	Surat Telah Meneliti
4	Surat Keterangan Unit Pelaksana Teknis Bahasa IAIN Parepare
5	Surat Validasi Jurnal dari LP2M IAIN Parepare
6	Kisi-kisi Instrumen Kuesioner
7	Lembar Kuesioner
8	Hasil Output SPSS
9	Dokumentasi
10	Riwayat Hidup Penulis



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada halaman berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
ت	ta	t	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	ka dan ha
د	dal	d	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	er
ز	zai	z	zet
س	sin	s	es
ش	syin	sy	es dan ye
ص	sad	s	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	d	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	zet (dengan titik di bawah)
ء	'ain	'	apostrof terbalik
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
هـ	ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	ya	y	ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيَّ	<i>fathah dan ya'</i>	ai	a dan i
اَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauila*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif</i> atau	a	a dan garis di atas
اِي	<i>kasrah dan ya'</i>	i	i dan garis di atas
اُو	<i>dammah dan wau</i>	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *mata*

رَمَى : *rama*

قِيلَ : *qila*

يَمُوتُ : *yamutu*

4. Ta marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* ada dua, yaitu: *ta' marbutah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *d}ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta' marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h]. Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfal*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madinah al-fadilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydi>d)

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 : *rabbana*

نَجَّيْنَا : *najjaina*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمُّ : *nu'ima*

عَدُوُّ : *'aduwwun*

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ىِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

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

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (*az-zalزالah*)

الفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*

الْبِلَادُ : *al-biladu*

7. Hamzah

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

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta'muruna*

النَّوْعُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أُمِرْتُ : *umirtu*

8. Penulisan 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 perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata *al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

9. Lafz} *al-Jalalah* (الله)

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan 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-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa ma Muhammadun illa rasul

Inna awwala baitin wudi 'a linnasi lallazi bi Bakkata mubarakan

Syahru Ramadan al-lazi unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusi

Abu Nasr al-Farabi

Al-Gazali

Al-Munqiz min al-Dalal

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

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hamid Abu Zaid, ditulis menjadi: Abu Zaid, Nasr Hamid (bukan: Zaid, Nasr Hamid Abu)

11. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	=	<i>subha 'nahu' wa ta'ala</i>
saw.	=	<i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>'alaihi al-salam</i>
H	=	Hijrah

M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



ABSTRAK

Nama : Nurhamidah
NIM : 2120203860102011
Judul Tesis : Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare

Perilaku konsumtif remaja saat ini tidak lepas dari keinginan untuk diperhatikan orang lain, baik itu penampilan dan lainnya dan selalu memaksakan diri untuk menjadi setara dengan orang-orang di sekitar mereka. Kebiasaan remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonisme biasanya cenderung kepada memenuhi keinginan dan akan berusaha agar sesuai dengan status social. Tujuan penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare. Faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial sebagai variabel independen sedangkan perilaku konsumtif sebagai variabel dependent.

Metode penelitian menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian *Field Research* (penelitian lapangan). Populasi berjumlah 387 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 80 sampel. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah Kuesioner / Angket.

Hasil penelitian menunjukkan: berdasarkan hasil uji korelasi, diperoleh bahwa Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup (X_2) dan Lingkungan Sosial (X_3) memiliki korelasi atau hubungan dengan Perilaku Konsumtif siswa (Y) dengan masing-masing nilai signifikansi yaitu $0,00 < 0,05$ maka H_1 , H_2 dan H_3 diterima . Nilai Pearson Correlation X_1 terhadap Y yaitu 0,828 yang artinya Tingkat Korelasinya Sangat Kuat. Nilai Pearson Correlation X_2 terhadap Y yaitu 0,610 yang artinya Tingkat Korelasinya Kuat. nilai Pearson Correlation X_3 terhadap Y yaitu 0,683 yang artinya Tingkat Korelasinya Kuat. Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,000 < 0,05$ maka H_4 diterima. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,001 < 0,05$ maka H_5 diterima. Selanjutnya, tidak terdapat pengaruh antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,115 > 0,05$ maka H_6 ditolak. Selanjutnya variabel yang paling dominan mempengaruhi Perilaku Konsumtif adalah variabel Literasi Keuangan dengan nilai 0,868.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Nama : Nurhamidah
NIM : 2120203860102011
Tittle : The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Social Environment on the Consumptive Behavior of Senior High School Students at SMA Negeri 5 Parepare

The consumer behavior of today's teenagers cannot be separated from the desire to be noticed by other people, be it their appearance and so on, and they always force themselves to be equal to the people around them. Usually teenagers who have a hedonistic lifestyle tend to fulfill their desires and will try to conform to their social status. The aim of this research is to provide an overview of the consumptive behavior of students at SMA Negeri 5 Parepare. The influencing factors are financial literacy, hedonistic lifestyle, and social environment as independent variables, while consumptive behavior is the dependent variable.

The research method used is quantitative descriptive research with a Field Research (field study) approach. The population consists of 387 people, with a sample size of 80 samples. Data collection used in the study is a questionnaire/survey.

The research results show: based on the correlation test results, it is obtained that Financial Literacy (X1), Lifestyle (X2), and Social Environment (X3) have a correlation or relationship with Student Consumptive Behavior (Y) with each significance value of $0.00 < 0.05$, then H1, H2, and H3 are accepted. The Pearson Correlation value of X1 to Y is 0.828, meaning the correlation level is very strong. The Pearson Correlation value of X2 to Y is 0.610, meaning the correlation level is strong. The Pearson Correlation value of X3 to Y is 0.683, meaning the correlation level is strong. Based on the t-test results, there is an influence between Financial Literacy on Consumptive Behavior with a value of $0.000 < 0.05$, then H4 is accepted. There is an influence of Lifestyle on Consumptive Behavior with a value of $0.001 < 0.05$, then H5 is accepted. Furthermore, there is no influence between Social Environment on Consumptive Behavior with a value of $0.115 > 0.05$, then H6 is rejected. Furthermore, the most dominant variable influencing Consumptive Behavior is the Financial Literacy variable with a value of 0.868.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Social Environment, Consumptive Behavior

تجريد البحث

الإسم : نور حميدة
رقم التسجيل : ٢٠١١.١٠٠٣٨٦.٢٠٣٨٦.٢٠١٢
موضوع الرسالة : تأثير تمويل محو الأمية، ونمط الحياة والبيئة الاجتماعية للسلوك الاستهلاكي من مدرسة العالية الحكومية ه باربيار

يهدف هذا البحث إلى معرفة مدى تأثير نمط الحياة والبيئة الاجتماعية على السلوك الاستهلاكي في ظل التطور التكنولوجي. ولتحقيق هذا الهدف، تم إجراء بحث ميداني في مدينة باربيار، وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة عشوائية من المجتمع. وقد أظهرت النتائج أن نمط الحياة والبيئة الاجتماعية لهما تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي، حيث أن ارتفاع مستوى الدخل يؤدي إلى زيادة الإنفاق، وكذلك فإن ارتفاع مستوى التعليم يؤدي إلى انخفاض الإنفاق. كما أن البيئة الاجتماعية لها تأثير كبير على السلوك الاستهلاكي، حيث أن الأفراد الذين يعيشون في بيئة اجتماعية جيدة يميلون إلى تبني سلوكيات استهلاكية صحية.

واستطالذ البحث في البحوث الوصيفة الكمية مع مجال الحقل الميداني للبحث (البحوث الميدانية). وبلغ عدد السكان ٣٨٧ شخصاً، مع ما مجموعه ٨٠ عينات. جمع البيانات المستخدمة في البحث هو استبيان/خطط.

وأظهرت النتائج: استناداً إلى نتائج اختبار الشركات، حصل على أن محو الأمية المالية (١×)، ونمط الحياة (٢×) والبيئة الاجتماعية (٣×) كان ارتباطاً أو علاقة مع السلوك العلمي للطالب (ي) مع كل قيمة كبيرة من $0.005 > 0.000$ ، ثم ١ها، 2ها و 3ها قبلت. قيمة بيرسون ارتباط $1 \times$ ضد y قروان هو 0.828 ، وهو ما يعني مستوى الارتباط قوي جداً. قيمة ارتباط بيرسون $2 \times$ ضد y هو 0.610 ، وهو ما يعني مستوى الارتباط قوي. قيمة ارتباط بيرسون $3 \times$ ضد y هو 0.683 ، وهو ما يعني مستوى الارتباط قوي. استناداً إلى نتائج الاختبار ر اقتراح أن هناك تأثير بين محو الأمية المالية إلى السلوك الكومبي مع قيمة $0.000 > 0.005$ ، ثم يتم قبول 4ها. هناك تأثير نمط الحياة على السلوك الكومبي مع قيمة $0.001 > 0.005$ ، ثم يتم قبول 5ها. وعلاوة على ذلك، لا يوجد تأثير بين البيئة الاجتماعية ضد السلوك الاستهلاكي مع قيمة $0.115 < 0.005$ ، ثم يتم رفض 6ها. وعلاوة على ذلك، فإن المتغير الأكثر هيما يؤثر على السلوك الكوكلي هو متغير محو الأمية المالية بقيمة 0.828 .

الكلمات الرئيسية: محو الأمية المالية، ونمط الحياة، والبيئة الاجتماعية والسلوك الاستهلاكي



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia disebut *homo economicus* yang artinya adalah makhluk ekonomi, hal itu disebabkan manusia selalu melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Kebutuhan merupakan sesuatu yang harus dipenuhi yang dapat dilihat berdasarkan skala prioritasnya. Berdasarkan skala prioritas, kebutuhan dibedakan ke dalam tiga tingkatan: kebutuhan primer yaitu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi (sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan), kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan tambahan yang dipenuhi setelah kebutuhan pokok (sepeda motor, TV, telepon seluler), yang terakhir kebutuhan tersier yaitu kebutuhan yang bersifat mewah (perhiasan, mobil). Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya manusia melakukan kegiatan konsumsi.

Perilaku konsumtif adalah kegiatan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan barang yang dibeli tidak didasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan berbelanja, saat ini dengan masifnya penggunaan internet semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai *e-commerce* yang tersedia. Berdasarkan hasil laporan *survey* hasil kolaborasi Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC), mencatat bahwa konsumen berusia 18-25 tahun atau generasi Z yang menjadi penyumbang kedua terbesar terhadap proporsi jumlah transaksi *e-commerce* 2022 yaitu mencapai 25,5%¹. Rentan usia 13-21 termasuk dalam golongan remaja sehingga berdasarkan *survey* di atas menunjukkan bahwa remaja di Indonesia menjadi penyumbang kedua terbanyak dalam hal transaksi *e-commerce*. Remaja berada pada rentang usia 13–21 tahun,

¹ Otoritas Jasa Keuangan, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025.', *OJK*, 2022. h. 69.

yang mana pada usia ini merupakan masa transisi dari anak-anak ke dewasa dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, ia mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal, hal tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif.²

Remaja yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare. Sekolah ini menerapkan sistem sekolah berasrama yang memiliki akreditasi A yang diisi 4 kelas setiap angkatan. Berikut ini tabel data jumlah siswa SMA Negeri 5 Parepare, yaitu sebagai berikut:

KELAS X	PEREMPUAN	LAKI-LAKI	JUMLAH
X. 1	21	12	33
X.2	22	11	33
X.3	21	11	32
X.4	21	11	32
KELAS XI			
XI. 1	29	6	35
XI. 2	32	4	36
XI. 3	19	16	35
XI. 4	15	18	33
KELAS XII			
XII. 1	20	9	29
XII. 2	20	9	29
XII. 3	21	8	29
XII. 4	21	10	31
JUMLAH	262	125	387

Sumber: Data siswa SMA Negeri 5 Parepare

² Okky Dikria and Sri Umi Minarti W, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 09, N (2016). h. 129.

Data di atas rata-rata siswa di SMA Negeri 5 Parepare didominasi oleh perempuan. Tabel di atas juga menunjukkan bahwa SMA Negeri 5 Parepare memiliki 3 angkatan yaitu kelas X, kelas XI dan kelas XII dengan masing-masing angkatan memiliki 4 kelas. Jumlah siswa di SMA Negeri 5 Parepare tahun ajaran 2023 yaitu berjumlah 387 siswa dengan rincian jumlah siswa perempuan sebesar 262 dan jumlah siswa laki-laki sebesar 125 siswa. Siswa di SMA Negeri 5 Parepare tergolong pada usia remaja.

Perilaku konsumtif remaja saat ini tidak lepas dari keinginan untuk diperhatikan orang lain, baik itu penampilan dan lainnya dan selalu memaksakan diri untuk menjadi setara dengan orang-orang di sekitar mereka. Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang dilakukan untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, banyak bermain, serta selalu ingin jadi pusat perhatian.³ Waktu remaja banyak digunakan di sekolah dan berkumpul dengan teman sebaya, secara mereka mengikuti gaya hidup dan trend dari teman sebaya.

Intensitas pergaulan remaja juga ikut dalam memberikan pengaruh baik atau buruk pada anak, sebagian dari remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, dengan itu akan mempengaruhi sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar dari pada pengaruh keluarga. Kebiasaan remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonisme biasanya cenderung kepada memenuhi keinginan dan akan berusaha agar sesuai dengan status sosial, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti jajanan, merek dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi.

³ Asri Handayani and Heru Aulia Azman, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating', *Journal Of Economic Studies*, 3.1 (2019).h.19.

Keterbatasan keuangan dapat menyebabkan depresi dan rendahnya kepercayaan diri. Hedonisme merupakan suatu perilaku yang kerap diterapkan oleh manusia dalam konsumtif, terkhusus untuk mereka yang masih berstatus remaja, karena mereka cenderung merepresentasikan diri melalui gaya konsumsi yang berlebihan sebagai upaya mencapai kesenangan, orang yang menganut aliran hedonis menganggap atau menjadikan kesenangan sebagai tujuan, terkadang tanpa memperhatikan hal-hal yang harus diperhatikan sehingga terjadi kehidupan yang boros.⁴ Golongan remaja tersebut kebanyakan dari mereka belum memperoleh penghasilan, Generasi muda yang sering ditemui dengan meminta uang orang tua mereka untuk membayar setiap pembeliannya. Sifat manusia yang jarang merasa puas akan segala sesuatu yang dimilikinya dan tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Gaya hidup dapat dilihat dari kebiasaan, bahasa, konsumsi terhadap barang dan jasa, dan lain sebagainya. Dalam lingkungan keluarga orang tua sangat berperan penting dalam perkembangan anaknya, salah satu peran orang tua adalah memenuhi kebutuhan baik primer, sekunder, ataupun tersier.

Manusia tidak bisa dipisahkan dari uang dalam kehidupan sehari-hari untuk memenuhi kebutuhannya. Kehidupan *modern* seperti saat ini adalah hal yang sangat berguna. Menggunakan uang merupakan tindakan yang dilakukan oleh semua orang, baik itu oleh anak-anak sampai dengan orang dewasa. Dalam proses penggunaan uang tersebut terdapat perbedaan antara yang satu dengan yang lainnya sehingga ada yang berhasil menggunakan uang dengan baik dan ada juga yang tidak. Oleh karena itu kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan merupakan hal yang sangat penting untuk membuat keputusan yang benar dalam

⁴ Burhanuddin Salam, *Etika Sosial, Asas Moral Dalam Kehidupan* (Jakarta: Renika Cipta, 2002). h.26.

memmbelanjakan uangnya karena tanpa pengelolaan keuangan yang baik maka akan berefek kepada perilaku keuangan yang buruk.⁵

Seorang individu membutuhkan pengetahuan tentang bagaimana mengelola uang dengan baik agar uang dapat digunakan dengan bijak sehingga dapat dialokasikan ke lembaga keuangan. Menurut Kiyosaki sebab utama kemiskinan atau masalah finansial adalah ketakutan dan kebodohan atau ketidaktahuan tentang keuangan jadi bukan soal ekonomi atau pendapatan yang rendah ataupun orang kaya.

Pentingnya mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan dibutuhkan oleh setiap kalangan masyarakat, edukasi mengenai pengelolaan keuangan sudah seharusnya dipelajari sejak dini. Pendidikan di sekolah merupakan tempat yang seharusnya menjadi wadah pembelajaran bagi siswa tentang bagaimana pengelolaan keuangan yang baik karena tanpa pengelolaan keuangan yang baik akan berefek pada masalah kesejahteraan ekonomi masyarakat. Selain itu literasi keuangan juga sangat berperan penting dalam pengelolaan keuangan. *Edukasi financial* adalah proses panjang yang memacu individu untuk memiliki rencana keuangan dimasa depan demi mendapatkan kesejahteraan sesuai dengan pola dan gaya hidup yang dijalani.⁶

Kebutuhan pendidikan anak biasanya menjadi hal terpenting kedua setelah kebutuhan primer yakni, makan, sandang, dan papan. Banyaknya hal-hal baru dalam berekspresi membuat banyak remaja yang menjadikan kebiasaan untuk kepentingan dirinya sendiri tanpa memperhatikan perekonomian dan pendapatan orang tua. Uang saku yang diterima dari orang tua habis digunakan untuk jajan. Pemberian uang saku pun ada yang harian, mingguan, ataupun bulanan. Di SMA

⁵ Peter Garlan Sina, 'Money Lelief Penentu Financial Behavior', *Jurnal Economia*, Vol. 9, No (2013). h. 92.

⁶ Amanita Novi Yushita, 'Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi', *Jurnal Nominal*, Vol. VI. N (2017).

Negeri 5 Parepare merupakan sekolah asrama sehingga kebutuhan para siswa telah dipenuhi oleh sekolah dengan pembayaran iuran sekolah. Namun, tidak menutup kemungkinan para orang tua dapat memberikan uang jajan kepada anaknya. Pemberian uang jajan ini dilakukan secara tidak langsung yaitu dapat melalui layanan ATM yang disiapkan di lingkungan sekolah maupun dapat dititipkan oleh wali kelas masing-masing siswa. Hal ini menunjukkan bahwa para siswa memiliki uang yang dapat meningkatkan jumlah konsumtifnya di dalam asrama, seperti memesan makanan dari luar melalui aplikasi *gofood* maupun memesan pakaian dan perlengkapan lainnya melalui aplikasi belanja online sehingga hal ini dapat memicu siswa memiliki gaya hidup hedonisme maupun memiliki tingkat literasi keuangan yang kurang.

Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat timbul jika seseorang salah dalam pengelolaan keuangannya. Memiliki pengetahuan keuangan adalah sesuatu yang penting untuk menciptakan kehidupan yang sejahtera. Pengelolaan keuangan yang baik didukung dengan literasi keuangan yang baik.

Literasi keuangan membantu remaja dalam hal ini siswa SMA Negeri 5 Parepare dalam mengambil keputusan yang efektif dan tepat tentang penggunaan dan pengelolaan uang. Literasi keuangan juga merupakan kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap, keterampilan, dan perilaku individu yang berhubungan dengan uang serta bisa membedakan yang mana termasuk kebutuhan dan keinginan. Usia remaja seharusnya telah memahami mengenai prinsip keuangan, yaitu membeli barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan, namun hal yang terjadi pada siswa SMA Negeri 5 Parepare lebih memilih untuk membeli barang atau jasa yang diinginkan bukan yang dibutuhkan. Menentukan skala prioritas kebutuhan sangat penting untuk menghindari perilaku konsumtif yang tidak tepat dan rasional dan juga harus memperhatikan kemampuan

keuangan yang dimiliki agar tidak terjadi pengeluaran yang lebih besar jika dibandingkan dengan pendapatan orang tua.

Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan pribadi dibutuhkan individu agar dapat membuat keputusan yang benar dalam keuangan. Literasi keuangan di sini sebagai kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta cara mengatur keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku. Usia remaja diharapkan mampu mengelola keuangannya secara cermat agar menghasilkan keputusan yang tepat dalam penggunaan ataupun alokasi dana yang dimiliki. Pemahaman tentang literasi keuangan diharapkan siswa sebagai golongan yang termasuk remaja dapat mengatur kondisi keuangan mereka secara pribadi dengan tidak berperilaku secara konsumtif. Literasi keuangan akan mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi tidak boros sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.⁷

Perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 5 Parepare juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Lingkungan sosial tempat orang berinteraksi dan melakukan sesuatu bersama-sama. 82% lingkungan sosial merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu atau kelompok untuk melakukan tindakan dan mengubah perilaku konsumtif. Lingkungan sekolah merupakan lingkungan di mana seorang siswa menjalani proses belajar dan menjalani aktivitasnya di sekolah. SMA Negeri 5 Parepare merupakan salah satu sekolah yang menerapkan system sekolah berasrama. Hal ini menyebabkan lingkungan sekolah dan lingkungan asrama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif siswanya.

Seorang siswa yang terjebak di lingkungan sosial dengan gaya serta perilaku hedon yang berlebihan maka akan semakin cenderung untuk mengikuti gaya tersebut, hal ini disebabkan karena adanya rasa gengsi atau malu pada siswa

⁷ A. N Fauzia and Nurdin, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif', *Akademika Unisba*, Vol.5 (2019).h. 80.

sehingga semakin baik lingkungan sosial tempat siswa menempuh pendidikan maka akan semakin baik pula perilaku keuangan seorang siswa, begitupun sebaliknya semakin buruk lingkungan sosial maka akan semakin cenderung terjadi keburukan perilaku pengelolaan keuangan pada siswa. Berdasarkan beberapa masalah di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 5 Parepare.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas sub permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
2. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
3. Apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
4. Apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
5. Apakah ada pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
6. Apakah ada pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?
7. Apakah literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
2. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
3. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
6. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
7. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.

Selain itu di atas, penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi perpustakaan IAIN Parepare.

1) Kegunaan Teoritis

- a. Diharapkan hasil dari penelitian dapat digunakan sebagai referensi, rujukan, bahan acuan, bagi siapapun yang ingin mengangkat penelitian yang serupa atau riset di masa yang akan datang .

- b. Memberikan pengetahuan dan sumber informasi mengenai gambaran nyata pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif.
- c. Dipergunakan sebagai pembandingan untuk penelitian selanjutnya, baik dalam metode, model, cara analisis maupun hasil penelitiannya.

2) Kegunaan Praktis

- a. Bagi peneliti, Penelitian diharapkan dapat membuka wawasan dalam konsentrasi ekonomi fokus terhadap pengembangan pengetahuan terhadap literasi keuangan yang dapat membantu mengelola keuangan.
- b. Bagi Masyarakat, Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi semua kalangan mengenai pengelolaan keuangan anak generasi milenial agar kiranya anak generasi milenial paham tentang bagaimana mengatur dan mengelola keuangan dengan baik, diharapkan dapat menambah wawasan generasi Z mengenai pengelolaan keuangan.
- c. Bagi Akademisi, Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan untuk peneliti selanjutnya dan landasan ilmu serta menjadikan pertimbangan untuk diterapkan dalam dunia pendidikan yang ada di Indonesia sebagai solusi terhadap permasalahan yang ada khususnya dalam bidang keuangan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Yang Relevan

Penelitian relevan yang diangkat dalam penelitian ini yang dijadikan acuan perbandingan adalah sebagai berikut :

1. Irma Riana dengan judul Penelitian: “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif pada Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial baik secara parsial maupun secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada wanita karir di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis. Populasi dalam penelitian ini adalah wanita karir di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis yang berjumlah 528, sedangkan sampel menggunakan metode peneliti menentukan pengambilan sampel dengan menetapkan ciri-ciri khusus dan dihitung dengan rumus slovin, maka sampel yang diperoleh sebanyak 85 orang. Pengumpulan data penelitian melalui observasi, wawancara, tes, kuesioner, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS Versi 20,0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, 2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, 3) lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, 4) Literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial secara

bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada wanita karir di lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis.⁸

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek penelitiannya yaitu penelitian terdahulu mengambil objek penelitian di Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu siswa SMA Negeri 5 Parepare. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari pendekatan penelitian, di mana penelitian ini berfokus untuk menganalisa pengaruh antara variabel sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel yang terdapat dalam penelitian ini. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah pada variabel penelitian yang digunakan yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), Lingkungan Sosial (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y). Persamaan selanjutnya terdapat pada metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan program SPSS.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu literasi keuangan yang merupakan variabel *Independen* (X₁) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen* yaitu perilaku konsumtif. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,981 > 0,05$ sedangkan pada penelitian ini diperoleh nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh dan signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Perbedaan yang lain terdapat pada hasil penelitian mengenai hubungan antara variabel *independen* dan variabel *dependen*. Pada penelitian ini selain menganalisis pengaruh tiap-tiap variabel, juga menganalisis tentang hubungan antara variabel *independen*

⁸ Irma Riana, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau, 2020).

dengan variabel *dependen*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial memiliki hubungan yang kuat dengan perilaku konsumtif.

2. Yohanes Maria Vianey Kenale Sada dengan judul penelitian: “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial. Penelitian ini menguji apakah ada pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif S1 yang sedang menempuh pendidikan di PT Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Sampel di penelitian ini adalah mahasiswa program studi akuntansi dan manajemen yang sedang menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Hasil penelitian membuktikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keuangan perilaku, gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, dan lingkungan sosial berpengaruh positif dampak positif pada perilaku keuangan.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada objek penelitiannya, yaitu penelitian terdahulu mengambil objek penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu siswa SMA Negeri 5 Parepare. Selain itu, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu juga dapat dilihat dari variabel dependennya. Pada penelitian terdahulu menggunakan variabel perilaku keuangan sebagai variabel terikatnya, sedangkan penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumtif

⁹ Yohanes Maria Vianey Kenale Sada, ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa’, *Jurnal Literasi Akuntansi*, Vol. 2 No. (2022).

siswa sebagai variabel terikatnya. Perbedaan selanjutnya dapat dilihat dari pendekatan penelitian. Penelitian ini berfokus untuk menganalisa pengaruh antara variabel sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah pada variabel penelitian yang digunakan yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2) dan Lingkungan Sosial (X3).

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu, variabel gaya hidup tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku keuangan dengan nilai signifikansi $0,075 > 0,05$ sedangkan hasil penelitian ini memperoleh nilai signifikansi $0,01 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 5 Parepare. Perbedaan selanjutnya terdapat pada variabel lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan dengan nilai signifikansi $0,040 < 0,05$ sehingga hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku keuangan sedangkan pada penelitian ini menemukan hasil yang berbeda bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,115 > 0,05$.

3. Rika Wahyuni , Hadi Irfani , Isna Asyri Syahrina, dan Rina Mariana dengan judul penelitian: “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan (1) Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online, (2) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online, (3) Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online. Subjek Penelitian yaitu ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey. Populasi

yaitu ibu rumah tangga yang pernah berbelanja online. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Data diolah menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, (2) Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan (3) Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.¹⁰

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel bebas yaitu Gaya Hidup (X1) dan Literasi Keuangan (X2) sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Lingkungan Sosial (X3). Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu mengambil objek penelitian pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu siswa SMA Negeri 5 Parepare. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah pada variabel terikat yang digunakan yaitu Perilaku Konsumtif. Persamaan selanjutnya yaitu menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu nilai signifikansi variabel gaya hidup dengan perilaku

¹⁰ Rika Wahyuni and others, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang', *Jurnal Benefita*, Vol. 4 No.10.22216/jbe.v4i3.4194 (2019).

konsumtif adalah $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,762. Namun, pada hasil penelitian ini nilai signifikansi yang diperoleh pada variabel gaya hidup adalah $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 3,363. Selain itu, persamaan pada hasil penelitian ini terdapat pada variabel literasi keuangan di mana pada penelitian ini maupun penelitian terdahulu variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ namun memiliki nilai koefisien regresi negatif yaitu -6,949.

4. Tiana Funky, Tiara Puspita Sari Vicky F Sanjaya dengan judul penelitian: “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)”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan pembagian kuesioner kepada mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung angkatan 2019. Sampel dari penelitian berjumlah 53 sampel. Semua hipotesis yang diajukan terdukung yaitu gaya hidup berpengaruh positif dengan nilai original sampel (0.747) dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dengan nilai P-value ($0.000 < 0.05$) diwakili oleh indikator aktivitas dan opini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Generasi Z sebagai mahasiswa manajemen bisnis syariah harus dapat memperhatikan kembali tentang pengetahuan literasi keuangan karena pengetahuan literasi keuangan yang baik akan menyelamatkan mahasiswa dari perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif serta signifikan dengan nilai original sampel (-0.316) dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z dengan nilai P-value ($0.036 < 0.05$) diwakili oleh

indikator pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi, asuransi, dan investasi. Menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan literasi keuangan maka semakin rendah pula perilaku konsumtif generasi Z.¹¹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel yang digunakan. Penelitian terdahulu menggunakan 2 variabel bebas yaitu Gaya Hidup (X1) dan Literasi Keuangan (X2) sedangkan pada penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas yaitu Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2) dan Lingkungan Sosial (X3). Perbedaan selanjutnya terletak pada objek penelitiannya, di mana penelitian terdahulu mengambil objek penelitian di Mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah, Uin Raden Intan Lampung, sedangkan pada penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu siswa SMA Negeri 5 Parepare. Persamaan penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah pada variabel terikat yang digunakan yaitu Perilaku Konsumtif.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu nilai signifikansi variabel Gaya Hidup dengan perilaku konsumtif adalah $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,747. Namun, pada hasil penelitian ini nilai signifikansi yang diperoleh pada variabel gaya hidup adalah $0,001 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar 3,363. Perbedaan lain terdapat pada variabel literasi keuangan, pada penelitian terdahulu nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar $0,036 < 0,05$ dengan nilai koefisien -0,316 yang berarti berpengaruh secara negatif sedangkan pada penelitian ini nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai koefisien regresi sebesar -6,949.

¹¹ Tiana Funky and Tiara Puspita Sari 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 Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 1 N.10.46306/vls.v1i1 (2021).

5. Khairinal, Siti Syuhada dan Rissa Stepani Sitinjak dengan judul penelitian: “Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga, terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022.” Penelitian ini bertujuan: (1) Pengaruh langsung media sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga; (2) Pengaruh langsung konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga; (3) Pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif; (4) Pengaruh langsung konformitas terhadap Perilaku Konsumtif; (5) Pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif; (6) Pengaruh media sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga; (7) Pengaruh konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode (*Path Anlisy*s). Subjek adalah Siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi. Populasi 700 siswa dan sampel 254 siswa. Hasil: (1) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar -0,203, (2); tedapat Pengaruh langsung konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar - 0,201; (3) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif sebesar - 0,240; (4) Terdapat pengaruh langsung konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,198; (5) Terdapat pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap stres akademik sebesar -0,240; (6) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Kelaurga sebesar 0,049; (7) Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar 0,048.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat dari metode penelitian yang digunakan yaitu metode (*Path Anlisy*s) merupakan suatu teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis

regresi berganda. Dalam literatur berbahasa Indonesia, teknik ini dikenal juga sebagai analisis lintas atau analisis lintasan. Perbedaan yang lain dapat dilihat pada variabel bebasnya yaitu Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi Keluarga sedangkan penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan lingkungan sosial. Selain itu, perbedaan lain dapat dilihat pada subjek penelitian, yaitu pada penelitian terdahulu mengambil subjek siswa Kelas XI SMKN 1 Kota Jambi, sedangkan penelitian ini mengambil subjek siswa SMA Negeri 5 Parepare. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif siswa.

Perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu terdapat 7 hasil penelitian yaitu (1) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar -0,203, (2); terdapat Pengaruh langsung Konformitas terhadap Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar - 0,201; (3) Terdapat pengaruh langsung Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif sebesar - 0,240; (4) Terdapat pengaruh langsung Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif sebesar 0,198; (5) Terdapat pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap stres akademik sebesar -0,240; (6) Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar 0,049; (7) Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif melalui Pendidikan Ekonomi Keluarga sebesar 0,048 namun, pada penelitian ini hanya terdapat 3 hasil penelitian yang membahas mengenai pengaruh yaitu pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, pengaruh gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif, dan pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif.

B. Tinjauan Teori

1. Teori Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Literasi berasal dari bahasa latin, yaitu literature dan bahasa ingris letter. Literasi merupakan kualitas atau kemampuan melek huruf/ aksara yang di dalamnya meliputi kemampuan membaca dan menulis. Namun lebih dari itu, makna literasi juga mencakup melek visual yang artinya kemampuan untuk mengenali dan memahami ide-ide yang disampaikan secara visual (adegan, video dan gambar).¹²Literasi merupakan kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan keterampilan yang dimiliki dalam hidupnya sehingga pengertian literasi mencakup kemampuan seseorang dalam mengolah dan memahami informasi saat melakukan proses membaca dan menulis.¹³ Literasi secara luas diartikan sebagai kemampuan berbahasa yang mencakup kemampuan menyimak, berbicara, membaca dan menulis serta kemampuan berpikir yang menjadi elemen di dalamnya.¹⁴

Literasi keuangan itu sendiri dapat terjadi apabila seseorang memiliki sekumpulan keahlian dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai suatu tujuan, tetapi masih banyak kita temukan orang yang tidak bisa mengelola keuangannya dengan baik dan membuat keputusan untuk kesejahteraan ekonomi karena kurangnya pengetahuan tentang konsep keuangan. Literasi keuangan merupakan serangkaian pengetahuan keuangan yang berguna untuk meningkatkan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan sehingga dapat terhindar

¹² Nurul Husna Salahuddin, *Maya Khairani Dan Fatmawati, Teras Literasi* (Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019).h. 62.

¹³ Kusumaningtuti S. Soetiono and Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia* (Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018). h. 18.

¹⁴ Ni Nyoman Padmadewi and Luh Putu Artini, *Literasi Di Sekolah Dari Teori Ke Praktik* (Bandung: Nilacakra, 2018).h. 1.

dari masalah keuangan. Tingkat literasi keuangan sangat penting bagi setiap individu, sebab apabila seorang individu memiliki tingkat literasi keuangan yang baik maka individu tersebut akan mampu mengelola keuangannya dengan baik.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menggambarkan dan mendeskripsikan literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan serta produk dan jasanya, yang dituangkan dalam penilaian parameter atau ukuran literasi. Pengungkapan indeks literasi keuangan ini sangat penting untuk melihat kondisi mengenai tingkat ilmu dasar keuangan dan pengetahuan masyarakat terhadap fitur, manfaat dan resiko, hak dan kewajiban mereka sebagai penggunaan produk dan jasa keuangan.

Beberapa penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif.

Literasi keuangan tidak lagi diartikan sebagai kegiatan baca tulis, tetapi memiliki makna yang lebih luas yang mencakup pemahaman yang baik terhadap berbagai aspek kehidupan. UNESCO mengartikan literasi sebagai rangkaian kesatuan dari kemampuan menggunakan kecakapan membaca, menulis, dan berhitung sesuai dengan konteks yang diperoleh dan dikembangkan melalui proses pembelajaran dan penerapan di sekolah, keluarga, masyarakat, dan situasi lainnya yang relevan untuk remaja dan orang dewasa. Pemahaman tentang cakupan literasi telah berkembang, yang meliputi:

- 1) Literasi sebagai suatu rangkaian kecakapan membaca, menulis, berbicara, kecakapan berhitung, kecakapan dalam mengakses dan menggunakan informasi.
- 2) Literasi sebagai praktik sosial yang penerapannya dipengaruhi oleh konteks.
- 3) Literasi sebagai proses pembelajaran dengan kegiatan membaca dan menulis menjadi medium untuk merenungkan, menyelidik, menanyakan dan mengkritisi ilmu serta gagasan yang dipelajari.
- 4) Literasi sebagai teks yang bervariasi menurut subjek, genre, dan tingkat kompleksitas bahasa.¹⁵

Survei yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, bahwa tingkat literasi keuangan pada penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian adalah sebagai berikut¹⁶:

1) *Well Literate*.

Well literate merupakan suatu kondisi di mana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk barang dan jasa keuangan yang terdiri dari fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk barang dan layanan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan sikap, dan perilaku dalam menggunakan produk barang dan layanan jasa keuangan.

2) *Sufficient Literate*.

Sufficient literate merupakan suatu kondisi di mana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk barang dan layanan jasa keuangan yang terdiri dari fitur manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk barang dan layanan jasa keuangan.

¹⁵ Kemendikbud, *Literasi Finansial* (Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017).h. 4.

¹⁶ OJK, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia' (Jakarta: OJK, 2021).

3) *Less Literate*.

Less literate merupakan suatu kondisi di mana seseorang hanya memiliki pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan, produk barang, dan layanan jasa keuangan.

4) *Not Literate*.

Not literate merupakan suatu kondisi di mana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan, produk barang dan layanan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk barang dan layanan jasa keuangan.

b. Manfaat Literasi Keuangan

Otorisasi Jasa Keuangan (OJK) menjelaskan bahwa dengan meningkatnya tingkat literasi keuangan maka akan mendorong dan membantu masyarakat atau konsumen dalam kemampuannya menentukan produk dan mendapatkan jasa layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya serta akan membantu dan menghasilkan peningkatan taraf hidup dan kondisi keuangan menjadi lebih baik (*financially Being*).

Hampir di seluruh negara memberikan perhatian khusus dan harapan yang sangat besar pada peningkatan literasi keuangan masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan.¹⁷ Adapun manfaat literasi keuangan adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Individu, manfaatnya dapat meningkatkan pemahaman tentang produk keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan formal dan terhindar dari aktivitas investasi pada instrumen keuangan yang tidak jelas.
- 2) Bagi Lembaga Keuangan, manfaatnya untuk meningkatkan kompetisi atau tingkat persaingan yang sehat antara lembaga keuangan.

¹⁷ Kusumaningtuti S. Soetiono and Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia* . h. 24.

- 3) Bagi Negara, manfaatnya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, mengurangi ketimpangan pendapatan, dan meningkatkan stabilitas sistem keuangan.

Literasi keuangan juga turut berperan serta terhadap inklusi keuangan, inklusi keuangan merupakan hak setiap orang untuk mendapatkan akses dan layanan penuh dari lembaga keuangan secara tepat waktu, nyaman, informatif, dan terjangkau biayanya, dengan pengorbanan penuh kepada harkat dan martabatnya. Layanan keuangan tersedia bagi seluruh segmen masyarakat, dengan perhatian khusus kepada orang miskin, orang miskin produktif, pekerja migran, dan penduduk di daerah kecil. Inklusi keuangan memberikan mamfaat kepada setiap masyarakat yang membutuhkan dana untuk usaha maupun bagi masyarakat yang ingin memamfaatkan jasa asuransi, tabungan, dan investasi. Melalui adanya inklusi keuangan, maka semakin banyak masyarakat yang dapat menjangkau lembaga penyedia jasa keuangan. Hal tersebut berdampak secara potensial terhadap meningkatnya pertumbuhan ekonomi suatu negara.¹⁸

c. Tujuan Literasi Keuangan

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 76/POJK.07/2016, tujuan Literasi Keuangan adalah:

- 1) Meningkatkan mutu keputusan keuangan seseorang serta.
- 2) Mengubah perilaku serta sikap pengelolaan keuangan seseorang agar bisa lebih baik Agar dapat menunjuk serta menggunakan instansi, jasa serta produk keuangan yang relevan pada kemampuan serta kebutuhan konsumennya ataupun dan masyarakat untuk menggapai kemakmuran.

Dengan begitu literasi keuangan syariah memiliki tujuan utama yakni agar khalayak umum bisa memilih jasa serta produk keuangan syariah yang relevan

¹⁸ Dodi Ahmak Fauzi, *Cerdas Finansial* (Jakarta: Edsa Mahkota, 2016).h. 50-52.

dengan kepentingannya, memahami resikonya serta mengidentifikasi kewajiban dan hak dan jasa serta produk keuangan yang dipilihnya diyakinkan bisa memberikan peningkatan terhadap kesejahteraan berdasarkan pada syariat Islam yang menguntungkan serta halal.

Menurut survei OJK tahun 2013, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia terbagi menjadi 4 bagian, sehingga implementasi literasi keuangan masyarakat itu sendiri sangat dibutuhkan.

- 1) *Well literate* (21,84 %) yaitu mempunyai keyakinan serta pengetahuan terhadap lembaga keuangan dan jasa produk keuangan yang meliputi manfaat, karakteristik, hak, resiko, serta kewajiban yang berkaitan dengan jasa dan produk keuangan serta mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan sehingga dapat diketahui bahwa masyarakat indonesia yang memiliki tingkat literasi paling baik sebesar 21,84% saja.
- 2) *Sufficient literate* (75,69%), yaitu mempunyai keyakinan serta pengetahuan mengenai instansi layanan keuangan dan jasa serta produk keuangan mencakup manfaat, fitur, resiko, kewajiban serta hak yang berkaitan dengan jasa serta produk keuangan sehingga dapat diketahui masyarakat indonesia yang memiliki tingkat literasi dengan pengetahuan yang cukup sebesar 75,69% dengan itu dapat dilihat mayoritas masyarakat indonesia memiliki tingkat literasi di Sufficiet literate.
- 3) *Less literate* (2,06%), yaitu hanya memiliki pengetahuan di mana pengetahuannya itu tentang lembaga keuangan, produk dan jasa keuangan. Tingkat literasi keuangan dengan pengetahuan yang kurang, di mana masyarakat hanya memiliki pengetahuan tanpa memiliki keterampilan tentang fitur, manfaat, hak, kewajiban, serta resiko dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

4) *Not literate* (0,41%) yakni tidak memiliki kepercayaan serta pengetahuan terhadap lembaga layanan keuangan, produk serta jasanya dan tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan jasa serta produk keuangan. Dapat dilihat bahwa masih ada masyarakat Indonesia yang sama sekali tidak mengetahui dan tak percaya terhadap lembaga keuangan¹⁹.

Keberadaan literasi masyarakat yang besar pada lembaga keuangan syariah maka konteks ini nantinya menciptakan masyarakat supaya bisa memahami karakteristik serta juga manfaat yang terdapat dalam instansi keuangan agar masyarakatnya tidak dapat terjebak secara mudah kepada kegiatan berinvestasi yang tidak syariah atau investasi yang jauh dari nilai-nilai Islam serta dapat memanfaatkan karakteristik yang disediakan pada instansi keuangan syariah contohnya perbankan syariah atau pasar permodalan Syariah bahkan hingga lembaga keuangan syariah yang lain yang bisa memberikan bantuan perekonomian kepada khalayak umum supaya bisa memperoleh kemudahan ataupun keberkahan.

d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Kemampuan dan pengetahuan seseorang mengenai keuangan pasti berbeda antara satu individu dengan individu lain dan terdapat banyak faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan seorang, Menurut Ansong dan Gyensare dalam Nujmatul Laili, faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu:

1) Jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu yang berpengaruh dalam hal pengelolaan keuangan. Dari penelitian sebelumnya mengatakan bahwa tingkat literasi keuangan laki-laki jauh lebih baik dari pada tingkat literasi keuangan

¹⁹ Christian Herdinata and Fransisca Desiana Pranatasari, *Aplikasi Literasi Keuangan Bagi Pelaku Bisnis* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020). h. 19.

perempuan. Hal ini disebabkan laki-laki dianggap pandai dalam mengelola keuangan karena lebih mengutamakan pikirannya dalam pengambilan keputusan sedangkan perempuan lebih mengutamakan sikap emosional dalam kegiatan konsumsi. Sehingga inilah yang menyebabkan laki-laki lebih mandiri secara *financial* dan percaya diri dalam pengelolaan keuangan dibandingkan dengan perempuan.

2) Usia

Usia seseorang mengindikasikan banyaknya pengalaman yang diperoleh semasa hidupnya termasuk pengalamannya dalam masalah keuangan sehingga semakin seseorang berpengalaman maka pengambilan keputusan keuangannya akan semakin baik pula.

3) Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan juga mempengaruhi literasi keuangan. Orang yang memiliki tingkat pendidikan strata biasanya akan mengajarkan atau menurunkan pengetahuan tentang keuangan kepada anaknya apalagi jika orang tua tersebut berada pada jalur atau jurusan bidang keuangan karena pengetahuan anak itu turun dari orang tuanya.²⁰

d. Indikator Literasi Keuangan

Pemahaman mengenai literasi keuangan sangat berguna dalam pengambilan keputusan keuangan baik secara kelompok maupun individu dan juga dalam menghadapi persaingan pasar. Pengukuran literasi keuangan pada dasarnya mengkombinasikan antara aspek konseptual dan operasional di antaranya perilaku kesadaran, pengetahuan, keterampilan dari masyarakat yang menjadi subjek dalam mengakses lembaga keuangan dalam melakukan penganggaran, mengelola tabungan, pinjaman atau melakukan investasi sesuai dengan tingkat

²⁰ Hadi Ismanto and Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h. 47.

pemahaman keuangan yang dimiliki. Untuk mengukur pemahaman literasi keuangan seseorang, Hadi Ismanto mengelompokkan beberapa komponen literasi keuangan di antaranya yaitu:

1. Pengetahuan keuangan

Soetiono dan Setiawan menyatakan bahwa tingkat pengetahuan atau pemahaman berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan formal, produk dan layanan jasa lembaga keuangan, pengetahuan terkait dengan karakteristik produk.

2. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan berhubungan dengan tujuan menggunakan produk dan upaya mencapai tujuan keuangan. Menurut Hilgert, menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang akan tampak dari seberapa bagus seseorang mengelola uang kas, mengelola utang, tabungan dan pengeluaran-pengeluaran lainnya.²¹

3. Sikap keuangan

Sikap keuangan berhubungan dengan tujuan keuangan dan penyusunan rencana keuangan pribadi. Financial attitude tercermin dalam enam konsep yaitu:

- a) *Obsession*, merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik.
- b) *Power*, yaitu merujuk pada seseorang yang menggunakan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menurutnya uang dapat menyelesaikan masalah.
- c) *Effort*, merujuk pada seseorang yang merasa pantas memiliki uang dari apa yang sudah dikerjakannya.

²¹ Hadi Ismanto and Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h. 49.

- d) *Inadequacy*, merujuk pada seseorang yang selalu merasa tidak cukup memiliki uang.
- e) *Retention*, merujuk pada seseorang yang memiliki kecenderungan tidak ingin menghabiskan uang.
- f) *Security*, merujuk pada pandangan seseorang yang sangat kuno tentang uang, seperti anggapan bahwa uang lebih baik hanya disimpan sendiri tanpa ditabung di bank atau untuk investasi.

4. Tingkat Keyakinan Keuangan (*confidence*)

Berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga keuangan, produk dan layanan jasa keuangan serta kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan²².

e. Literasi Keuangan Syariah

Perkembangan sistem keuangan Islam selama beberapa dekade terakhir merupakan suatu manifestasi pandangan dunia Islam yang digambarkan menurut syariah atau hukum Islam. Syariah menurut secara harfiah berarti “jalan” atau “jalan menuju tempat air”, “jalan yang jelas untuk diikuti” dan lebih tepat, “jalan yang mengarah ke sumber”. Dengan demikian syariah merupakan seperangkat norma, nilai, dan hukum yang mengatur cara hidup Islam. Syariah adalah keseluruhan ajaran Islam dan sistem Islam, yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad Saw. Menurut Rahim et al. secara konseptual literasi keuangan syariah didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola sumber daya keuangan menurut ajaran Islam selain itu literasi keuangan Islam merupakan kewajiban agama bagi setiap muslim karena hal tersebut membawa implikasi lebih lanjut tentang realisasi Al-Falah (kesuksesan sejati) di dunia dan di akhirat. Literasi keuangan syariah berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk

²² Hadi Ismanto and Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h. 50.

menggunakan pengetahuan keuangan dan kemampuan serta sikap untuk mengelola sumber keuangan agar sesuai dengan ajaran Islam.²³ Prinsip-prinsip keuangan syariah adalah keyakinan pada tuntutan Ilahi, tidak ada riba, tidak ada investasi haram, tidak adanya gharar(ketidakpastian), tidak ada maysir (judi/spekulasi) berbagi risiko dan pembiayaan didasarkan pada asset rill.

2. Gaya Hidup Hedonisme

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan sebuah pola kehidupan seorang individu dalam kehidupan kesehariannya yang bersangkutan dengan minat, pendapatan dan kegiatan yang dilakukannya. Pola kegiatan yang dilakukan oleh seorang individu yang bekerja dan yang tidak bekerja juga akan berbeda. Kegiatan sosial yang dilakukan setiap individu berbeda-beda yang menjadikan terbentuknya gaya hidup yang berbeda untuk setiap individu.²⁴ Pengertian Gaya hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).²⁵

Gaya hidup secara garis besar diartikan sebagai cara hidup yang di identifikasikan dengan bagaimana seseorang menggunakan waktu mereka dalam kegiatan sehari hari (Aktifitas) kemudian apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan hidupnya (Passion), dan sesuatu yang mengendap

²³ Mang Amsi, *Saham Syariah Kelas Pemula*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020). h. 15.

²⁴ Yuniarti V. S., *Perilaku Konsumen* (Jakarta: CV Pustaka, 2015). h. 54.

²⁵ Gary Armstrong and Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* (Jakarta: Prenhalindo, 2002). h. 192.

dalam alam pikir mereka dan juga sekitarnya (Pendapat).²⁶ Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup itu meliputi Aktifitas individu, Ketertarikan individu terhadap sesuatu dan Pendapat yang muncul dari alam pikiran manusia terhadap lingkungannya.

Pendapat lain mengatakan bahwa gaya hidup adalah "gaya hidup yang berhubungan dengan bagaimana seseorang hidup, bagaimana seseorang menghabiskan uangnya, dan bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya". Demikian gaya hidup juga berhubungan dengan apa yang mereka anggap menarik dalam lingkungan hidupnya dan apa saja yang mengendap dalam alam pikir mereka dan lingkungan sekitarnya.²⁷

Gaya hidup menunjukkan bagaimana cara seseorang mengalokasikan pendapatnya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika seseorang memilih alternatif dalam satu kelompok jenis produk yang ada.²⁸ Gaya hidup didefinisikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.²⁹ Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah bagaimana orang berinteraksi dengan lingkungannya dan bagaimana orang bisa membelanjakan uang yang dimilikinya dan bagaimana orang bisa memanfaatkan waktu luang yang mereka miliki.

²⁶ J Setiadi Nugroho, *Prilaku Konsumen* (Jakarta: PT Kencana, 2015). h. 148.

²⁷ Jhon C Mowen and Michael Minor, *Perilaku Konsumsi* (Jakarta: Erlangga, 2009).

²⁸ Suryani T, *Perilaku Konsumen Di Era Internet* (Jakarta: Graha Ilmu, 2013). h. 22.

²⁹ John Mowen and Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002). h. 282.

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu sebagai berikut.³⁰

1) Usia

Usia sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang mewah. Pada usia produktif, seseorang selalu mempunyai ambisi untuk mampu membeli produk yang mereka inginkan dengan citra merek yang baik.

2) Pengalaman

Pengalaman juga sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang tinggi. Pengalaman dari orang lain yang menggunakan barang yang sama sangat berpengaruh kepada konsumen, kemudian pengalaman yang dibuat oleh merek suatu produk juga akan berpengaruh pada minat beli konsumen.

3) Ekonomi

Tingkat ekonomi jelas menjadi faktor seseorang untuk menentukan gaya hidup karena dengan tingkat ekonomi yang tinggi konsumen akan memiliki ambisi untuk membeli produk dengan brand image yang bagus.

4) Lingkungan

Lingkungan yang sangat berperan untuk mempengaruhi seseorang untuk membeli produk yang bagus. Pengalaman keluarga dan kerabat menggunakan produk yang sama selalu menjadi referensi konsumen untuk menggunakan produk yang sama.

5) Kebutuhan

Bagi kalangan yang memiliki gaya hidup menengah keatas, kebutuhan merupakan alasan terakhir konsumen untuk membeli produk. Kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.

³⁰ Narwoko J. Dwi and Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar Dan Terapan* (Jakarta: Kencana, 2007). h. 183.

b. Pengertian Hedonisme

Hedonisme dapat dikatakan sebagai sifat individu yang melakukan aktivitas untuk menghasilkan kesenangan. Hedonisme dapat dikatakan sebagai pemikiran hidup yang beranggapan bahwa seseorang akan menjadi senang dengan cara mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan menyisihkan perasaan yang menyakitkan. Konsumsi hedonis merupakan dimensi konsumsi yang dinyatakan dalam kesenangan, kebahagiaan, sensualitas, dan lain-lain. Menurut Saleem *hedonic consumption tendency* atau kecenderungan konsumsi hedonis merupakan sifat yang dimiliki individu untuk terlibat pada kegiatan yang menimbulkan kesenangan saat berbelanja.

Menurut Pattipeilohy *hedonic consumption tendency* adalah pengalaman konsumen dalam berkonsumsi yang orientasinya merujuk dalam kesenangan dan pengalaman yang baru. Ketika seseorang melakukan kegiatan berbelanja dapat didorong oleh sebuah motivasi yang disebut motivasi hedonisme. Motivasi ini tidak hanya berkaitan tentang belanja saja namun termasuk juga kegiatan untuk menghabiskan waktu bersama teman dan mengikuti perkembangan trend terbaru.

c. Pengertian Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Levan's & Linda gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Lebih lanjut menurut Susianto menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.³¹

³¹ Al-Arif and M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012). h. 56.

Menurut Sujanto menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis yang berorientasi pada kesenangan umumnya banyak ditemukan dikalangan remaja. Hal ini karena remaja mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti mobil, pakaian, dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat. Gaya hidup hedonis mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang konsumen. Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan, orang yang semula tidak boros (Hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang yang pemboros. Gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, jadi gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan.³² Ketika melakukan kegiatan berbelanja, terdapat beberapa faktor motivasi belanja hedonis, antara lain:

- 1) *Adventure shopping*. Konsumen berbelanja disebabkan terdapat sesuatu yang bisa membangkitkan gairah belanja sehingga mereka merasa memiliki dunianya sendiri.
- 2) *Social shopping*. Konsumen berbelanja dengan berpikir bahwa kepuasan dapat terbentuk jika berkumpul bersama teman atau keluarga karena dengan itu konsumen mendapat banyak informasi tentang suatu produk.
- 3) *Gratification shopping*. Berbelanja adalah salah satu pilihan alternatif untuk menghilangkan stress, mengembalikan suasana hati yang sedang tidak baik.
- 4) *Idea shopping*. Hal ini konsumen berbelanja karena mengikuti trend model terbaru yang mereka lihat melalui iklan.
- 5) *Role shopping*. Konsumen melakukan kegiatan berbelanja karena lebih suka membelanjakan orang lain daripada diri sendiri. Mereka beranggapan dengan

³² J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011). h. 143.

berbelanja yang diberikan kepada orang lain merupakan sesuatu hal yang istimewa.

- 6) *Value Shopping*. Konsumen beranggapan bahwa berbelanja adalah sebuah permainan seperti tawar menawar atau tempat perbelanjaan yang sedang menawarkan diskon.³³

d. Indikator Gaya Hidup Hedonisme

Menurut Sumarwan mengatakan bahwa ada beberapa pengukuran yang menjadi indikator gaya hidup adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan (*Activity*) merupakan suatu hal mengenai apa yang dikerjakan individu, produk apa yang dibeli maupun digunakan, dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang seperti hiburan dan belanja.
- 2) Minat (*Interest*) merupakan suatu objek peristiwa maupun topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus. Minat meliputi kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup individu tersebut. Minat merupakan suatu hal yang dianggap menarik dalam meluangkan waktu dan mengeluarkan uang seperti, fashion, makanan, dan keberhasilan.
- 3) Opini (*Opinion*) merupakan suatu pandangan dan perasaan individu dalam menanggapi isu-isu global, lokal orol ekonomi, dan sosial. Opini juga digunakan dalam mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti diri sendiri dan produk.³⁴

e. Gaya Hidup Hedonis Menurut Islam

Dalam pandangan Islam gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang didasarkan pada kesenangan, kegembiraan dan lainnya yang termasuk

³³ Christina Whidya Utami, *Management Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2014). h. 49-50.

³⁴ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015). h. 68.

didalamnya. Manusia dianggap bahagia apabila dia telah mencapai tingkat kesenangan paling tinggi. Islam sebenarnya memberikan kebebasan kepada umatnya untuk bersenang-senang mencapai kebahagiaan dalam hidupnya namun, dalam mencapai kebahagiaan tersebut Islam melarang umatnya untuk berbuat secara berlebih-lebihan dan boros karena tindakan yang berlebih-lebihan akan menjadikan manusia lupa dan lalai dengan tipu daya dunia.

Dalam Al-Qur'an Allah swt berfirman dalam QS. Al Araf/7: 31

﴿يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾ □

Terjemahnya:

Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”³⁵

Allah tidak merestui orang-orang yang berlebih-lebihan. Islam mengharuskan pemeluknya menjaga penampilan dan kebersihan. Adapun sikap tidak berlebih-lebihan, ilmu pengetahuan modern telah menetapkan bahwa tubuh tidak menyerap semua makanan yang masuk, tetapi hanya mengambil secukupnya, kemudian berusaha membuang yang tersisa lebih dari kebutuhan. Disamping itu, lambung dan alat-alat pencernaan lainnya akan terporsir dan mengalami gangguan begitu sikap berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi makanan dapat menyebabkan kelebihan berat badan. Tubuh menjadi terporsir dan mudah terkena tekanan darah tinggi, gula, dan kejang jantung.³⁶

Pada ayat di atas, Islam mengajarkan kepada kita agar dalam mengeluarkan (membelanjakan) harta, tidak berlebih dan juga tidak kikir atau pelit, karena sifat berlebih-lebihan merupakan sifat yang akan merusak jiwa, harta, dan juga

³⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h. 118.

³⁶ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al- Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al Quran*. (Jakarta: Lentera Hati, 2002) h. 214.

memberikan efek negatif terhadap masyarakat sedangkan kikir atau pelit merupakan sikap yang dapat menahan harta untuk tidak dikeluarkan meskipun untuk kebutuhan yang penting.

Islam memerintahkan agar manusia dalam mengonsumsi segala sesuatu di dunia ini terbatas pada barang atau jasa yang baik dan halal yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka. Mereka juga diperintahkan agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang berusaha menggoda manusia untuk mau mengharamkan sesuatu yang dihalalkan Allah. Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa dalam hal pemanfaatan nikmat dan karunia Allah swt harus dilakukan secara adil dan seimbang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga selain nantinya akan mendapatkan manfaat dari segi material, juga merasakan kepuasan dari segi spiritual.

Gaya hidup dalam ekonomi Islam lebih mengarah kepada efisiensi. Efisiensi yang dimaksud adalah keselarasan antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam memenuhi kebutuhan harus sesuai dengan kadar yang dibutuhkan oleh jasmani, Islam melarang umatnya untuk bertindak secara berlebih-lebihan dan hanya mementingkan kesenangan diri sendiri, bermewah-mewahan dengan menghamburkan hartanya secara boros, tanpa melihat hak orang disekitarnya yang lebih membutuhkan.

3. Lingkungan Sosial

a. Pengertian Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial dapat didefinisikan sebagai interaksi sosial yang terjadi di masyarakat baik secara langsung, misalnya dengan berdiskusi dengan teman, maupun dengan vicarious, yaitu pengamatan individu mengenai apa yang sedang dilakukan atau dikenakan oleh orang lain.³⁷ Lingkungan sosial adalah tempat di

³⁷ J. Paul Peter and Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Edisi Ke-4), Terj. Damos Sihombing (Jakarta: Erlangga, 2000). h. 6.

mana masyarakat saling berinteraksi dan melakukan sesuatu bersama–sama antar sesama maupun dengan lingkungannya. Lingkungan sosial terbagi menjadi beberapa tingkat. Tingkat pertama adalah keluarga, dari keluarga kita diajari cara, sikap, dan sifat untuk berinteraksi dengan orang. Tingkat selanjutnya adalah sekolah, di mana kita bisa mengembangkan pelajaran bersosialisasi. Tingkatan sekolah yang tertinggi ialah perkuliahan, di dalam perkuliahan ini terdapat organisasi–organisasi yang memiliki jangkauan lebih luas dan kita diberikan kebebasan lebih untuk mengungkapkan pendapat kita ke dalam suatu organisasi dan sebagai wadah untuk menyiapkan diri kita untuk terjun ke lingkungan masyarakat lalu ada tingkatan saat kita berada di lingkungan kerja saat kita sudah mulai mandiri dan bisa menyumbangkan apresiasi dan ilmu kita ke dalam bidang pekerjaan yang sesuai dengan kriteria yang ada dalam diri kita, yang kita sukai dan tekuni.³⁸

Tingkatan paling akhir adalah lingkungan masyarakat yang akan kita temui saat kita sudah cukup siap dan dewasa untuk bisa terjun langsung ke dalamnya, kita akan bisa lebih mengetahui bagaimana sikap, sifat dan masalah–masalah di dalam lingkungan masyarakat yang saat berada di tingkat keluarga maupun sekolah belum pernah ditemui dan kita bisa terjun ke dalam masyarakat dengan bekal apa yang kita pelajari dari lingkungan sosial kita terdahulu yaitu keluarga dan sekolah.

Lingkungan sosial dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro. Lingkungan sosial makro didefinisikan sebagai interaksi individu dalam skala besar, baik secara tidak langsung maupun vicarious di antara kelompok–kelompok masyarakat sedangkan lingkungan

³⁸ A.A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumsi, Edisi Revisi, Cet-4* (Bandung: PT Refika Aditama, 2009). h. 4.

sosial mikro didefinisikan sebagai interaksi sosial dalam skala kecil, dalam hal ini interaksi sosial diperoleh langsung dari keluarga dan kelompok referensi.³⁹

Beberapa definisi di atas mengenai lingkungan sosial, maka dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya bermacam-macam interaksi sosial antara anggota keluarga, sekolah dan kelompok masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhan sendiri tanpa membutuhkan bantuan keluarga, teman dan orang lain. Oleh karena itu lingkungan sosial baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan pengaruh dan dampak yang signifikan terhadap manusia lain dalam melaksanakan aktifitas kehidupan sehari-hari baik dalam lingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat.

b. Faktor-Faktor Lingkungan Sosial

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi lingkungan sosial, yaitu:

1) *Mass media.*

Peranan mass media dapat membantu para siswa untuk memberikan edukasi atau pengetahuan. Adanya tayangan pada televisi, website, siaran radio ataupun media lain yang kurang baik dapat mempengaruhi siswa dalam pemikiran mereka sehingga membuat pemikiran mereka lebih dewasa sebelum waktunya dan akibatnya dapat membuat penurunan pada nilai atau hasil belajar para siswa dan sebaliknya apabila siswa memperoleh tayangan yang baik pada media tersebut sehingga dapat menambah pengetahuan siswa maka dapat membantu siswa dalam meningkatkan nilai dalam belajarnya.

2) Teman Bergaul

³⁹ J. Paul Peter and Jerry C. Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*, (Edisi Ke-4), Terj. Damos Sihombing. h. 7.

Teman sebagai lingkungan pergaulan anak yang dapat memberikan pengaruh terhadap pola perilaku mereka. Apabila mereka mendapatkan teman dengan lingkungan yang gemar untuk belajar ataupun melakukan kegiatan positif hal tersebut dapat memberikan pengaruh yang baik pada anak. Begitupun sebaliknya apabila teman bergaul mereka lebih cenderung malas belajar dan lebih sering untuk bermain maka akan memberikan pengaruh yang buruk bagi anak tersebut karena dapat mengakibatkan prestasi belajar mereka menurun.

3) Kehidupan Bermasyarakat

Kehidupan bermasyarakat misalnya jika warganya memiliki kegiatan yang gemar untuk tolong menolong dan gotong royong maka akan memberikan pengaruh yang positif untuk anak tersebut namun apabila dalam lingkungan masyarakat memiliki kebiasaan yang lebih suka untuk berbuat hal negatif seperti malas belajar maka akan membuat prestasi belajarnya menurun.

c. *Theory Of Planned Behavior (TPB)*

Seorang ahli Psikologi Sosial Icek Ajzen, telah mengembangkan teori yang sangat penting untuk melihat keterkaitan antara sikap dan perilaku. Bagaimana kemungkinan sebuah sikap terwujud sebagai perilaku, digambarkannya dengan teori yang disebut “teori perilaku yang direncanakan” (*Theory Of Planned Behavior*).⁴⁰ *Theory Of Planned Behavior (TPB)* dicetuskan oleh Icek Ajzen pada tahun 1985 melalui artikelnya “*From intentions to actions : A Theory of planned behavior*”. *TPB* didasarkan pada berbagai teori sikap seperti teori belajar, teori harapannilai, teori-teori konsistensi serta teori atribusi. Teori perilaku yang direncanakan (*Theory Of Planned Behavior*) disingkat dengan *TPB* merupakan pengembangan lebih lanjut dari *Theory of Reasoned*

⁴⁰ Nilan Widyarani, *Psikologi Populer: Kunci Pengembangan Diri* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009). h. 159.

Action (TRA). Dalam psikologi, teori perilaku yang direncanakan adalah sebuah teori tentang hubungan antara keyakinan dan perilaku.⁴¹ *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atau Teori Perilaku yang Direncanakan merupakan teori yang menjelaskan tentang penyebab timbulnya intensi berperilaku. Menurut TPB, intensi berperilaku ditentukan oleh tiga determinan utama, yaitu sikap, norma subjektif, dan control perilaku yang dirasakan. Sampai saat ini, teori ini banyak digunakan dalam bergam keilmuan yang membahas mengenai perilaku dan isu lingkungan.⁴²

Theory Of Planned Behavior yang merupakan pengembangan dari Theory of Reasoned Action dinyatakan bahwa intensi bisa diprediksi dari tiga elemen pembentuk, yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Control perilaku yang dipersepsikan adalah elemen terakhir yang ditemukan sebagai timbulnya intensi dan telah terbukti dapat meningkatkan kemampuan prediksi dari *Theory of Reasoned Action* (TRA). Hal ini disebabkan karena selain sikap dan norma subjektif, perilaku individu juga dipicu oleh non-volitional control, yaitu perasaan individu tentang ada atau tidak adanya sumber daya dan kesempatan yang mendukung.

1) Sikap Lingkungan

Sikap didefinisikan sebagai “*the degree to which a person has a favorable or unfavorable evaluation or appraisal of the behavior in question*”. Individu memiliki sikap cinta lingkungan apabila individu berkeyakinan bahwa perilaku cinta lingkungan memiliki konsekuensi positif bagi dirinya. Oleh karena itu, sikap akan terbentuk setelah individu mengevaluasi dan bersedia menerima manfaat dan biaya yang akan terjadi atas tindakan tertentu. TPB yang digagas

⁴¹ Alfeus Manuntung, *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi* (Malang: Wineka Media, 2018). h. 35.

⁴² Lia Sandra Alimbudiono, *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020). h. 11.

oleh Ajzen merupakan teori yang didasarkan pada model hedonistic manusia, yaitu mengasumsikan bahwa manusia termotivasi untuk menghindari risiko dan mencari rewards. Oleh karena itu, sikap yang akan diwujudkan dalam bentuk perilaku adalah sikap yang telah melalui evaluasi rasional.

2) Norma Subyektif

Norma subyektif merupakan tekanan sosial yang dirasakan dalam melaksanakan atau tidak melaksanakan sebuah perilaku. Dengan kata lain, norma subyektif merupakan opini orang dekat, orang penting yang mempengaruhi keputusan dalam berperilaku dan memotivasi individu dalam memenuhi harapan orang lain. Norma subyektif didasarkan pada pendapat bahwa setiap individu ingin dinilai baik dan ingin diterima oleh masyarakat sekelilingnya. Norma subyektif sering disebut sebagai social norms. Norma ini menunjukkan bahwa pengaruh sosial dipercaya dapat mempengaruhi pemikiran, perasaan dan perilaku seseorang. Melalui interaksi, observasi dan informasi yang diterima, individu membentuk opini dan keyakinan mengenai apayang harus mereka kerjakan dan apakah hal tersebut diterima oleh komunitasnya. Individu menjadi pengikut setia agar mendapatkan pengakuan sosial dan atau menghindari sanksi sosial ataupun agar dapat lebih diterima oleh komunitasnya.

3) Kontrol Perilaku Persepsi

Kontrol perilaku yang dirasakan didefinisikan sebagai perasaan individu tentang kemudahan atau kesulitan yang akan dialaminya dalam melaksanakan perilaku. Control perilaku merupakan control yang dimiliki oleh individu dalam berperilaku ketika individu menilai kondisi eksternal. Dalam TPB, kontrol perilaku yang dirasakan merupakan sesuatu yang menggambarkan tingkat kontrol kehendak internal yang paling rendah. Hal ini timbul karena individu seringkali dipengaruhi oleh tingkat keyakinan dirinya akan kemampuannya

melaksanakan perilaku tersebut. Perasaan keyakinan diri dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam menganalisis ketersediaan sumber daya dan kesempatan yang mendukung perilaku. Ketersediaan sumber daya pendukung bersifat spesifik. Masing-masing perilaku memiliki karakteristik kebutuhan sumber daya yang kadang sulit untuk dipenuhi, namun tidak jarang pula membutuhkan sumber daya yang minim. Selain itu kontrol perilaku juga berhubungan dengan sesuatu yang dirasakan yang seringkali memiliki tingkat relativitas. Sesuatu yang dirasakan sebagai sulit atau mudah berada dalam suatu batasan continuum yang tidak stabil dan akan berubah sesuai dengan kondisi dan situasi. Dalam pemikiran umum, tingkat kepercayaan diri merupakan komponen kognitif untuk mampu mengendalikan masalah dan merupakan aspek fundamental dari pemikiran manusia.

4) Intensi Berperilaku Cinta Lingkungan

Intensi adalah motivasi individu yang secara sadar mengerahkan upaya untuk melakukan suatu perilaku. Intensi merupakan fokus dari TPB yang menunjukkan seberapa keras individu mencoba untuk melaksanakan perilaku dan seberapa besar usaha yang dicurahkan individu dalam mendorong terjadinya perilaku. Meskipun sikap adalah salah satu pemicu pembentuk intensi, namun pemahaman mengenai perbedaan pengertian sikap dan intensi sering kabur. Pada dasarnya, sikap merupakan sesuatu yang bersifat bipolar, misal perasaan yang memiliki dua ekstrim, misalnya suka dan tidak suka, menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sedangkan intensi adalah mengandung dimensi kemungkinan dimana individu dihubungkan dengan perilaku tertentu.⁴³

d. Indikator Lingkungan Sosial

⁴³ Lia Sandra Alimbudiono, *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. h. 13.

Indikator-indikator lingkungan sosial menurut Dewantara⁴⁴ adalah:

- 1) Lingkungan keluarga, meliputi cara orang tua mendidik dan suasana rumah.

Lingkungan keluarga adalah lingkungan yang dialami anak dalam berinteraksi dengan anggota keluarga, baik interaksi secara langsung maupun tidak langsung. Suasana keluarga akan berpengaruh bagi perkembangan kepribadian anak. Anak akan menerima pengaruh dari keluarga berupa cara orang tua mendidik dan suasana rumah.

- 2) Lingkungan Sekolah, meliputi relasi guru dengan siswa dan relasi siswa dengan siswa.

Lingkungan sekolah adalah lingkungan pendidikan formal yang mempunyai peran penting dalam mencerdaskan dan membimbing moral perilaku anak. Lingkungan sekolah digolongkan sebagai pusat pendidikan kedua setelah lingkungan keluarga, sehingga mempunyai fungsi melanjutkan pendidikan keluarga dengan guru sebagai ganti orang tua yang harus ditaati. Lingkungan sekolah meliputi hubungan guru dengan siswa dan hubungan siswa dengan siswa.

- 3) Lingkungan masyarakat, meliputi bentuk kehidupan masyarakat dan teman bergaul.

Lingkungan masyarakat merupakan tempat ketiga setelah lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah, bagi seorang anak yang ingin mendapatkan pendidikan baik pendidikan cara menyelesaikan masalah, tingkah laku maupun moral sehingga akan menjadikan anak tersebut cerdas, terampil dan berbudi pekerti luhur. Lingkungan masyarakat meliputi bentuk kehidupan masyarakat dan teman bergaul.⁴⁵

4. Teori Perilaku Konsumtif

⁴⁴ Dewantara, *Membangun Kepribadian Dan Watak Bangsa Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010). h. 87.

⁴⁵ Dewantara, *Membangun Kepribadian Dan Watak Bangsa Indonesia*. h. 88.

a. Pengertian Konsumtif

Konsumsi merupakan salah satu dari tiga komponen kegiatan ekonomi yang sangat penting dalam menggerakkan roda perekonomian. Tanpa adanya kegiatan konsumsi maka permintaan dan penawaran akan terhambat sehingga memberikan dampak terhadap kegiatan produksi dan distribusi tidak berjalan dengan baik.⁴⁶ Ekonomi konvensional berpandangan bahwa konsumsi merupakan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan, dimana kegiatan ini dilakukan oleh setiap orang, baik secara individu maupun secara kelompok atau masyarakat maupun pemerintah dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan.⁴⁷

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tidak terbatas, dengan melakukan pembelian suatu barang atau jasa yang berlebihan atau secara tidak terencana. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup. Tidak terencananya pembelian disebabkan karena tidak membuat rencana prioritas anggaran belanja yang didasarkan pada skala kepentingannya. Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.⁴⁸ Menurut Samuelson, konsumsi merupakan kegiatan yang menghabiskan utility (nilai guna) barang maupun jasa dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Selanjutnya, samuelson menjelaskan jika terjadi perubahan harga terhadap barang dan jasa tidak akan mempengaruhi pilihan konsumen untuk berpindah kepada barang

⁴⁶ Stephen P. Robbins and Mary Coulter, *Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2016). h. 110.

⁴⁷ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010). h. 68.

⁴⁸ Sukarno Wibowo and Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013). h. 225.

maupun jasa yang lain karena telah memperoleh nilai guna dalam mengonsumsi barang maupun jasa tertentu.⁴⁹

Kegiatan konsumsi sering kali menghadapkan konsumen pada beberapa pilihan, sehingga membentuk suatu pola perilaku konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong, perilaku konsumen atau dikenal juga sebagai consumer behavior merupakan bidang yang mempelajari mengenai karakter-karakter konsumen secara detail dalam memutuskan produk yang akan mereka konsumsi baik dari segi kualitas maupun kuantitas barang tersebut.⁵⁰

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang dipengaruhi faktor-faktor sosiologis dalam kehidupannya untuk mengonsumsi secara berlebihan atau pemborosan. Perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang membuktikan dan menggambarkan untuk mengonsumsi secara berlebihan yang bisa saja barang yang dibeli kurang atau bahkan tidak diperlukan. Hal ini lebih banyak dipicu oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk berbagai hal keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri atau kebutuhan primernya.⁵¹

Menurut Vinna Sri Yuniarti menjelaskan bahwa konsumtif merupakan sebuah tindakan berkonsumsi yang berlebihan dan lebih mementingkan keinginan bukan mementingkan kebutuhan serta kurang memperhatikan skala

⁴⁹ Paul Samuel Son and William D Nordbaus, *Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009). h. 101.

⁵⁰ Philip Kotler and Garry Armstrong, *Marketing An Introduction, 10th Editi* (Indonesia: Perason, 2011). h. 134.

⁵¹ Sukari Mudjjiono and Endah Susilantini, *Perilaku Konsumtif SMA Di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya, 2013). h. 47.

prioritas. Perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang yang mana dalam melakukan kegiatan konsumsi, mereka melakukannya secara berlebihan.⁵²

Pengertian di atas menganggap bahwa perilaku konsumtif dapat merugikan seseorang jika ia tidak bisa mengendalikan dirinya untuk melakukan hal-hal seperti berbelanja hal yang tidak dibutuhkan hanya berdasarkan keinginan saja yang akan mengakibatkan pemborosan. Fenomena perilaku konsumtif bagi generasi Z dapat dikatakan segala sesuatu yang serba instan, tidak menghargai sebuah proses sebelum terjadinya satu pencapaian tertentu dan juga tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan yang baik maka akan memicu perilaku shopaholic yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang.

Berkembangnya perilaku konsumtif muncul karena individu kurang dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan, dan permintaan.⁵³ Perbedaan antara ketiganya yaitu :

1) Kebutuhan (*Human need*)

Kebutuhan adalah segala hal yang harus segera dipenuhi oleh seseorang karena bisa mengganggu kelangsungan hidupnya. Kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Kebutuhan tidak diciptakan oleh masyarakat tetapi merupakan hakikat biologis dari kondisi manusia.

2) Keinginan (*Want*)

Keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Keinginan muncul karena dipicu manusia memiliki hasrat untuk mencoba dan memiliki. Meskipun kebutuhan manusia sedikit tetapi keinginan manusia tidak ada habisnya serta terus diperbaharui oleh kekuatan dan lambang sosial.

⁵² Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015). h. 36.

⁵³ Gary Armstrong and Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*. h. 168.

3) Permintaan (*Demands*)

Permintaan adalah keinginan akan suatu barang /produk yang spesifik dan didukung oleh kemampuan dan ketersediaan daya beli individu. Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan, ataupun permintaan.

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada setiap individu, antara lain ditentukan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku yaitu: sikap, motivasi, dan keterlibatan minat, konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga, dan situasi.

Faktor munculnya perilaku konsumtif menurut Sumartono yaitu:

- 1) Faktor internal yang meliputi motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
- 2) Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, dan referensi serta keluarga.⁵⁴

⁵⁴ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* (Bandung: Alfabeta, 2002). h. 262.

Pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen dalam kegiatan konsumsi berimplikasi pada tujuan untuk memperoleh kepuasan atau nilai guna atas penggunaan barang yang dikonsumsi. Keputusan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut meliputi:

1) Faktor Kebudayaan

Faktor ini memiliki pengaruh yang besar dalam pengambilan keputusan konsumen. Pada faktor ini ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti culture, sub-culture, dan kelas sosial. Kultur (culture) merupakan pentu utama yang mempengaruhi keinginan dan perilaku konsumsi seseorang. Hal ini disebabkan karena manusia akan memilih produk yang mereka gunakan sesuai dengan lingkungan, nilai, persepsi dan perilaku orang yang tinggal disekitar mereka. Berikut, sub-kultur (sub-culture) merupakan bagian yang lebih kecil dari kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Yang terakhir yaitu kelas sosial merupakan tatanan yang teratur dan relatif tetap dalam sebuah masyarakat dimana setiap anggotanya memiliki minat, nilai dan perilaku yang sama.

2) Faktor Sosial

Faktor sosial ikut andil dalam mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor sosial dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok utama dan kelompok rujukan. Kelompok utama merupakan kelompok yang terus melakukan interaksi yang intensif kepada konsumen seperti keluarga, tetangga, teman dan lain sebagainya. Sedangkan kelompok rujukan merupakan kelompok yang secara tidak langsung dapat membentuk sikap seseorang seperti status dan peran yang dijalankan oleh seseorang karena mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat.

3) Faktor Pribadi

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh karakteristik masing-masing konsumen seperti jabatan, lifestyle, kepribadian, kondisi ekonomi, umur, konsep

diri dan perubahan yang terjadi dalam kehidupan konsumen. Setiap konsumen akan melakukan transformasi dalam kehidupan yang menyebabkan perubahan selera dalam mengonsumsi suatu produk. Konsumen yang memiliki pendapatan rata-rata memiliki perilaku konsumsi yang berbeda jika dibandingkan dengan orang yang memiliki pendapatan di atas rata-rata. Sama halnya dengan lifestyle, setiap konsumen akan memiliki preferensi berbeda dalam memilih produk yang akan digunakan sesuai dengan lingkungan disekitar mereka.

4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis merupakan kebutuhan yang ada karena disebabkan oleh kondisi-kondisi tertentu yang dialami oleh konsumen, seperti harga diri, kebutuhan akan validasi dari masyarakat, kebutuhan untuk diterima dalam masyarakat. Selain itu, faktor psikologis juga terbentuk dari persepsi, motivasi, sikap dan kepercayaan konsumen akan suatu produk.⁵⁵

c. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut⁵⁶:

1) Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah.

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

2) Membeli produk karena kemasannya menarik

Pembelian barang yang dilakukan individu karena ketertarikan atas kemasan yang menarik dan unik. Produk yang dibungkus dengan rapi dan

⁵⁵ Gary Armstrong and Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*. h. 144

⁵⁶ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan : Menyerpong Imbas Pesan Iklan Televisi*. h.

menarik akan membuat daya tarik yang lebih kepada konsumen untuk membeli barang tersebut.

- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

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

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

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

- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

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

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

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

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

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

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

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

d. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Manusia tidak bisa terlepas dari kegiatan konsumsi, namun dalam kegiatan konsumsi kita harus memperhatikan prinsip dan etika dalam konsumsi. Ekonomi konvensional dijelaskan bahwa perilaku konsumtif seseorang ditentukan oleh dua nilai dasar yaitu rasionalisme dan utilitarianisme. Kedua nilai dasar ini pada akhirnya akan membentuk suatu perilaku yang hedonis yang menyebabkan konsumen menjadi boros karena dalam ekonomi konvensional rasionalisme dalam ekonomi konvensional dikenal dengan *self interest*. Berkaitan *Self interest*, konsumsi dianggap rasional apabila telah memberikan kenikmatan dan kesenangan, artinya sesuatu yang menyenangkan akan dikejar sedangkan sesuatu yang susah akan ditinggalkannya. Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumtif memiliki tujuan yaitu pencapaian maslahat bukan utilitas. Maslahat sangat diutamakan dalam kegiatan konsumsi yang dilakukan karena tujuan dari konsumsi untuk memperoleh manfaat dan keberkahan bukan berdasarkan nafsu semata. Inilah yang membedakan antara konsumsi ekonomi konvensional dan ekonomi syariah. Dalam QS. Al-Furqan'/25: 67 menerangkan:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahnya:

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”⁵⁷

Menurut Ibnu Katsier dalam ayat tersebut mengartikan bahwasanya hamba-hamba yang mukmin itu jika membelanjakan hartanya, mereka tidak berlaku mubadzir dan boros untuk menonjolkan kekayaannya dan tidak pula berlaku kikir dan bakhil disebabkan cinta sayangnya yang sangat kepada harta kekayaannya. Tidak berlebih lebih dan tidak pula menahan diri serta hendaklah hidup di antara keduanya (moderat). Selain itu ayat tersebut selanjutnya membenarkan perkataan Rasul mengenai dosa besar yakni berlaku syirik, membunuh jiwa yang di haramkan dan berzina⁵⁸.

Sekilas dapat disimpulkan menurut Ibnu Katsier dari ayat di atas, dapat dilihat bahwa larangan untuk berlebih lebih dalam hal membelanjakan harta (dilarang berperilaku boros) ketika membeli sesuatu yang sangat disenangi, dan juga larangan untuk bersifat kikir yakni sikap tidak mau mengeluarkan harta yang semestinya harus dikeluarkan, baik untuk dirinya, untuk kepentingan agama maupun untuk orang lain dan masyarakat, perintah untuk hidup moderat atau berada di pertengahan.

Ayat ini mengisyaratkan bahwa hamba-hamba ar-Rahmān ini memiliki harta benda sehingga mereka bernafkah, bahwa harta itu mencukupi kebutuhan mereka sehingga mereka dapat menyisihkan sedikit atau banyak dari harta tersebut. Ini juga mengandung isyarat bahwa mereka sukses dalam usaha mereka meraih kebutuhan hidup, bukannya orang-orang yang mengandalkan bantuan orang lain. Ini akan semakin jelas, bila kita sependapat dengan ulama yang

⁵⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h. 134.

⁵⁸ Ibnu Katsier, diterjemahkan oleh H. Salim Bahreisy dan H. Said Bahreisy. *Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 6* (Surabaya: Bina Ilmu, 2006). h. 32.

menegaskan bahwa nafkah yang dimaksud disini adalah nafkah sunnah, bukan nafkah wajib.⁵⁹

Sikap berlebihan atau juga terlalu menahan harta akan menimbulkan ketidak seimbangan di tengah masyarakat dan di bidang ekonomi. Menahan harta akan menimbulkan masalah, demikian juga dengan terlalu melepaskannya tanpa kendali. Boros dan berlebihan dari keperluan yang semestinya, menjadi alamat bahwa jika orang tersebut suatu saat ditimpa musibah dan hartanya habis, maka dia tidak akan dapat menjaga keseimbangan dirinya lagi dan orang yang kikir akan terputus hubungannya dengan masyarakat, karena dia telah salah pilih di dalam meletakkan cinta. Hamba yang beriman berusaha mencari harta buat dipergunakan sebagaimana mestinya. Bukan mencari harta yang justru diperbudak harta itu sendiri.

Dalam pemenuhan kebutuhan hidup seorang konsumen sangat erat hubungannya dengan norma dan etika. Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut⁶⁰:

1) Tauhid (Unity/ Kesatuan)

Persepektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah. Pada ekonomi kapitalis manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *Homo economicus* karena dalam konsumsi mereka tidak memperhatikan aspek-aspek spiritual, kepentingan orang lain dan tanggung jawab atas perilakunya. Mereka hanya mementingkan keinginan, nafsu, harga barang dan pendapatan, tanpa memperhatikan aspek–aspek lain.

⁵⁹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al- Mishbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al Quran*. h. 152.

⁶⁰ Eko Suprayetno, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005). h. 92.

2) Adil (Equilibrium/ Keadilan)

Islam memberikan kebebasan kepada manusia untuk menikmati karunia yang telah diberikan oleh Allah swt. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat, sehingga disamping mendapatkan keuntungan materil, maka kita juga akan mendapatkan kepuasan spiritual. Islam secara tegas menekankan norma perilaku adil baik untuk hal-hal yang bersifat materil maupun spiritual menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat.

3) Kehendak yang bebas (*Free Will*)

Allah memberikan kebebasan kepada manusia untuk memanfaatkan karunia Allah, manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuan atas barang-barang ciptaan Allah. Namun, manusia juga harus menyadari adanya qada' dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat dari kehendak Allah.

4) Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban).

Melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi manusia juga harus mempertanggung jawabkan kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun akhirat kelak

5) Halal

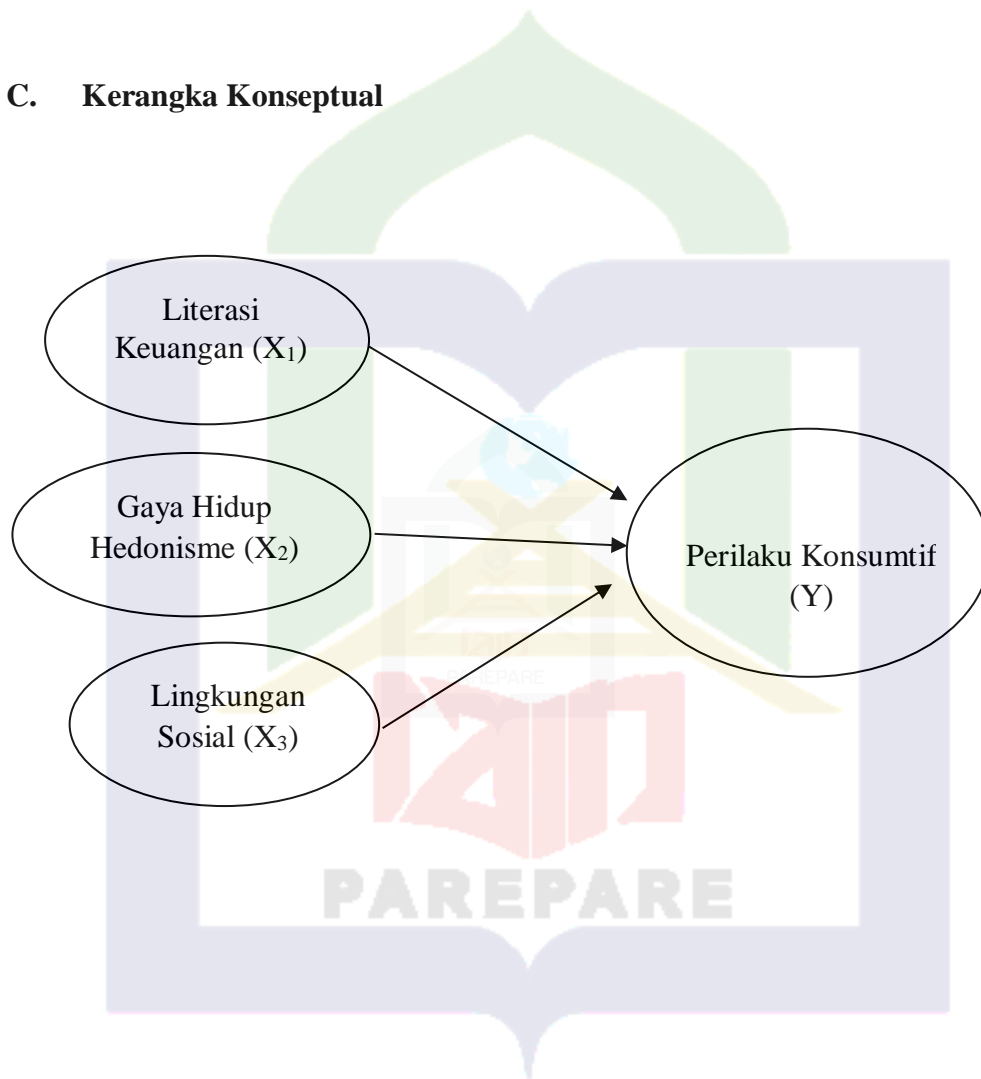
Islam membatasi kebebasan yang diberikan dengan hanya mengkonsumsi barang-barang yang halal yang tentunya menunjukkan nilai kesucian, kebaikan, keindahan, dan menimbulkan masalah yang paling optimal.

6) Sederhana

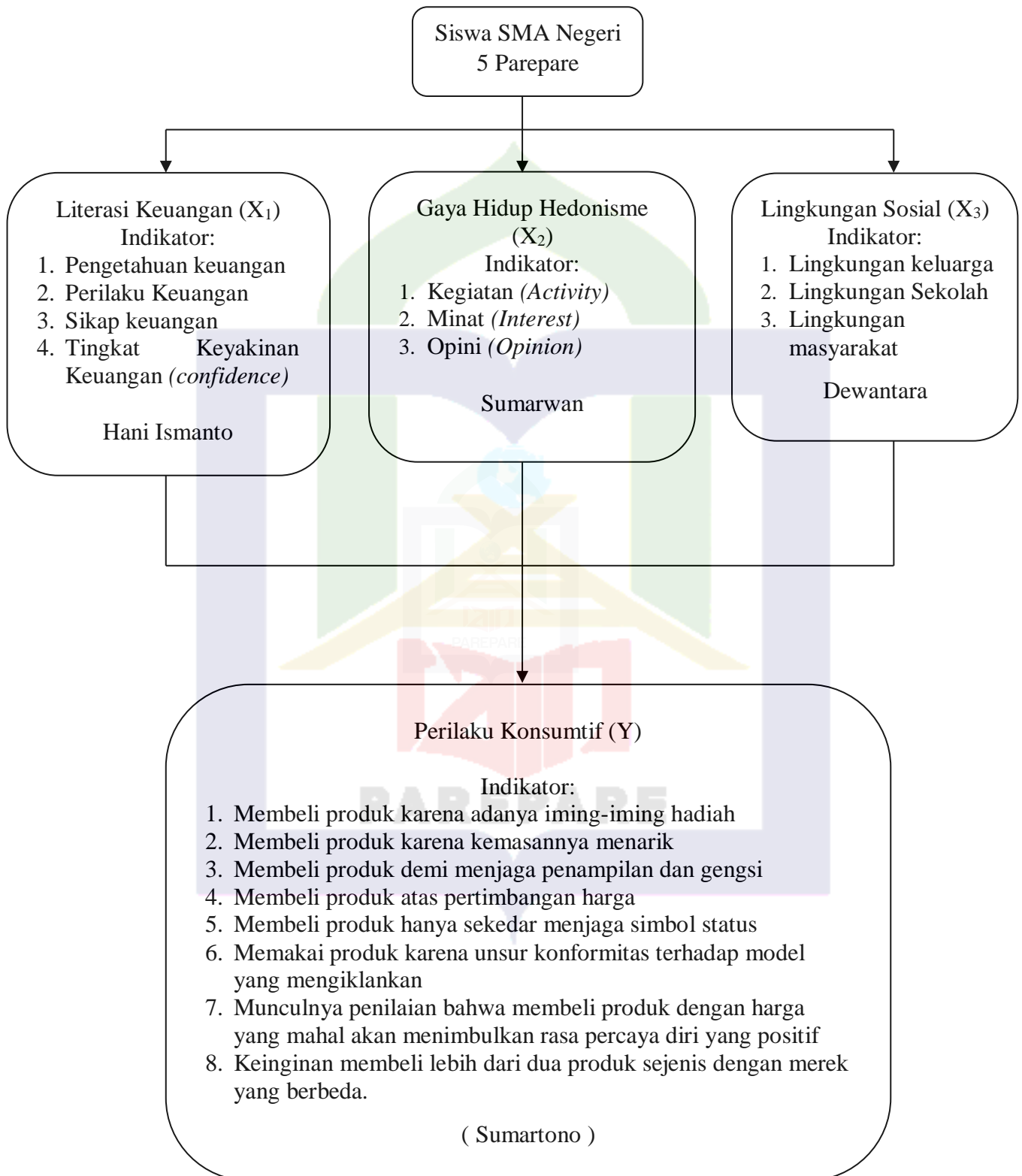
Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih lebihan (*bermewahmewahan*), yaitu membuang-buang harta dan menghambur- hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata.

Konsumsi Islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen kaidah dan hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain.

C. Kerangka Konseptual



Bagan Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis dalam suatu penelitian dapat diartikan sebagai jawaban yang bersifat sementara tentang adanya hubungan tertentu antara variabel-variabel yang digunakan terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti benar melalui data yang dikumpulkan.⁶¹

Berdasarkan bagan kerangka piker di atas, maka penulis merumuskan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H₁** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₂** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₃** Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₄** Variabel literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₅** Variabel gaya hidup hedonisme berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₆** Variabel lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.
- H₇** Variabel literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare.

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabet, 2017). h. 64.

E. Definisi operasional Variable

1. Literasi Keuangan (X_1)

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif. Indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan siswa menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hani Ismanto, yaitu sebagai berikut:

- a. Pengetahuan keuangan
- b. Perilaku Keuangan
- c. Sikap keuangan
- d. Tingkat Keyakinan Keuangan (*confidence*)

2. Gaya Hidup Hedonisme (X_2)

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Adapun indikator gaya hidup hedonisme menurut Sumarwan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kegiatan (*Activity*)
- b. Minat (*Interest*)
- c. Opini (*Opinion*)

3. Lingkungan Sosial (X_3)

Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya bermacam-macam interaksi sosial antara anggota keluarga, sekolah, dan kelompok masyarakat.

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhan sendiri tanpa membutuhkan bantuan keluarga, teman, dan orang lain. Adapun indikator lingkungan sosial menurut Dewantara, yaitu sebagai berikut:

- a. Lingkungan keluarga
- b. Lingkungan Sekolah
- c. Lingkungan masyarakat

4. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tidak terbatas, dengan melakukan pembelian suatu barang atau jasa yang berlebihan atau secara tidak terencana. Adapun indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono, yaitu sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif
- h. Keinginan membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

BAB III

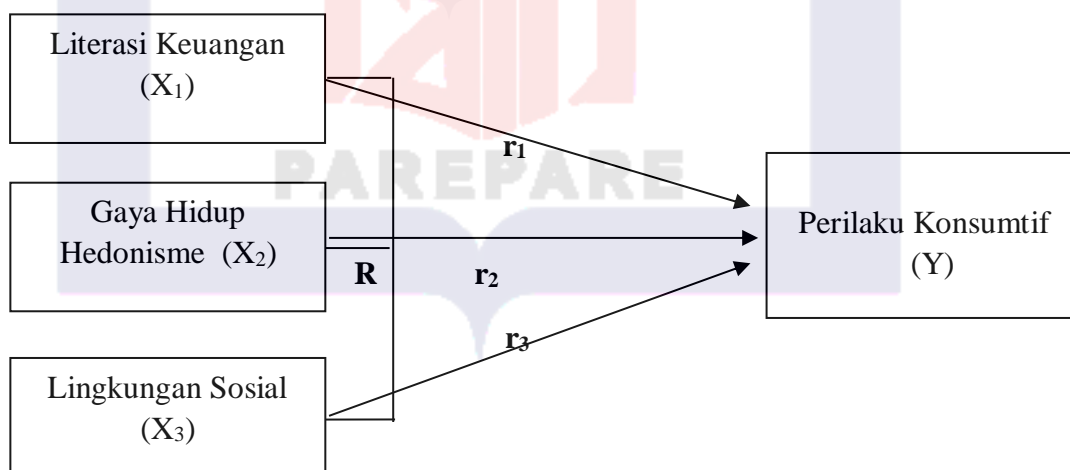
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Desain Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berupa angka-angka.⁶² Variabel yang diteliti yaitu Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup Hedonisme (X_2), Lingkungan Sosial (X_3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Jenis penelitian yang digunakan yaitu *Field Research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian tesis. Pendekatan asosiatif kausal karena menganalisis hubungan sebab akibat, yaitu variabel bebas (X) dan variabel (Y) atau variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi).⁶³

2. Paradigma Penelitian



⁶² Syahrums and Salim, *Etodologi Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2015). h. 39.

⁶³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006). h. 12.

Variabel bebas (X) terdiri dari Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup Hedonisme (X_2) dan Lingkungan Sosial(X_3) sedangkan variabel terikatnya (Y) adalah Perilaku Konsumtif. (r_1) menunjukkan hubungan antara (X_1) dengan (Y). (r_2) menunjukkan hubungan antara (X_2) dengan (Y) dan (r_3) menunjukkan hubungan antara (X_3) dengan (Y).

3. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMA Negeri 5 Parepare Jl. Kelapa Gading No. 69 Parepare. Penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu kurang lebih 2 bulan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Alasan pemilihan lokasi karena peneliti masih bertugas sebagai tenaga pendidik (Guru Ekonomi) SMA Negeri 5 Parepare sampai saat ini, sehingga sudah mengenal baik sebagian besar guru, pegawai, dan siswa di SMAN 5 Parepare. Hal tersebut memudahkan dalam memperoleh data dan mengumpulkan informasi dengan baik.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan objek penelitian atau jumlah seluruh responden yang akan diteliti untuk memperoleh data dan memberikan kesimpulan.⁶⁴ Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁵ Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian.⁶⁶ Jadi populasi adalah obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah telah memenuhi syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah dalam penelitian maka populasi dalam penelitian ini

⁶⁴ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010). h. 133.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 80.

⁶⁶ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 130.

adalah siswa SMA Negeri 5 Parepare tahun Pelajaran 2023 yang berjumlah 387 siswa.

b. Sampel

Sampel merupakan pemilihan beberapa populasi yang diharapkan mampu mewakili kondisi dari semua populasi.⁶⁷ Pengambilan sampel pada penelitian ini belum mengetahui jumlah pasti dari populasi sehingga peneliti menggunakan rumus slovin.

Rumus perhitungan besaran sampel:

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

Ket:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : kelonggaran ketidak telitian karna kesalahan pengambilan sampel yang ditoleriri, misalnya 10%.

Dengan menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel minimal yang akan diambil sebesar:

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

$$n = \frac{387}{1 + 387(10\%)^2} = 80 \text{ Sampel}$$

Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan non random sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Lebih jelasnya non random sampling yang digunakan adalah purposive sampling yaitu salah satu teknik sampling non

⁶⁷ Hasyim and Rina Anindita, *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* (Jakarta: Uieu-University Press, 2009).h. 73.

random di mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan data menjawab permasalahan penelitian.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1 : Skala Likert

Pernyataan	Ket.	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-ragu	R	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

B. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

Teknik dan instrument pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi observasi (pengamatan), kuesioner, wawancara, dan dokumentasi yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Angket/Kuesioner

yaitu cara pengumpulan data dengan menebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan mereka akan memberikan respon terhadap pertanyaan tersebut.⁶⁸

2. Observasi (Pengamatan)

Observasi adalah teknik pengumpulan data untuk mengamati perilaku manusia, proses kerja, dan gejala-gejala alam, serta responden.⁶⁹ Pengamatan yang dilakukan untuk melihat kondisi objek sehingga mendapatkan gambaran

⁶⁸ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012). h. 92.

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 203.

mengenai objek yang akan diteliti. Adapun objek yang diobservasi pada penelitian ini yaitu UPT SMA Negeri 5 Parepare.

3. Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya-jawab secara lisan untuk memperoleh informasi. Penelitian ini jenis wawancara yang akan dilakukan yaitu wawancara bebas terpimpin. Menurut Arikunto, wawancara bebas terpimpin merupakan wawancara yang dilakukan dengan mengajukan pertanyaan bebas namun tetap berada dilingkup pedoman wawancara yang telah dibuat.⁷⁰

Wawancara akan dilakukan dengan siswa SMA Negeri 5 Parepare

4. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat sejalan dengan penelitian yang dilakukan.⁷¹ Metode ini digunakan untuk mencari dan mengumpulkan data serta informasi tertulis yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, pengumpulan data yang berkaitan dengan aspek kajian yang telah dirumuskan⁷²

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer maupun data sekunder. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁷³ Data primer merupakan data yang secara langsung. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa pembagian kuesioner dan wawancara di mana data akan diambil secara langsung kepada narasumber. Wawancara menjadi alat dalam pengumpulan data yang nantinya akan digunakan dalam

⁷⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 199.

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 329.

⁷² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 136.

⁷³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 137.

analisis sehingga dapat ditarik kesimpulan pada penelitian ini. Pembagian Kuesioener akan dilakukan siswa SMA Negeri 5 Parepare .

2. Data Sekunder

Dalam penelitian ini, data sekunder juga merupakan salah satu sumber data selain wawancara. Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari lapangan.⁷⁴ Data sekunder dalam penelitian ini meliputi literatur-literatur, jurnal, artikel yang digunakan dalam menyusun penelitian ini yang nantinya dijadikan dasar dalam penelitian. Jenis data dalam bentuk yang sudah jadi melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan diberbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah, jurnal, dan lembaga lainnya yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti.⁷⁵

C. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat kelayakan dan ketepatan tiap butir pertanyaan/ Pernyataan untuk menghasilkan data yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Rumus yang digunakan dalam menguji validitas instrumen yaitu menggunakan teknik korelasi person atau metode corrected item total correclation⁷⁶. Uji validitas ini mengkorelasikan antara skor butir dan skor total. Skor butir dipandang sebagai nilai X .Skor dipandang sebagai nilai Y. Apabila r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel pada taraf signifiksi 5%, maka butir pernyataan tersebut valid. Namun, jiks r hitung lebih kecil dari r tabel, maka butir pernyataan tidak valid.⁷⁷ Perhitungan uji validitas menggunakan SPSS versi 21.

⁷⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 208.

⁷⁵ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi*. h. 19.

⁷⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007). h. 54.

⁷⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. h. 126.

2. Uji Reliabilitas

Realibilitas merupakan suatu instrumen dapat dipercaya yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data, karena instrumen tersebut sudah baik. Realibilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data telah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, serta konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun pengumpulan data dilakukan pada waktu yang berbeda.⁷⁸

Realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Bila alat pengukur tersebut digunakan dua kali atau dipakai berulang, untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten dan dapat diandalkan.⁷⁹ Untuk menguji realibilitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Instrumen dikatakan reliabel jika r hitung lebih besar atau sama dengan r tabel. Sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel. Instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0.6 aka instrumen dikatakan reliabel. Jika koefisien Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.⁸⁰

3. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y).

⁷⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 221.

⁷⁹ Duwi Priyatno, *Spss, Analisis Statistic Data Lebih Cepat Dan Lebih Akurat*. (Yogyakarta: Medikom, 2011). h. 24.

⁸⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 196.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *One Sample T Test* / Uji t satu sampel

One sample t test merupakan teknik analisis untuk membandingkan satu variabel bebas. Teknik ini digunakan untuk menguji apakah nilai tertentu berbeda secara signifikan atau tidak dengan rata-rata sebuah sampel. Dasar pengambilan keputusan dalam *One sample t test* yaitu:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Rumus :

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{S / \sqrt{n}}$$

Ket :

t = Koefisien t

\bar{x} = Mean sampel

μ = Mean populasi

S = Standard deviasi sampel

n = Banyak sampel

Tabel 3.2: Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

2. Korelasi *Pearson Product Moment*

Penelitian yang dimaksud untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.⁸¹

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Ket:

n = jumlah data (responden)

x = variabel bebas

y = variabel terikat

⁸¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 326.

Tabel 3.3 : Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,80 - 0,100	Sangat Kuat
2	0,60 - 0,799	Kuat
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,20 - 0,399	Lemah
5	0,00 - 0,199	Sangat Lemah

3. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variable independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan t hitung terhadap t tabel dengan ketentuan sebagai berikut :

$H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen secara parsial.

$H_a : \beta > 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari masing-masing variable independen terhadap variabel dependen secara parsial.

H_a diterima jika $p\text{-value} < \text{level of significant}$

H_0 diterima jika $p\text{-value} > \text{level of significant}$.

$$T_{hitung} = \frac{r \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad T_{tabel} = n - 2$$

Ket:

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Sampel

4. Uji F (Pengujian secara simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap

variabel dependen. Cara yang digunakan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dengan ketentuan sebagai berikut:

$H_0 : \beta = 0$, berarti tidak ada pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

$H_a : \beta > 0$, berarti ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

H_a diterima jika *p-value* < *level of significant*

H_0 diterima jika *p-value* > *level of significant*.

5. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya variabel X dan Y menampilkan simbol dari suatu data di mana Y sebagai variabel tergantung dan X sebagai variabel bebas. Nilai berganda dapat dicari dengan menggunakan rumus:

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

Ket:

Y = Perilaku Konsumtif

a = Konstanta

X_1 = Literasi Keuangan

X_2 = Gaya Hidup Hedonisme

X_3 = Lingkungan Sosial

β_1, β_2 = Koefisien regresi

e = Error

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel

dependen dengan sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.⁸²

Nilai Koefisien determinasi berkisar antara $0 (0\%) < R^2 < 1 (100\%)$. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu (100%) berarti variabel –variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabe dependen.



⁸² Kuncoro Mudrajad, *Ekonomi Dan Pembangunan Daerah* (Jakarta: Erlangga, 2000). h. 100.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Deskriptif

Gambaran umum penelitian akan diuraikan secara deskriptif mencakup karakteristik responden, deskripsi jawaban responden dan deskripsi variabel yaitu sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden

Populasi pada penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 5 Parepare dengan instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket dengan memberikan kuesioner secara langsung atau dengan membagikan link google form kepada setiap responden. Link tersebut adalah sebagai berikut: <https://forms.gle/1KU1r598YJQWGe758>

Berdasarkan deskripsi data responden, maka responden-responden tersebut dapat dikategorikan berdasarkan karakteristiknya, yaitu sebagai berikut:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-Laki	23	29%
Perempuan	57	71%

Sumber Data: Data Primer

Tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di atas menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah perempuan dengan jumlah 57 responden atau memiliki persentase sebesar 71% sedangkan reponden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 23 responden dengan persentase 29%. Responden terbanyak pada penelitian ini adalah siswa berjenis kelamin

perempuan, hal ini disebabkan karena siswa SMA Negeri 5 Parepare didominasi oleh siswa berjenis kelamin perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas

Kelas	Jumlah	Presentase %
XI. 1	23	29%
XI. 2	24	30%
XI. 3	10	12%
XI. 4	23	29%

Sumber Data: Data Primer

Tabel karakteristik responden berdasarkan kelas di atas menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah siswa kelas XI 2 berjumlah 24 siswa dengan persentase 30% selanjutnya jumlah terbanyak kedua dengan selisih satu siswa yaitu kelas XI.1 dan XI. 4 dengan jumlah sama yaitu 23 siswa dengan persentase 29%. Jumlah responden terkecil yaitu pada kelas XI. 3 berjumlah 10 siswa dengan persentase 12%.

2. Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.3

Jawaban Responden Terhadap Variabel Literasi Keuangan (X1)

Responden	Variabel Literasi Keuangan (X1)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	2	5	4	3	4	2	2	2	2	29
2	4	2	3	1	3	3	3	3	3	2	27
3	3	2	2	2	1	4	4	4	3	2	27
4	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	13
5	5	3	5	4	1	3	3	5	2	4	35
6	3	5	2	4	2	3	2	5	3	3	32
7	5	3	2	4	2	3	4	4	2	2	31

Responden	Variabel Literasi Keuangan (X1)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	3	3	3	3	2	5	5	5	3	3	35
9	4	3	3	2	1	3	2	4	2	3	27
10	3	3	2	2	1	3	3	2	1	3	23
11	4	3	3	2	2	3	3	4	2	2	28
12	5	4	4	4	2	3	4	5	2	2	35
13	4	3	3	3	1	3	4	4	2	2	29
14	5	3	3	5	1	4	4	5	1	3	34
15	5	1	3	5	3	3	3	5	2	2	32
16	2	3	1	2	2	3	3	5	2	2	25
17	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
18	5	3	3	4	2	4	4	5	1	2	33
19	5	5	3	5	1	3	3	5	2	3	35
20	4	3	3	2	2	4	4	5	3	3	33
21	4	4	3	4	2	4	4	4	2	4	35
22	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	33
23	4	4	2	2	1	2	2	4	2	2	25
24	4	4	2	3	3	4	4	3	2	3	32
25	5	3	2	2	1	2	5	5	2	1	28
26	2	1	3	4	2	2	4	2	1	1	22
27	3	2	1	3	1	2	2	4	2	2	22
28	4	3	4	4	1	3	3	4	2	2	30
29	3	3	3	4	1	5	3	5	3	3	33
30	3	5	2	4	2	2	2	3	2	2	27
31	2	2	2	2	2	3	4	4	2	3	26
32	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1	25
33	3	3	5	3	1	5	3	4	3	3	33
34	4	4	3	3	2	2	4	3	2	4	31
35	2	4	2	2	2	3	3	4	2	2	26
36	3	4	2	1	1	5	5	5	3	2	31
37	5	3	2	4	3	4	5	5	3	4	38
38	3	5	3	5	5	5	5	5	3	3	42
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	5	2	1	2	2	4	4	4	3	3	30
41	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	35
42	4	3	2	4	3	2	2	4	2	2	28
43	5	1	1	5	1	1	1	4	1	1	21
44	4	5	1	1	1	4	3	5	3	4	31
45	5	3	2	4	2	4	4	3	3	3	33
46	4	4	3	4	3	3	3	5	4	3	36
47	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	33

Responden	Variabel Literasi Keuangan (X1)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
48	2	3	2	3	1	4	4	5	2	1	27
49	5	5	5	3	2	4	5	4	2	2	37
50	5	5	5	3	2	4	5	5	5	3	42
51	5	3	5	3	3	4	5	5	3	3	39
52	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	31
53	3	3	1	4	3	3	4	5	2	2	30
54	4	2	2	1	1	2	2	4	2	3	23
55	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	39
56	4	3	2	3	3	4	4	4	3	3	33
57	1	1	1	5	1	3	3	1	1	3	20
58	3	3	3	1	1	1	3	1	1	2	19
59	5	5	3	5	1	5	5	5	1	4	39
60	4	3	2	3	2	4	4	5	3	3	33
61	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	24
62	4	3	1	1	1	2	4	4	1	1	22
63	4	3	2	3	2	4	5	4	4	3	34
64	2	3	2	2	3	3	2	4	3	4	28
65	5	1	5	5	1	2	1	1	5	5	31
66	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	18
67	3	3	3	2	1	2	4	4	1	2	25
68	3	3	2	5	3	3	3	3	3	3	31
69	5	3	4	2	2	3	4	5	2	2	32
70	4	2	5	2	1	5	5	5	4	5	38
71	4	3	2	4	1	2	2	4	2	3	27
72	3	3	4	3	3	4	4	2	5	5	36
73	5	3	4	5	2	3	2	5	4	3	36
74	5	1	2	2	1	2	3	5	1	1	23
75	3	3	3	3	1	4	4	4	2	2	29
76	3	3	2	2	2	4	2	5	3	3	29
77	5	5	5	1	1	5	5	5	3	3	38
78	5	3	4	5	2	5	5	5	3	3	40
79	5	3	4	4	3	4	5	5	2	3	38
80	2	3	3	4	2	3	2	4	3	4	30
	300	247	226	253	156	264	276	324	196	216	
Total											2458
Mean											31

Sumber Data: Data Primer

Tabel 4.4 di atas menunjukkan jawaban responden terhadap literasi keuangan dengan 10 item pernyataan. Item pernyataan 1 memperoleh jumlah

skor sebesar 300, item pernyataan 2 memperoleh skor 247, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 226, item pernyataan 4 memperoleh skor 253, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 156, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 264, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 276, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 324, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 196 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 216. Literasi keuangan di atas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 80 responden diperoleh dengan jumlah total sebesar 2.458 untuk variabel literasi keuangan (X_1) dengan rata-rata nilai skor yaitu 31.

Tabel 4.4
Jawaban Responden Terhadap Gaya Hidup (X_2)

Responden	Variabel Gaya Hidup (X_2)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	5	3	1	2	5	4	3	3	5	35
2	5	4	4	3	3	2	4	4	4	4	37
3	5	3	2	2	2	2	2	4	4	4	30
4	4	3	1	1	1	1	2	1	1	2	17
5	5	4	3	2	2	2	3	1	2	1	25
6	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	23
7	4	4	2	2	2	2	3	3	3	2	27
8	5	5	3	2	3	4	5	4	3	2	36
9	5	3	3	2	2	4	3	1	3	2	28
10	4	2	2	2	2	3	2	3	3	2	25
11	4	3	3	2	2	2	2	2	2	4	26
12	5	3	2	2	2	3	3	3	3	3	29
13	5	3	3	2	1	2	2	2	4	4	28
14	5	4	3	4	2	4	4	2	5	5	38
15	4	3	3	1	3	4	3	3	3	4	31
16	4	3	3	3	2	5	4	3	3	4	34
17	5	5	3	2	2	5	5	2	5	3	37
18	5	3	2	2	2	3	4	3	3	4	31
19	5	4	3	2	3	4	4	3	4	4	36
20	4	2	2	1	1	4	3	1	1	3	22
21	5	4	2	1	2	5	2	1	1	4	27

Responden	Variabel Gaya Hidup (X2)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
22	4	3	3	2	3	3	2	3	2	5	30
23	5	4	2	2	1	2	2	1	1	4	24
24	3	3	4	2	2	3	4	2	3	4	30
25	5	3	2	1	1	3	2	1	4	1	23
26	5	4	2	4	2	2	3	1	5	4	32
27	4	2	2	1	1	2	1	3	3	5	24
28	5	2	1	2	1	3	3	3	4	4	28
29	3	4	1	1	1	2	1	1	3	5	22
30	3	2	1	1	1	1	2	1	3	3	18
31	5	3	3	4	3	4	4	4	3	5	38
32	5	3	2	2	2	2	2	2	2	4	26
33	5	3	3	2	2	4	2	4	2	3	30
34	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34
35	5	3	2	2	2	3	2	2	2	5	28
36	5	3	1	3	1	5	4	1	1	4	28
37	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	40
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	3	5	3	4	3	3	3	5	37
41	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	32
42	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35
43	5	1	2	1	1	3	2	2	1	4	22
44	3	3	3	1	3	3	5	4	3	5	33
45	4	2	3	2	2	2	1	1	1	4	22
46	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	32
47	4	2	2	3	2	4	3	2	3	4	29
48	5	3	1	1	2	3	4	3	3	5	30
49	4	3	2	4	3	2	3	2	3	4	30
50	5	4	3	3	3	5	5	2	4	4	38
51	5	3	2	4	2	4	4	5	5	3	37
52	5	3	3	3	3	5	3	3	4	4	36
53	4	3	2	3	2	3	2	4	4	5	32
54	5	3	2	2	2	3	2	2	1	4	26
55	5	4	3	2	4	4	3	3	3	4	35
56	5	3	2	2	2	3	3	4	4	3	31
57	5	5	5	1	3	5	3	3	3	5	38
58	5	2	1	2	1	4	1	1	3	4	24
59	5	4	1	4	1	3	3	4	4	5	34
60	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	41
61	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	24

Responden	Variabel Gaya Hidup (X2)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
62	5	2	2	1	2	4	1	5	5	4	31
63	5	4	3	3	3	4	3	2	2	5	34
64	4	2	2	1	3	4	3	3	4	4	30
65	5	5	2	1	1	3	5	5	5	4	36
66	4	2	2	1	2	2	2	3	3	5	26
67	4	3	2	1	2	4	1	2	3	4	26
68	4	3	2	2	2	3	3	3	3	4	29
69	4	3	2	2	2	4	4	3	4	5	33
70	5	3	2	2	1	3	2	3	2	5	28
71	5	3	4	2	3	4	3	3	3	3	33
72	5	5	3	3	4	3	4	3	5	4	39
73	5	4	3	3	2	3	4	1	1	5	31
74	5	1	1	2	1	1	1	1	1	4	18
75	5	3	2	2	2	4	3	3	3	4	31
76	4	4	3	2	2	4	3	2	3	3	30
77	5	5	3	1	3	5	5	5	1	5	38
78	4	5	3	3	2	5	3	3	3	3	34
79	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	37
80	4	2	2	2	2	3	3	1	2	3	24
	361	263	198	179	177	269	239	216	242	308	
	Total										2452
	Mean										31

Sumber Data: Data Primer

Table 4.5 di atas menunjukkan jawaban responden terhadap gaya hidup dengan 10 item pernyataan. Item pernyataan 1 memperoleh jumlah skor sebesar 361, item pernyataan 2 memperoleh skor 263, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 198, item pernyataan 4 memperoleh skor 179, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 177, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 269, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 239, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 216, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 242 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 308. Gaya hidup di atas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 80 responden diperoleh

dengan jumlah total sebesar 2.452 untuk variabel gaya hidup (X_2) dengan rata-rata nilai skor yaitu 31.

Tabel 4.5

Jawaban Responden Terhadap Lingkungan Sosial (X_3)

Responden	Variabel Lingkungan Hidup (X_3)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	5	5	3	2	3	4	2	2	2	2	30
2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	30
3	5	5	4	3	2	4	4	4	3	2	36
4	5	3	3	1	2	1	1	2	1	1	20
5	4	5	4	2	1	3	3	5	2	4	33
6	4	3	4	2	4	3	2	5	3	3	33
7	4	3	4	4	2	3	4	4	2	2	32
8	4	2	3	4	3	5	5	5	3	3	37
9	3	3	2	3	2	3	2	4	2	3	27
10	3	3	2	1	2	3	3	2	1	3	23
11	3	4	4	2	2	3	3	4	2	2	29
12	5	5	5	2	3	3	4	5	2	2	36
13	3	4	3	2	4	3	4	4	2	2	31
14	5	4	4	1	4	4	4	5	1	3	35
15	3	4	3	2	2	3	3	5	2	2	29
16	4	4	4	4	2	3	3	5	2	2	33
17	5	5	5	4	3	5	3	5	5	5	45
18	5	4	4	3	3	4	4	5	1	2	35
19	5	5	5	2	1	3	3	5	2	3	34
20	4	5	5	3	3	4	4	5	3	3	39
21	3	4	5	2	4	4	4	4	2	4	36
22	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35
23	5	4	5	2	3	2	2	4	2	2	31
24	3	4	3	2	3	4	4	3	2	3	31
25	4	4	5	2	2	2	5	5	2	1	32
26	3	5	5	2	1	2	4	2	1	1	26
27	3	4	4	4	2	2	2	4	2	2	29
28	4	4	4	4	2	3	3	4	2	2	32
29	4	4	3	3	4	5	3	5	3	3	37
30	4	3	4	2	2	2	2	3	2	2	26
31	5	4	3	2	3	3	4	4	2	3	33
32	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	24
33	5	5	5	3	4	5	3	4	3	3	40
34	4	4	2	2	2	2	4	3	2	4	29

Responden	Variabel Lingkungan Hidup (X3)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
35	3	3	4	2	2	3	3	4	2	2	28
36	5	5	5	3	2	5	5	5	3	2	40
37	5	5	5	3	4	4	5	5	3	4	43
38	5	4	4	3	4	5	5	5	3	3	41
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34
41	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	37
42	3	3	3	4	2	2	2	4	2	2	27
43	4	5	4	4	2	1	1	4	1	1	27
44	4	5	5	3	3	4	3	5	3	4	39
45	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	35
46	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3	38
47	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	30
48	4	4	4	2	4	4	4	5	2	1	34
49	4	4	4	2	4	4	5	4	2	2	35
50	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	46
51	4	4	5	3	4	4	5	5	3	3	40
52	4	5	4	2	3	3	4	4	2	3	34
53	2	2	3	2	3	3	4	5	2	2	28
54	4	4	4	2	2	2	2	4	2	3	29
55	5	5	4	3	4	4	5	4	3	3	40
56	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	34
57	3	3	3	1	3	3	3	1	1	3	24
58	3	2	2	1	1	1	3	1	1	2	17
59	4	4	4	1	5	5	5	5	1	4	38
60	5	4	5	3	2	4	4	5	3	3	38
61	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	25
62	4	4	4	1	1	2	4	4	1	1	26
63	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	36
64	4	4	3	3	2	3	2	4	3	4	32
65	4	4	5	5	1	2	1	1	5	5	33
66	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	21
67	3	2	2	1	2	2	4	4	1	2	23
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
69	4	4	4	2	2	3	4	5	2	2	32
70	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
71	4	4	4	2	2	2	2	4	2	3	29
72	4	4	2	5	2	4	4	2	5	5	37
73	5	3	4	4	4	3	2	5	4	3	37
74	4	3	2	1	2	2	3	5	1	1	24

Responden	Variabel Lingkungan Hidup (X3)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
75	3	3	3	2	4	4	4	4	2	2	31
76	4	3	4	3	3	4	2	5	3	3	34
77	3	5	5	3	5	5	5	5	3	3	42
78	4	4	4	3	3	5	5	5	3	3	39
79	5	5	4	2	3	4	5	5	2	3	38
80	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	33
	309	309	302	210	227	264	276	324	196	216	
Total											2633
Mean											33

Sumber Data: Data Primer

Tabel 4.6 di atas menunjukkan jawaban responden terhadap lingkungan sosial dengan 10 item pernyataan. Item pernyataan 1 memperoleh jumlah skor sebesar 309, item pernyataan 2 memperoleh skor 309, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 302, item pernyataan 4 memperoleh skor 210, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 227, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 264, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 276, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 324, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 196 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 216. Lingkungan sosial di atas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 80 responden diperoleh dengan jumlah total sebesar 2.633 untuk variabel lingkungan sosial (X₃) dengan rata-rata nilai skor yaitu 33.

Tabel 4.6

Jawaban Responden Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Responden	Variabel Perilaku Konsumtif (Y)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	3	5	4	3	2	2	3	4	5	33
2	3	3	3	1	3	3	2	5	5	2	30
3	3	2	2	2	1	2	1	3	1	2	19
4	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	14
5	2	1	5	4	1	4	3	5	4	3	32
6	2	4	2	4	2	3	1	4	3	1	26
7	4	2	2	4	2	4	3	3	4	3	31

Responden	Variabel Perilaku Konsumtif (Y)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
8	4	3	3	3	2	3	4	3	5	3	33
9	3	2	3	2	1	3	2	5	3	3	27
10	1	2	2	2	1	3	2	4	3	3	23
11	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	23
12	2	3	4	4	2	2	3	5	5	1	31
13	2	4	3	3	1	3	2	3	2	2	25
14	1	4	3	5	1	3	2	5	4	2	30
15	2	2	3	5	3	4	3	5	3	3	33
16	4	2	1	2	2	2	2	4	2	2	23
17	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	47
18	3	3	3	4	2	3	3	2	4	1	28
19	2	1	3	5	1	4	1	5	5	3	30
20	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	30
21	2	4	3	4	2	4	1	4	2	3	29
22	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
23	2	3	2	2	1	3	2	4	4	2	25
24	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	30
25	2	2	2	2	1	2	1	1	4	1	18
26	2	1	3	4	2	4	2	2	4	5	29
27	4	2	1	3	1	2	1	4	4	2	24
28	4	2	4	4	1	2	3	4	4	2	30
29	3	4	3	4	1	2	3	4	3	2	29
30	2	2	2	4	2	2	3	5	3	1	26
31	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	24
32	1	3	3	3	2	5	1	5	5	3	31
33	3	4	5	3	1	3	2	4	4	1	30
34	2	2	3	3	2	2	2	5	4	5	30
35	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	24
36	3	2	2	1	1	5	2	5	5	5	31
37	3	4	2	4	3	5	4	5	4	3	37
38	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	45
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	3	3	1	2	2	4	3	3	5	3	29
41	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	35
42	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	31
43	4	2	1	5	1	3	1	4	3	2	26
44	3	3	1	1	1	3	5	5	1	3	26
45	3	4	2	4	2	4	2	5	4	4	34
46	4	4	3	4	3	2	2	4	3	2	31
47	2	3	3	4	3	3	2	4	2	3	29

Responden	Variabel Perilaku Konsumtif (Y)										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
48	2	4	2	3	1	3	4	4	2	2	27
49	2	4	5	3	2	2	3	5	4	5	35
50	5	4	5	3	2	4	3	5	3	3	37
51	3	4	5	3	3	3	3	4	4	4	36
52	2	3	3	4	2	4	4	5	5	2	34
53	2	3	1	4	3	4	2	4	4	3	30
54	2	2	2	1	1	1	2	3	2	2	18
55	3	4	4	4	3	5	1	5	4	4	37
56	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	32
57	1	3	1	5	1	1	5	5	4	3	29
58	1	1	3	1	1	3	1	1	1	1	14
59	1	5	3	5	1	3	1	5	5	5	34
60	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	27
61	2	2	2	2	2	2	3	4	4	2	25
62	1	1	1	1	1	4	1	4	4	4	22
63	4	3	2	3	2	4	2	4	4	3	31
64	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	31
65	5	1	5	5	1	5	1	5	5	5	38
66	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	21
67	1	2	3	2	1	3	2	4	2	3	23
68	3	3	2	5	3	3	2	4	4	3	32
69	2	2	4	2	2	3	2	4	4	2	27
70	4	5	5	2	1	3	1	5	5	4	35
71	2	2	2	4	1	3	3	3	3	3	26
72	5	2	4	3	3	5	4	5	4	5	40
73	4	4	4	5	2	4	1	1	1	5	31
74	1	2	2	2	1	1	1	5	4	3	22
75	2	4	3	3	1	2	1	5	3	3	27
76	3	3	2	2	2	3	1	5	4	3	28
77	3	5	5	1	1	5	1	5	5	1	32
78	3	3	4	5	2	5	2	3	3	5	35
79	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	34
80	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	28
	210	227	226	253	156	255	191	318	284	234	
Total											2354
Mean											29

Sumber Data: Data Primer

Tabel 4.7 di atas menunjukkan jawaban responden terhadap perilaku konsumtif dengan 10 item pernyataan. Item pernyataan 1 memperoleh jumlah skor sebesar 210, item pernyataan 2 memperoleh skor 227, item pernyataan 3 memperoleh skor sebesar 226, item pernyataan 4 memperoleh skor 253, item pernyataan 5 memperoleh skor sebesar 156, item pernyataan 6 memperoleh skor sebesar 255, item pernyataan 7 memperoleh skor sebesar 191, item pernyataan 8 memperoleh skor sebesar 318, item pernyataan 9 memperoleh skor sebesar 284 dan item pernyataan 10 memperoleh skor sebesar 234. Perilaku konsumtif di atas diperoleh jumlah keseluruhan skor dari 10 item pernyataan untuk 80 responden diperoleh dengan jumlah total sebesar 2.354 untuk variabel perilaku konsumtif (Y) dengan rata-rata nilai skor yaitu 29.

3. Deskripsi Variabel

a. Deskripsi Variabel Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi siswa agar kiranya dapat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif. Hasil tanggapan pernyataan responden terhadap variabel literasi keuangan yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Literasi Keuangan (X₁)

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Saya mengetahui cara menabung di lembaga keuangan bank	24	24	22	8	2	300	3.8
2	Saya mengetahui produk maupun layanan jasa yang ada di bank	11	10	41	11	7	247	3.1

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
3	Saya mengetahui perbedaan lembaga keuangan konvensional dan syariah.	10	11	24	25	10	226	2.8
4	Saya memiliki rekening bank sendiri atas nama saya	12	23	18	20	7	253	3.2
5	Biaya layanan perbankan cukup mahal	2	1	18	29	30	156	2.0
6	Saya lebih memilih menyimpan uang sendiri tanpa menggunakan layanan perbankan	10	25	27	15	3	264	3.3
7	Saya mengontrol pemasukan maupun pengeluaran saya tiap bulannya.	15	27	20	4	3	276	3.5
8	Saya menyisihkan uang jajan untuk di tabung	32	31	9	5	3	324	4.1
9	Saya lebih memilih perbankan syariah di bandingkan perbankan konvensional	4	7	23	33	13	196	2.5
10	Saya dapat menggunakan ATM (setor tunai, tarik tunai, transfer dan top up e-commer)	4	10	33	24	9	216	2.7
Jumlah							2458	31
Rata-Rata							245.8	3.1

Sumber Data: Data Primer

Tanggapan responden pada tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi pada pernyataan nomor 8 dengan skor 324. Pernyataan nomor 8 “*Saya menyisihkan uang jajan untuk di tabung*”. Pernyataan ini merupakan indikator literasi keuangan yaitu sikap keuangan. Sikap keuangan yang dimaksudkan pada indikator ini merupakan tujuan maupun rencana keuangan yang dimiliki oleh seseorang. Sikap keuangan seseorang biasanya tercermin dalam 6 sikap yaitu *Obsession, Power, Effort, Inadequacy, Retention dan Security*. 80 siswa yang diteliti terdapat 32 siswa yang menjawab sangat setuju, 31 siswa menjawab setuju, 9 siswa menjawab ragu-ragu, 5 siswa menjawab tidak setuju dan 3 siswa menjawab sangat tidak setuju. Berdasarkan hasil

angket tersebut maka dapat disimpulkan bahwa dominan siswa memiliki sikap keuangan yang baik dengan menyisihkan uang jajan yang dimiliki untuk ditabung. Pernyataan yang memperoleh skor terendah adalah pernyataan nomor 5 dengan jumlah skor total sebesar 156 dengan rincian 2 responden menjawab sangat setuju, 1 responden menjawab setuju, 18 responden menjawab ragu-ragu, 29 responden menjawab tidak setuju, dan 30 responden menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan nomor 5 “*Biaya layanan perbankan cukup mahal*”. Pernyataan ini merupakan indikator literasi keuangan yaitu perilaku keuangan. Perilaku keuangan merupakan sikap seseorang dalam menggunakan dan membelanjakan pada produk yang memiliki tujuan keuangan. Beberapa ahli mengatakan bahwa perilaku keuangan seseorang akan terlihat pada seberapa baik seseorang dalam mengelola keuangannya secara pribadi.

b. Deskripsi Variabel Gaya Hidup

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan pada variabel gaya hidup adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Gaya Hidup (X_2)

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Saya akan membeli barang yang akan sejalan dengan kegiatan belajar	45	31	4	0	0	361	4.5
2	Saya membeli pakaian yang sedang tren saat ini agar terlihat menarik	9	22	34	13	2	263	3.3
3	Saya membeli pakaian dengan merk terkenal agar tampak keren	2	5	31	33	9	198	2.5

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
4	Saat ada diskon, saya buru-buru membeli barang meskipun tidak memerlukannya	2	9	14	36	19	179	2.2
5	Saya membeli barang-barang dengan merk terkenal, yang membuat bangga ketika memakainya	1	5	20	38	16	177	2.2
6	Saya tertarik untuk mencicipi menu makanan/minuman yang ada di café atau rumah makan tertentu karena teman-teman sudah mencobanya	13	25	23	16	3	269	3.4
7	Saya memiliki minat yang cukup tinggi untuk membeli barang-barang yang sedang menjadi trend	7	20	25	21	7	239	3.0
8	Menurut saya produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan	5	15	27	17	16	216	2.7
9	Menurut saya menggunakan produk mahal menjadi kepuasan tersendiri bagi saya	8	19	31	11	11	242	3.0
10	Menurut saya membeli barang yang tidak diperlukan merupakan pemborosan	19	40	13	6	2	308	3.9
Jumlah							2452	31
Rata-Rata							245.2	3.1

Sumber Data: Data Primer

Tanggapan responden pada tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi pada pernyataan nomor 1 dengan skor yaitu 361. Pernyataan nomor 1 “*Saya akan membeli barang yang akan sejalan dengan kegiatan belajar*”. Data dari 80 responden terdapat 45 responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 4 responden menjawab ragu-ragu, dan tidak ada siswa yang menjawab tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Pernyataan nomor 1 merupakan indikator gaya hidup yaitu kegiatan (*Activity*). Kegiatan (*Activity*) merupakan suatu hal mengenai apa yang dikerjakan individu, produk apa yang dibeli maupun digunakan, dan kegiatan

apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, seperti hiburan dan belanja. Berdasarkan hasil angket tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa siswa akan membeli segala sesuatu yang akan menunjang kegiatan belajar. Siswa akan cenderung membeli produk-produk yang dapat digunakan saat belajar dan menunjang pembelajarannya. Selain membeli produk, siswa juga akan mengikuti kegiatan-kegiatan yang menunjang pembelajaran meskipun memiliki biaya tambahan.

Pernyataan yang memperoleh skor terendah adalah pernyataan nomor 5 dengan jumlah skor total sebesar 177 dengan rincian 1 responden menjawab sangat setuju, 5 responden menjawab setuju, 20 responden menjawab ragu-ragu, 38 responden menjawab tidak setuju dan 16 responden menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan nomor 5 “*Saya membeli barang-barang dengan merk terkenal, yang membuat bangga ketika memakainya*”. Pernyataan nomor 1 ini termasuk ke dalam indikator gaya hidup yaitu minat. Minat (*Interest*) merupakan suatu keinginan yang muncul dari dalam diri seseorang tanpa ada yang memaksa. Minat meliputi kesukaan, kegembiraan, dan prioritas dalam hidup individu tersebut. Berdasarkan hasil angket pada pernyataan nomor 5 dapat disimpulkan bahwa siswa tidak memandang sebuah merek pada produk yang digunakan. Hal ini berdasarkan pada banyaknya responden yang tidak setuju pada pernyataan nomor 5, jika dibandingkan dengan pernyataan nomor 1 di mana siswa akan membeli produk maupun barang yang akan menunjang pembelajaran sehingga dapat disimpulkan bahwa siswa akan membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang dapat menunjang pembelajaran, bukan membelanjakannya hanya pada produk yang bermerek sehingga memberikan rasa bangga saat memakainya.

c. Deskripsi Variabel Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya bermacam-macam interaksi sosial antara anggota keluarga, sekolah dan kelompok masyarakat. Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhan sendiri tanpa membutuhkan bantuan keluarga, teman dan orang lain. Untuk itu, di bawah ini tanggapan responden terhadap lingkungan sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Tanggapan Responden Terhadap Lingkungan Sosial (X₃)

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Saya memperoleh informasi mengenai suatu produk dari keluarga saya	19	33	26	2	0	309	3.9
2	Pengalaman anggota keluarga atau kerabat yang menggunakan suatu produk menjadi inspirasi bagi saya untuk menggunakan produk yang sama.	19	36	20	5	0	309	3.9
3	Pendapat keluarga menjadi salah satu rujukan bagi saya dalam menentukan merek barang yang akan saya beli.	18	34	20	8	0	302	3.8
4	Saya dalam berbelanja tidak pernah tergoda oleh bujukan orang-orang sekitar saya.	3	14	23	30	10	210	2.6
5	Saya membeli suatu produk setelah melihat teman saya menggunakan produk tersebut	3	20	24	27	6	227	2.8
6	Saya tertarik membeli suatu barang setelah mendengar informasi dari teman saya.	10	25	27	15	3	264	3.3
7	Saya kadang terpengaruh dengan promosi atau informasi orang-orang di sekitar saya atau dari televisi maupun media lainnya.	15	27	20	15	3	276	3.5

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
8	Dalam memutuskan membeli barang, saya akan meminta pendapat orang-orang sekitar saya terlebih dahulu	32	31	9	5	3	324	4.1
9	Saya melakukan pembelian barang agar dapat menggambarkan status sosial	4	7	23	33	13	196	2.5
10	Barang yang saya pilih dapat mewakili peran dan status saya di masyarakat	4	10	33	24	9	216	2.7
jumlah							2633	33
rata-rata							263.3	3.3

Sumber Data: Data Primer

Tanggapan responden pada tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi pada pernyataan nomor 8 dengan skor yaitu 324. Pernyataan nomor 8 “*Dalam memutuskan membeli barang, saya akan meminta pendapat orang-orang sekitar saya terlebih dahulu*”. Dari 80 responden terdapat 32 responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 31 responden menjawab setuju, 9 responden menjawab ragu-ragu, 5 responden menjawab tidak setuju dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa sikap siswa yang penuh pertimbangan dalam membelanjakan uangnya sesuai dengan pernyataan nomor 8 yang menunjukkan sikap siswa yang meminta pendapat orang-orang sekitar sebelum membeli barang yang diinginkan.

Pernyataan yang memperoleh skor terendah adalah pernyataan nomor 9 dengan jumlah skor total sebesar 196 dengan rincian 4 responden menjawab sangat setuju, 7 responden menjawab setuju, 23 responden menjawab ragu-ragu, 33 responden menjawab tidak setuju dan 13 responden menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan nomor 9 “*Saya melakukan pembelian barang agar dapat menggambarkan status sosial*”. Pada pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa

dominan siswa membeli barang tidak untuk menggambarkan status sosialnya seperti pada angket gaya hidup di atas, siswa lebih memilih membelanjakan uangnya untuk keperluan yang menunjang pembelajaran.

d. Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tidak terbatas dengan melakukan pembelian suatu barang atau jasa yang berlebihan atau secara tidak terencana. Jadi, di bawah ini tanggapan responden terhadap perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Tanggapan Responden Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
1	Saya lebih tertarik membeli barang pada saat diskon	3	14	23	30	10	210	2.6
2	Saya kurang tertarik membeli barang karena iming-iming Hadiah	3	20	24	27	6	227	2.8
3	Saya membeli barang hanya karena menyukai kemasannya yang unik	10	11	24	25	10	226	2.8
4	Saya suka ketika banyak orang perhatiannya tertuju pada penampilan saya	12	23	18	20	7	253	3.2
5	Jika teman-teman saya membeli barang bermerek, saya pun ikut membelinya meskipun harganya mahal	2	1	18	29	30	156	2.0
6	Saya lebih suka membeli barang dengan model terbaru agar tidak ketinggalan jaman	10	17	34	16	3	255	3.2
7	Saya tidak segan membeli produk yang dipakai oleh idola Saya	4	9	21	26	20	191	2.4
8	Saya membeli barang tidak melihat siapa yang menjadi bintang iklannya	29	30	14	4	3	318	4.0
9	Menurut saya, seseorang yang menggunakan produk mahal	14	35	17	9	5	284	3.6

No	Indikator	Skor					Jumlah Skor	Rata-Rata
		SS	S	R	TS	STS		
	akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi							
10	Saya membeli dua produk sekaligus ketika bingung memilih produk	12	9	29	21	9	234	2.9
Jumlah							2354	29
rata-rata							235.4	2.9

Sumber Data: Data Primer

Tanggapan responden pada tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi pada pernyataan nomor 8 dengan skor yaitu 318. Pernyataan nomor 8 “*Saya membeli barang tidak melihat siapa yang menjadi bintang iklannya*”. Data dari 80 responden terdapat 29 responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 30 responden menjawab setuju, 14 responden menjawab ragu-ragu, 4 responden menjawab tidak setuju, dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan tersebut merupakan indikator perilaku konsumtif yaitu memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Berdasarkan hasil angket siswa saat membeli barang tidak terpengaruh oleh bintang iklannya melainkan kegunaan dari produk yang dibelinya.

Pernyataan yang memperoleh skor terendah adalah pernyataan nomor 7 dengan jumlah skor total sebesar 191 dengan rincian 4 responden menjawab sangat setuju, 9 responden menjawab setuju, 21 responden menjawab ragu-ragu, 26 responden menjawab tidak setuju dan 20 responden menjawab sangat tidak setuju. Pernyataan nomor 7 “*Saya tidak segan membeli produk yang dipakai oleh idola saya*”. Pada pernyataan ini, dapat disimpulkan bahwa pada usia siswa saat ini tentunya memiliki idola yang dikaguminya baik itu artis dalam negeri maupun artis luar negeri. Namun, pada pernyataan nomor 7 ini memiliki respon yang

kurang terhadap siswa di mana dominan siswa tidak setuju dengan pernyataan nomor 7 yaitu membeli produk yang dipakai idola.

B. Uji Keabsahan Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat kelayakan dan ketepatan tiap butir pertanyaan/pernyataan untuk menghasilkan data yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur dan dapat mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Perhitungan uji validitas menggunakan SPSS versi 21. Apabila korelasi tiap item pernyataan positif dan besarnya 0,30 keatas ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$) maka butir item tersebut valid, dan jika korelasi di bawah 0,30 keatas ($r_{hitung} < r_{tabel}$), maka butir item tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki.

Adapun hasil uji validitas yang dilakukan terhadap instrumen penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Uji Validitas Literasi Keuangan

Tabel 4.11: Validitas Literasi Keuangan

Variabel Literasi Keuangan (X ₁)	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item 1	0,534 > 0,256		Valid
Item 2	0,556 > 0,256		Valid
Item 3	0,650 > 0,256		Valid
Item 4	0,426 > 0,256		Valid
Item 5	0,504 > 0,256		Valid
Item 6	0,751 > 0,256		Valid
Item 7	0,573 > 0,256		Valid
Item 8	0,530 > 0,256		Valid
Item 9	0,625 > 0,256		Valid
Item 10	0,627 > 0,256		Valid

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

b. Uji Validitas Gaya Hidup

Tabel 4.12: Validitas Gaya Hidup

Variabel Gaya Hidup (X_2)	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,272	0,256	Valid
Item 2	0,657	0,256	Valid
Item 3	0,673	0,256	Valid
Item 4	0,579	0,256	Valid
Item 5	0,754	0,256	Valid
Item 6	0,662	0,256	Valid
Item 7	0,743	0,256	Valid
Item 8	0,683	0,256	Valid
Item 9	0,595	0,256	Valid
Item 10	0,304	0,256	Valid

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Statistics 25

Hidup siswa SMA Negeri 5 Parepare datanya valid.

c. Uji Validitas Lingkungan Sosial

Tabel 4.13: Validitas Lingkungan Sosial

Variabel Lingkungan Sosial (X_3)	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,496	0,256	Valid
Item 2	0,614	0,256	Valid
Item 3	0,586	0,256	Valid
Item 4	0,559	0,256	Valid
Item 5	0,617	0,256	Valid
Item 6	0,803	0,256	Valid
Item 7	0,550	0,256	Valid
Item 8	0,595	0,256	Valid
Item 9	0,696	0,256	Valid
Item 10	0,589	0,256	Valid

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

d. Uji Validitas Lingkungan Sosial

Tabel 4.14: Validitas Lingkungan Sosial

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,492	0,256	Valid

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Item 2	0,449	0,256	Valid
Item 3	0,584	0,256	Valid
Item 4	0,549	0,256	Valid
Item 5	0,639	0,256	Valid
Item 6	0,590	0,256	Valid
Item 7	0,456	0,256	Valid
Item 8	0,511	0,256	Valid
Item 9	0,594	0,256	Valid
Item 10	0,622	0,256	Valid

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

2. Uji Reliabilitas

Realibitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan yang digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Bila alat pengukur tersebut digunakan dua kali atau dipakai berulang untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten dan dapat diandalkan.⁸³ Menguji realibitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Instrumen dikatakan reliabel apabila koefisien Cronbach's Alpha lebih besar atau sama dengan 0.6 maka instrumen dikatakan reliabel. Jika koefisien Cronbach's Alpha lebih kecil dari 0,6 maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

Adapun hasil uji reliabilitas dari setiap item pernyataan variable yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

- a. Uji reliabilitas Literasi Keuangan

⁸³ Duwi Priyatno, *Spss, Analisis Statistic Data Lebih Cepat Dan Lebih Akurat*. (Yogyakarta: Medikom, 2011). h. 24.

Data 4.15 : Reliabilitas Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	10

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's *alpha* > 0,60 = reliable atau konsisten

Jika nilai Cronbach's *alpha* < 0,60 = tidak reliable atau tidak konsisten

Data 4.15 di atas disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai cronbach's alpha 0,775 > 0,60 sehingga data tersebut dapat dikatakan reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal sehingga data tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

b. Uji reliabilitas Gaya Hidup

Data 4.16 : Reliabilitas Gaya Hidup

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	10

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's *alpha* > 0,60 = reliable atau konsisten

Jika nilai Cronbach's *alpha* < 0,60 = tidak reliable atau tidak konsisten

Data 4.16 di atas disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai cronbach's alpha 0,801 > 0,60 sehingga data tersebut dapat dikatakan reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal. Data tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

c. Uji reliabilitas Lingkungan Sosial

Data 4.17 : Reliabilitas Lingkungan Sosial

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's *alpha* $> 0,60$ = reliable atau konsisten

Jika nilai Cronbach's *alpha* $< 0,60$ = tidak reliable atau tidak konsisten

Data 4.17 di atas disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai cronbach's alpha $0,813 > 0,60$ sehingga data tersebut dapat dikatakan reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal sehingga data tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

d. Uji reliabilitas Perilaku Konsumtif

Data 4.18 : Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	10

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai Cronbach's *alpha* $> 0,60$ = reliable atau konsisten

Jika nilai Cronbach's *alpha* $< 0,60$ = tidak reliable atau tidak konsisten

Data 4.18 di atas disimpulkan bahwa masing-masing variabel mempunyai *cronbach's alpha* $0,740 > 0,60$ sehingga data tersebut dapat dikatakan reliable yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal sehingga data tersebut dapat digunakan untuk pengukuran dan penelitian berikutnya.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear secara signifikan atau tidak. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel *independent* (X) dan variabel *dependent* (Y). Uji ini biasanya dilakukan untuk memenuhi syarat uji korelasi. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila *signifikansi (Deviation for Linearity)* lebih dari 0,05.

Adapun hasil uji linearitas dari setiap item pernyataan variable yang digunakan dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

a. Uji Linearitas Literasi Keuangan

Tabel 4.19 : Linearitas Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Literasi_Keuangan	Between Groups	(Combined)	2207.816	25	88.313	7.695	.000
		Linearity	1937.872	1	1937.872	168.855	.000
		Deviation from Linearity	269.944	24	11.248	.980	.505
	Within Groups		619.734	54	11.477		
	Total		2827.550	79			

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 = ada hubungan yang linear

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0,05 = tidak ada hubunganyang linear

Tabel hasil uji linearitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* yaitu 0,505 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 atau nilai 0,505 > 0,05 yang artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel literasi keuangan dengan perilaku konsumtif.

b. Uji Linearitas Gaya Hidup

Tabel 4.20 : Linearitas Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Gaya_Hidup	Between Groups	(Combined)	1687.458	22	76.703	3.835	.000
		Linearity	1050.915	1	1050.915	52.542	.000
		Deviation from Linearity	636.543	21	30.312	1.515	.109
Within Groups			1140.092	57	20.002		
Total			2827.550	79			

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 = ada hubungan yang linear

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0,05 = tidak ada hubungan yang linear

Tabel hasil uji linearitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* yaitu 0,505 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05 atau nilai 0,109 > 0,05 yang artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel gaya hidup dengan perilaku konsumtif.

c. Uji Linearitas Lingkungan Sosial

Tabel 4.21 : Linearitas Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Lingkungan_Sosial	Between Groups	(Combined)	1887.567	26	72.599	4.093	.000
		Linearity	1320.538	1	1320.538	74.457	.000
		Deviation from Linearity	567.028	25	22.681	1.279	.223
Within Groups			939.983	53	17.736		
Total			2827.550	79			

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Dasar pengambilan keputusannya dalam uji reliabilitas adalah :

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ = ada hubungan yang linear

Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* $< 0,05$ = tidak ada hubunganyang linear

Tabel hasil uji linearitas di atas menunjukkan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* yaitu 0,505 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai *Deviation from Linearity Sig.* $> 0,05$ atau nilai 0,223 $> 0,05$ yang artinya ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel lingkungan sosial dengan perilaku konsumtif.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Teknik dalam uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji normalitas kolmogrof dengan hasil uji sebagai berikut:

Tabel 4.22
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10011465
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.042
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

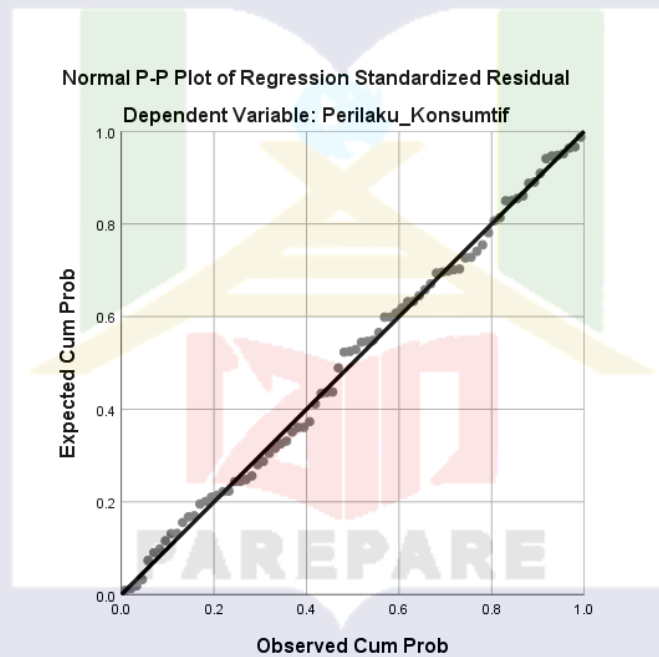
Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas di atas adalah sebagai berikut:

Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$ = data berdistribusi normal

Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $< 0,05$ = data tidak berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas ditemukan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

Selain uji normalitas menggunakan uji P-Plot, penelitian ini juga menggunakan uji normalitas P Plot dengan hasil hasil uji sebagai berikut:



Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa sebaran titik berada disepanjang garis diagonal dan mengikuti arus garis diagonal. Pengujian distribusi data yang dilakukan dengan metode grafis ini menunjukkan hasil yang dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan untuk mengukur pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif karena telah memenuhi asumsi normalitas.

C. Hasil Penelitian

1. Uji One Sample T Test

Untuk mengetahui seberapa baik Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumtif Siswa SMA Negeri 5 Parepare.

a. Literasi Keuangan (X_1)

Pengambilan keputusan dalam *One Sample T Test* yaitu sebagai berikut:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ Maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ Maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Sebelum membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} maka terlebih dahulu menghitung skor ideal untuk variabel literasi keuangan. Berdasarkan tabel 4.4 tentang jawaban responden terhadap literasi keuangan, diketahui skor untuk variabel literasi keuangan yang diperoleh setelah dilakukan penjumlahan adalah 2.458 sedangkan untuk menghitung skor idealnya adalah $5 \times 10 \times 80 = 4.000$, dengan rincian 5 adalah skor tertinggi 10 adalah jumlah item pernyataan dan 80 adalah jumlah responden sehingga dengan demikian nilai ideal untuk variabel literasi keuangan yang ditampilkan dari tabel 4.5 adalah $2.458 : 4.000 = 0,61$ atau 61%. Jadi nilai literasi keuangan adalah 61%.

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t_{hitung} dengan melihat hasil uji *One Sample T Test* untuk variabel literasi keuangan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23
One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Literasi_Keuangan	-42.294	79	.000	-29.275	-30.65	-27.90

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil t test di atas diperoleh nilai t hitung sebesar -42.294 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1 = (80 - 1 = 79)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,292. Nilai t hitung (-42.294) < t tabel (1,292). Perhitungan sampel ditemukan rata-rata literasi keuangan = 61% dari yang diharapkan.

Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki nilai sebesar 61% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang cukup baik.

b. Gaya Hidup (X_2)

Pengambilan keputusan dalam *One Sample T Test* yaitu sebagai berikut:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Sebelum membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} maka terlebih dahulu menghitung skor ideal untuk variabel lingkungan sosial. Berdasarkan tabel 4.5 tentang jawaban responden terhadap gaya hidup, diketahui skor untuk variabel gaya hidup yang diperoleh setelah dilakukan penjumlahan adalah 2.452. Sedangkan untuk menghitung skor idealnya adalah $5 \times 10 \times 80 = 4.000$, dengan rincian 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah item pernyataan dan 80 adalah jumlah responden. Sehingga dengan demikian nilai ideal untuk variabel gaya

hidup yang ditampilkan dari tabel 4.5 adalah $2.452 : 4.000 = 0,61 = 61\%$. Jadi nilai gaya hidup adalah 61%.

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t_{hitung} dengan melihat hasil uji *One Sample T Test* untuk variabel gaya hidup adalah sebagai berikut:

Tabel 4.24
One-Sample Test

	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Gaya_Hidup	-44.030	79	.000	-29.350	-30.68	-28.02

Test Value = 60

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil t test di atas diperoleh nilai t hitung sebesar -44.030 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1 = (80 - 1 = 79)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,292. Nilai t hitung (-44.030) < t tabel (1,292), Hasil perhitungan sampel ditemukan rata-rata gaya hidup = 61% dari yang diharapkan.

Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki nilai sebesar 61% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang cukup baik.

c. Lingkungan Sosial (X_3)

Pengambilan keputusan dalam *One Sample T Test* yaitu sebagai berikut:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Sebelum membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} maka terlebih dahulu menghitung skor ideal untuk variabel lingkungan sosial. Berdasarkan tabel 4.6 tentang jawaban responden terhadap lingkungan sosial, diketahui skor untuk variabel lingkungan sosial yang diperoleh setelah dilakukan penjumlahan adalah 2.633. Sedangkan untuk menghitung skor idealnya adalah $5 \times 10 \times 80 = 4.000$, dengan rincian 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah item pernyataan dan 80 adalah jumlah responden sehingga dengan demikian nilai ideal untuk variabel lingkungan sosial yang ditampilkan dari tabel 4.6 adalah $2.633 : 4.000 = 0,65 = 65\%$. Jadi nilai lingkungan sosial adalah 65%.

Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai t_{hitung} dengan melihat hasil uji *One Sample T Test* untuk variabel lingkungan sosial adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25
One-Sample Test

Test Value = 60

	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Lingkungan Sosial	-40.110	79	.000	-27.088	-28.43	-25.74

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil t test di atas diperoleh nilai t hitung sebesar -40.110 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1 = (80 - 1 = 79)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,292. Nilai t hitungnya

$(-40.110) < t \text{ tabel } (1,292)$, Perhitungan sampel ditemukan rata-rata lingkungan sosial = 65% dari yang diharapkan.

Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial memiliki nilai sebesar 65% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang cukup baik.

d. Perilaku Konsumtif (Y)

Pengambilan keputusan dalam *One Sample T Test* yaitu sebagai berikut:

Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Sebelum membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} maka terlebih dahulu menghitung skor ideal untuk variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan tabel 4.7 tentang jawaban responden terhadap perilaku konsumtif, diketahui skor untuk variabel perilaku konsumtif yang diperoleh setelah dilakukan penjumlahan adalah 2.354 sedangkan untuk menghitung skor idealnya adalah $5 \times 10 \times 80 = 4.000$ dengan rincian 5 adalah skor tertinggi, 10 adalah jumlah item pernyataan dan 80 adalah jumlah responden sehingga dengan demikian nilai ideal untuk variabel lingkungan sosial yang ditampilkan dari tabel 4.7 adalah $2.354 : 4.000 = 0,58 = 58\%$. Jadi nilai perilaku konsumtif adalah 65%.

Perhitungan nilai t_{hitung} dengan melihat hasil uji *One Sample T Test* untuk variabel perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 4.26
One-Sample Test

	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Perilaku_Konsumtif	-45.711	79	.000	-30.575	-31.91	-29.24

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil t test di atas diperoleh nilai t hitung sebesar -45.711 jika dibandingkan dengan nilai t tabel dengan $dk = n - 1 = (80 - 1 = 79)$ dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$ (0.05) diperoleh nilai t tabel sebesar 1,292. Nilai t hitung (-45.711) < t tabel (1,292), maka H_0 diterima dan H_4 ditolak. Hipotesis yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif siswa SMA Negeri 5 Parepare lebih besar dari 60% dapat diterima dan hipotesis yang menyatakan perilaku konsumtif “paling tinggi 60% dari nilai ideal” tidak dapat diterima atau terdapat perbedaan antara yang diduga di dalam populasi dengan data yang terkumpul dari sampel. Hasil perhitungan sampel ditemukan rata-rata perilaku konsumtif = 58% dari yang diharapkan.

Skor klasifikasi

Skor	Klasifikasi
80-100	Sangat Baik
66-79	Baik
56-65	Cukup Baik
40-55	Buruk
< 39	Sangat Buruk

Berdasarkan tabel skor klasifikasi di atas, menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki nilai sebesar 58% yang berarti skor klasifikasinya berada pada tingkat yang cukup baik.

2. Korelasi *Pearson Product Moment*

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Teknik korelasi seorang peneliti dapat mengetahui hubungan variasi dalam sebuah variabel dengan variasi yang lain. Besarnya atau tingginya hubungan tersebut dinyatakan dalam bentuk koefisien korelasi.⁸⁴

Pengambilan keputusannya adalah:

Jika nilai signifikansi < 0.05 maka terdapat korelasi antar variabel.

Jika nilai signifikansi > 0.05 maka tidak terdapat korelasi.

Adapun hasil *Korelasi Pearson Product Moment* dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.27
Hasil Korelasi *Pearson Product Moment*
Correlations

		Literasi_Ke uangan	Gaya_Hidup	Lingkungan_ Sosial	Perilaku_Ko nsumtif
Literasi_Keuangan	Pearson Correlation	1	.541**	.872**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Gaya_Hidup	Pearson Correlation	.541**	1	.505**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
Lingkungan_Sosial	Pearson Correlation	.872**	.505**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Perilaku_Konsumtif	Pearson Correlation	.828**	.610**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

⁸⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. h. 326.

Berdasarkan nilai signifikan (*sig*) dari tabel 4.28 di atas dapat diketahui antara literasi keuangan (X_1) dengan perilaku konsumtif (Y) nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara X_1 dan Y , maka H_1 diterima.

Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,80 - 0,100	Sangat Kuat
2	0,60 - 0,799	Kuat
3	0,40 - 0,599	Sedang
4	0,20 - 0,399	Lemah
5	0,00 - 0,199	Sangat Lemah

Berdasarkan tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation X_1 terhadap Y yaitu 0,828 yang artinya tingkat korelasinya sangat kuat.

Selanjutnya antara gaya hidup (X_2) dengan perilaku konsumtif (Y) nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup (X_2) dengan variabel (Y), maka H_2 diterima kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation X_2 terhadap Y yaitu 0,610 yang artinya tingkat korelasinya kuat selanjutnya antara lingkungan Sosial (X_3) dengan Perilaku Konsumtif (Y) nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel lingkungan sosial (X_3) dengan variabel perilaku konsumtif (Y), maka H_3 diterima kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan. Disimpulkan bahwa nilai

Pearson Correlation X_3 terhadap Y yaitu 0,683 yang artinya tingkat korelasinya kuat.

3. Uji t (Pengujian secara parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen secara individu (*parsial*) mempengaruhi variabel dependen ini berarti menjelaskan literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial secara terpisah dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hasil Uji t yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 24 dapat dilihat pada tabel *Coefficients* dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat nilai *p-value*. Nilai *p-value* yang memenuhi standar jika lebih kecil dari nilai *level of significant* yaitu 0,05.

Adapun hasil uji t dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.28
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.643	2.203		1.200	.234
	Literasi_Keuangan	.839	.121	.868	-6.949	.000
	Gaya_Hidup	.239	.071	.238	3.363	.001
	Lingkungan_Sosial	-.192	.121	-.194	-1.595	.115

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Tabel Uji t telah dilakukan pada variabel literasi keuangan diketahui bahwa *p-value* < *level of significant* di mana $0,000 < 0,05$ ini berarti literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 ditolak dan H_4 diterima sedangkan pada variabel gaya hidup diketahui *p-value* < *level of significant* di mana $0,001 < 0,05$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup positif dan berpengaruh signifikan terhadap perilaku

konsumtif secara parsial. H_0 ditolak dan H_5 diterima selanjutnya pada tabel variabel lingkungan sosial diketahui $p\text{-value} > \text{level of significant}$ di mana $0,115 > 0,05$. Disimpulkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 diterima dan H_6 ditolak.

4. Uji F (Pengujian secara simultan)

Uji f digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas (independen) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat (dependen).

Hasil yang diperoleh dari Uji f yang dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS *Statistic* versi 24 dapat dilihat pada tabel ANOVA. Hasil f test menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika $p\text{-value}$ (pada kolom signifikan) lebih kecil dari $\text{level of significant}$ yaitu 0,05.

Adapun hasil uji f dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.29
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2068.304	3	689.435	69.012	.000 ^b
	Residual	759.246	76	9.990		
	Total	2827.550	79			

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Lingkungan_Sosial, Gaya_Hidup, Literasi_Keuangan

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui nilai F hitung sebesar 69,012 dan nilai F tabel diperoleh nilai 2,72 karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel di mana $69,012 > 2,72$ maka dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain menggunakan nilai F, pengaruh simultan juga dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi yang diperoleh dibandingkan dengan tingkat signifikansi 0,05. Tabel 4.30 menunjukkan bahwa nilai signifikasinya sebesar 0,000 lebih kecil apabila dibandingkan dengan 0,05 karena nilai $\text{sig} \leq \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_7 diterima sehingga dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

5. Regresi Linear Berganda

Regresi liner berganda ini digunakan untuk mencari pengaruh antara nilai variabel yang ada biasanya variabel X dan Y menampilkan simbol dari suatu data di mana Y sebagai variabel tergantung dan X sebagai variabel bebas.

Penelitian ini regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui kelinieran pengaruh antara variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif. Hasil olahan data yang dilakukan dengan program IMB SPSS maka didapatkan hasil regresi linear berganda sebagai berikut:

Tabel 4.30

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.643	2.203		1.200	.234
	Literasi_Keuangan	.839	.121	.868	- 6.949	.000
	Gaya_Hidup	.239	.071	.238	3.363	.001
	Lingkungan_Sosial	-.192	.121	-.194	-1.595	.115

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh regresi linear berganda sebagai berikut:

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

$$Y = 2,643 + 0,839X_1 + 0,239X_2 - 0,192X_3$$

Keterangan :

Y	=	Perilaku Konsumtif
a	=	Konstanta.
β_1, β_2	=	Koefisien Regresi.
X_1	=	Variabel Literasi Keuangan
X_2	=	Variabel Gaya Hidup
X_3	=	Variabel Lingkungan Sosial

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

a = konstanta sebesar 2,643 menyatakan bahwa jika variabel literasi keuangan (X_1), variabel gaya hidup (X_2), variabel lingkungan sosial (X_3) dianggap konstan, maka Perilaku Konsumtif akan positif.

β_1 = 0,839, koefisien regresi literasi keuangan (X_1) sebesar 0,839 yang berarti apabila gaya hidup (X_2) konstan, maka dengan adanya peningkatan literasi keuangan semakin tinggi sehingga mengakibatkan perilaku konsumtif menurun.

β_2 = 0,239, koefisien regresi gaya hidup (X_2) sebesar 0,239 yang berarti apabila literasi keuangan (X_1) konstan, maka dengan adanya peningkatan gaya hidup juga akan mengakibatkan perilaku konsumtif meningkat.

β_3 = -0,192 koefisien regresi lingkungan sosial (X_3) artinya jika lingkungan sosial (X_3) mengalami kenaikan satuan, maka perilaku konsumtif akan mengalami penurunan sebesar 19,2% koefisien bernilai negatif artinya antara lingkungan sosial dan perilaku konsumtif hubungan negatif. Ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi variabel lingkungan sosial yang negatif.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai koefisien regresi (X_n, β_n) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol makanya variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lainnya sehingga jika menbandingkan nilai koefisien literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial yang memiliki nilai tertinggi adalah variabel literasi keuangan dengan nilai 0,839, sehingga dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan berpengaruh adalah variabel literasi keuangan.

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Nilai R square dikatakan baik jika di atas 0,5 karena nilai R square berkisar antara 0 – 1.

Tabel 4.31
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.731	.721	3.161

a. Predictors: (Constant), Lingkungan_Sosial, Gaya_Hidup, Literasi_Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber: data diolah menggunakan IBM SPSS Versi 25

Berdasarkan Tabel 4.32 di atas dapat diketahui bahwa R Square atau koefisien determinasi sebesar 0,731, dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,721 – 72% artinya perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial sebesar 72% sedangkan sisanya 28% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti FOMO (selalu mengikuti tren), rasa

gengsi yang tinggi dan lain sebagainya. Jika dilihat menggunakan tabel tingkat korelasi dan kekuatan hubungan pada halaman sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa nilai 72% memiliki tingkat hubungan yang kuat.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan juga telah diujikan sebelumnya bahwa terkait instrument dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif adalah valid dan reliable, sehingga indikator dan item-item pernyataan pada penelitian ini dapat digunakan pada pengujian yang lainnya. Berdasarkan hal tersebut maka pembahasan dari masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Hubungan antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif. Adapun indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan siswa menggunakan teori yang dikemukakan oleh Hani Ismanto, yaitu sebagai berikut:

- a. Pengetahuan keuangan, merupakan pemahaman berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan formal, produk dan layanan jasa lembaga keuangan, pengetahuan terkait dengan karakteristik produk.
- b. Perilaku keuangan, berhubungan dengan tujuan menggunakan produk dan upaya mencapai tujuan keuangan. Menurut Hilgert, menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang akan tampak dari seberapa bagus seseorang

mengelola uang kas, mengelola utang, tabungan, dan pengeluaran-pengeluaran lainnya.

- c. Sikap keuangan, berhubungan dengan tujuan keuangan dan penyusunan rencana keuangan pribadi.
- d. Tingkat keyakinan keuangan (*confidence*), berkaitan dengan pengetahuan mengenai lembaga keuangan, produk dan layanan jasa keuangan serta kepercayaan terhadap lembaga jasa keuangan⁸⁵.

Hasil uji korelasi berdasarkan nilai *signifikansi* (*Sig*) dari tabel korelasi dapat diketahui antara literasi keuangan (X_1) dengan perilaku konsumtif (Y) di mana nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan. Maka H_1 diterima karena korelasinya positif, maka apabila literasi keuangan naik maka perilaku konsumtif akan turun begitupun sebaliknya, jika literasi keuangan menurun maka perilaku konsumtif akan naik kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan di atas, disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation X_1 terhadap Y yaitu 0,828 yang artinya tingkat korelasinya sangat kuat.

Berdasarkan pada penilaian kuisioner diperoleh nilai Literasi Keuangan sebesar 61% yang masih tergolong dalam klasifikasi cukup. Menurut Herdjiono & Damanik⁸⁶ seseorang dengan literasi keuangan yang baik tidak akan selamanya memiliki pengelolaan keuangan yang baik pula. Hal tersebut disebabkan terdapat berbagai faktor lain yang dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan seperti lingkungan, orang tua, kepuasan hidup, kebiasaan dan lain sebagainya sehingga belum tentu seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi memiliki

⁸⁵ Hadi Ismanto and Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), h. 50.

⁸⁶ I. Herdjiono and L. A. Damanik, 'Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior.', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, Vol. 9(3) (2016).

tingkat pengelolaan yang baik pula, pun sebaliknya seseorang dengan literasi keuangan yang rendah cenderung dengan pengelolaan keuangan yang kurang baik.

Terdapat beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya, di antaranya uang saku dan penghasilan orang tua. Uang saku merupakan bentuk tanggung jawab orang tua kepada anak khususnya siswa dimana tinggal jauh dari orang tua dengan harapan bisa mengelola uangnya secara bijak dan tidak boros. Hal ini sejalan dengan penelitian Menurut Sholeh⁸⁷ pengaruh besarnya kecilnya uang saku terhadap literasi keuangan mempengaruhi kemampuan siswa dalam mengelola atau mengendalikan keuangannya. Selain itu, penghasilan atau pendapatan tinggi yang diperoleh orang tua juga memberikan kesempatan lebih tinggi bagi siswa untuk memiliki kemampuan mengelola keuangannya menjadi lebih baik. Menurut Nidar dan Bestari⁸⁸ menyatakan bahwa pengaruh besarnya kecilnya penghasilan orang tua terhadap literasi keuangan mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola atau mengendalikan keuangannya. Sama halnya dengan siswa di SMA Negeri 5 Parepare pengelolaan keuangan siswa biasanya juga dipengaruhi oleh besar kecilnya penghasilan orang tua sehingga akan mempengaruhi besar kecilnya uang jajan siswa yang diberikan.

2. Hubungan antara Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup hedonisme adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

⁸⁷ B Sholeh, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang.', *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, Vol.4, No. (2019).

⁸⁸ S. R Nidar and S Bestari, 'Personal Financial Among University Students (Case Study at Padjajaran University Students', *World Journal of Social Sciences*, Vol. 2 (4) (2012).

Adapun indikator gaya hidup hedonisme menurut Sumarwan, yaitu sebagai berikut:

- a. Kegiatan (*Activity*), merupakan suatu hal mengenai apa yang dikerjakan individu, produk apa yang dibeli maupun digunakan, dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, seperti hiburan dan belanja.
- b. Minat (*Interest*), merupakan suatu objek peristiwa maupun topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus. Minat meliputi kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup individu tersebut. Minat merupakan suatu hal yang dianggap menarik dalam meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Seperti, fashion, makanan, dan keberhasilan.
- c. Opini (*Opinion*), merupakan suatu pandangan dan perasaan individu dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi, dan sosial. Opini juga digunakan dalam mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti diri sendiri dan produk.⁸⁹

Hasil Uji Korelasi variabel gaya hidup (X_2) dengan perilaku konsumtif (Y) nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup (X_2) dengan variabel (Y), maka H_2 diterima karena korelasinya positif, apabila gaya hidup hedonisme meningkat maka perilaku konsumtif juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila gaya hidup hedonisme menurun maka perilaku konsumtif juga akan menurun.

Jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation X_2 terhadap Y yaitu 0,610 yang artinya tingkat korelasinya kuat.

⁸⁹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015). h. 68.

Berdasarkan pada penilaian kuisioner diperoleh nilai gaya hidup sebesar 61% yang masih tergolong dalam klasifikasi cukup baik sehingga gaya hidup tidak selamanya berpengaruh buruk terhadap pengelolaan keuangan. Terdapat berbagai faktor yang dapat menjadikan gaya hidup tidak selamanya berpengaruh buruk diataranya adalah dengan adanya literasi keuangan yang baik ataupun pembatasan interaksi sosial media. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Ritakumalasari dan Susanti⁹⁰ dengan membatasi interaksi sosial dan memiliki literasi keuangan yang baik maka mereka akan dapat mengontrol keuangan serta menggunakan waktunya untuk kegiatan yang lebih baik

Mengontrol keuangan yang dimiliki dengan cara tidak berlebihan dalam memenuhi gaya hidup dan mengutamakan faktor kebutuhan daripada keinginan merupakan suatu hal yang perlu diterapkan oleh masing-masing siswa atau siapapun agar terhindar dari kesulitan keuangan seperti yang telah dijelaskan oleh Jannah dan Riadi.⁹¹

3. Hubungan antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Lingkungan sosial merupakan tempat berlangsungnya bermacam-macam interaksi sosial antara anggota keluarga, sekolah, dan kelompok masyarakat. Kehidupan sehari-hari manusia tidak mungkin dapat hidup sendiri atau mencukupi kebutuhan sendiri tanpa membutuhkan bantuan keluarga, teman dan orang lain. Indikator lingkungan sosial menurut Dewantara, yaitu sebagai berikut:

⁹⁰ Ritakumalasari and Susanti, 'Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.', *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9 (4) (2021).

⁹¹ M. Jannah and R. M. Riadi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau.', *Journal Pendidikan Ekonomi*, 6, 13546-1 (2022).

- a. Lingkungan keluarga adalah lingkungan yang dialami anak dalam berinteraksi dengan anggota keluarga, baik interaksi secara langsung maupun tidak langsung. Suasana keluarga akan berpengaruh bagi perkembangan kepribadian anak. Anak akan menerima pengaruh dari keluarga berupa cara orang tua mendidik dan suasana rumah.
- b. Lingkungan sekolah adalah lingkungan pendidikan formal yang mempunyai peran penting dalam mencerdaskan dan membimbing moral perilaku anak. Lingkungan sekolah digolongkan sebagai pusat pendidikan kedua setelah lingkungan keluarga, sehingga mempunyai fungsi melanjutkan pendidikan keluarga dengan guru sebagai ganti orang tua yang harus ditaati. Lingkungan sekolah meliputi hubungan guru dengan siswa dan hubungan siswa dengan siswa.
- c. Lingkungan masyarakat merupakan tempat ketiga setelah lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah, bagi seorang anak yang ingin mendapatkan pendidikan baik pendidikan cara menyelesaikan masalah, tingkah laku maupun moral sehingga akan menjadikan anak tersebut cerdas, terampil dan berbudi pekerti luhur. Lingkungan masyarakat meliputi bentuk kehidupan masyarakat dan teman bergaul.⁹²

Hasil uji korelasi antara lingkungan sosial (X_3) dengan perilaku konsumtif (Y) memperoleh nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel lingkungan sosial (X_3) dengan variabel perilaku konsumtif (Y), maka H_3 diterima.

Jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan dapat disimpulkan bahwa nilai *Pearson Correlation* X_3 terhadap Y yaitu 0,683 yang artinya tingkat korelasinya kuat.

⁹² Dewantara, *Membangun Kepribadian Dan Watak Bangsa Indonesia*. h. 88.

Berdasarkan pada penilaian kuisisioner diperoleh nilai lingkungan sosial sebesar 65% yang masih tergolong dalam klasifikasi cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif lingkungan tempat di mana seseorang berinteraksi atau bergaul maka akan berdampak positif pula dengan perilaku keuangannya. Hal ini relevan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory of Planned Behavior* di mana setiap perilaku seseorang akan dipengaruhi oleh lingkungan internal dan eksternal. Apabila lingkungan tersebut memberikan dampak positif, maka seseorang pun akan berperilaku positif.

4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Terkait rumusan masalah dan hipotesis pada bab sebelumnya mengenai variabel literasi keuangan siswa SMA Negeri 5 Parepare terhadap perilaku konsumtif maka berdasarkan uji t secara parsial menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan $0,000 < 0,05$ ini berarti literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Literasi keuangan menurut Pulungan adalah kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep-konsep keuangan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku⁹³. Menurut Tribuana dalam penelitiannya disebutkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan seorang individu dalam mengatur atau mengelola keuangannya sendiri agar tidak terjadi kesulitan keuangan dalam kehidupannya.⁹⁴ Otoritas Jasa Keuangan (OJK)

⁹³ Pulungan, D. R. and H. Febriaty, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.', *Journal Of Economic Studies*, 2(3), 103– (2018). h. 6.

⁹⁴ L. Tribuana, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.', *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145– (2020). h. 12.

menggambarkan dan mendeskripsikan literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan, serta produk dan jasanya yang dituangkan dalam penilaian parameter atau ukuran literasi. Pengungkapan indeks literasi keuangan ini sangat penting untuk melihat kondisi mengenai tingkat ilmu dasar keuangan dan pengetahuan masyarakat terhadap fitur, manfaat dan resiko. Hak dan kewajiban mereka sebagai penggunaan produk dan jasa keuangan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Yohanes Maria Vianey Kenale Sada⁹⁵ yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan ketika seseorang memiliki pemahaman atau literasi keuangan yang baik maka secara tidak langsung akan memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang baik pula sehingga cenderung terhindar dari masalah-masalah keuangan, begitu sebaliknya, apabila seseorang tidak memiliki literasi keuangan yang baik maka secara tidak langsung akan mengalami kesulitan dalam proses pengelolaan keuangannya sehingga cenderung terjadi masalah kesulitan keuangan pada dirinya. Pernyataan ini didukung oleh Kusnandar & Kurniawan⁹⁶ yang menyatakan bahwa seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah akan cenderung berpikir jangka pendek dan identik dengan praktik belanja impulsif sehingga seringkali seseorang dengan pendapatan yang cukup masih mengalami masalah finansial karena perilaku keuangan yang kurang bertanggung jawab atau kurang baik.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Rina Wahyuni dkk⁹⁷, bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan

⁹⁵ Sada.

⁹⁶ D. L. Kusnandar and D. Kurniawan, 'Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya.', *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage*, 1.03 (2018).

⁹⁷ Wahyuni and others.

terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Asisi dan Purwantoro⁹⁸ yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Haryana⁹⁹ menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Individu yang tidak mampu mengatur keuangan pribadinya maka akan terjebak dalam perilaku konsumtif terutama di zaman teknologi saat ini. Tingginya tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh individu tidak menjamin dengan kemampuannya dalam menekan pengeluaran karena keinginan untuk selalu mengikuti perkembangan zaman, maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Irma Riana¹⁰⁰ juga tidak sejalan dengan penelitian ini. Penelitian Irma Riana menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Wanita Karir di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis, melihat dari data literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,981 > 0,05$ hal ini disebabkan karena tingginya keinginan memenuhi segala hal yang bukan merupakan kebutuhan tetapi keinginan

⁹⁸ I. Asisi and Purwantoro., '(2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*', Asisi, I., (2020) <<http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/view/4194>>.

⁹⁹ R. D. T. Haryana, 'Pengaruh Life Style, Self Control, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping.', *Konomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, E16(1), 29 (2020).

¹⁰⁰ Irma Riana, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis' (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau, 2020).

5. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif

Terkait rumusan masalah dan hipotesis pada bab sebelumnya mengenai variabel gaya hidup hedonisme siswa SMA Negeri 5 Parepare terhadap perilaku konsumtif maka berdasarkan uji t secara parsial menunjukkan gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan $0,001 < 0,05$ ini berarti gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 ditolak dan H_5 diterima.

Teori hedonisme menurut Utami¹⁰¹ mengatakan bahwa segala perbuatan yang dilakukan manusia baik disadari maupun tidak, baik muncul dari kekuatan dari dalam maupun luar pada dasarnya mempunyai satu tujuan untuk mendapatkan hal yang disenangi dan menghindari hal yang menyakitkan. Segala aspek dalam kehidupan telah diatur berdasarkan Al-Quran dan Hadis termasuk pula kegiatan ekonomi di dalamnya. Ekonomi dalam islam berkaitan dengan cara memproduksi, distribusi, dan konsumsi yang harus sesuai dengan ajaran Islam. Saat ini siswa cenderung untuk memiliki tingkat hedonisme yang tinggi di mana mereka hanya mementingkan keinginan demi mendapatkan kepuasan dan kesenangannya semata. Salah satunya dengan membeli barang yang mereka inginkan yang bahkan cenderung dilakukan secara berlebihan.

Sebagaimana telah diatur dalam Al-Qur'an Allah swt berfirman dalam QS. Al Araf/7: 31¹⁰² yang menjelaskan bahwa Islam memerintahkan agar manusia dalam mengkonsumsi segala sesuatu di dunia ini terbatas pada barang atau jasa yang baik dan halal yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka. Mereka juga

¹⁰¹ C.W. Utami, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern* (Jakarta: Salemba Empat, 2012).

¹⁰² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya*. h. 118.

diperintahkan agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang berusaha menggoda manusia untuk mau mengharamkan sesuatu yang diharamkan Allah. Dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa dalam hal pemanfaatan nikmat dan karunia Allah swt harus dilakukan secara adil dan seimbang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga selain nantinya akan mendapatkan manfaat dari segi material, juga merasakan kepuasan dari segi spiritual.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Patricia dan Handayani¹⁰³ yang menyatakan bahwa terdapat Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif terhadap Pramugari Maskapai Penerbangan X. kemudian sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan Nurvitria¹⁰⁴. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Perilaku Pembelian Implusif pada Mahasiswa Jurusan PPB 2013 FIP UNY. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Yohanes Maria Vianey Kenale Sada¹⁰⁵ dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan.

6. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Terkait rumusan masalah dan hipotesis pada bab sebelumnya mengenai variabel lingkungan sosial siswa SMA Negeri 5 Parepare terhadap perilaku konsumtif maka berdasarkan uji t secara parsial menunjukkan lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel lingkungan sosial $0,115 > 0,05$ ini berarti tidak terdapat pengaruh yang searah antara

¹⁰³ N.L Patricia and S. Handayani, 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".', *Jurnal Psikologi.*, Vol 12 No (2014).

¹⁰⁴ A.L. Nurvitria, 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan 2013 FIB UNY.', *Jurnal Bimbingan Dan Konseling.*, Vol 4. No (2015).

¹⁰⁵ Sada..

lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif secara parsial, maka H_0 diterima dan H_6 ditolak.

Lingkungan sosial menurut Abdurrahman dan Oktapiani¹⁰⁶ merupakan tempat di mana individu berinteraksi dan melakukan sesuatu secara bersama-sama antar sesama maupun lingkungannya sedangkan menurut Sadulloh¹⁰⁷ mengartikan lingkungan sosial sebagai bentuk hubungan sikap atau tingkah laku antar manusia dan hubungannya antar manusia dengan manusia di sekitarnya. lingkungan sosial mencakup seluruh individu, kelompok, organisasi dan sistem di mana seseorang berhubungan dengannya, dapat disimpulkan bahwa lingkungan sosial merupakan lingkungan individu dalam berinteraksi terhadap sesama individu dalam rentang waktu yang tak terbatas.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rendika Vhalery¹⁰⁸ yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh lingkungan kampus pada pengelolaan uang saku mahasiswa Unindra. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Setya Stanto Albertus dan Ari Wahyu Leksono¹⁰⁹ yang menunjukkan bahwa adanya pengaruh lingkungan kampus terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa secara signifikan. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian Yohanes Maria Vianey Kenale Sada¹¹⁰ yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Penelitian ini juga

¹⁰⁶ S. W. Abdurrahman and S. Oktapiani, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, Vol. 05(02) (2019).

¹⁰⁷ U. Sadulloh, *Pedagogik Ilmu Mendidik*. (Jakarta: alfabeta, 2011).

¹⁰⁸ Rendika Vhalery, 'Pengaruh Lingkungan Kampus Dan Motivasi Keuangan Pada Pengelolaan Uang Saku Mahasiswa Universitas Indraprasta', *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol. X No. (2020).

¹⁰⁹ Setya Stanto Albertus and Ari Wahyu Leksono, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa', *Research and Development Journal Of Education*, Vol. 1(1), (2020).

¹¹⁰ Sada.

tidak didukung oleh penelitian Aprinhasari & Widiyanto¹¹¹ yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Johnson & Krueger¹¹² yang menyatakan bahwa lingkungan mempunyai peranan penting untuk meningkatkan manajemen finansial. Hal ini menunjukkan bahwa lingkungan bisa memberikan banyak persepsi dan kesimpulan sehingga dibutuhkan tindak lanjut untuk mengetahui kepastian dampak dan pengaruhnya.

Siswa dengan rutinitas dalam keseharian belajar, bimbingan, dan ekstrakurikuler membentuk karakter yang baik dan berfokus meningkatkan prestasi masing-masing siswa, sehingga siswa juga tidak mendapatkan pengaruh dari luar lingkungan karena sudah disibukkan dengan rutinitas yang sudah dijadwal dari sekolah. Lingkungan UPT SMA Negeri 5 Parepare merupakan salah satu lingkungan yang berasrama sehingga siswa tidak bisa leluasa keluar dari lingkungan sekolah, sehingga kurangnya pengaruh dari lingkungan luar yaitu lingkungan keluarga dan lingkungan masyarakat.

7. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Secara Bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis sebelumnya mengenai pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif, di mana hipotesis yang peneliti duga sebelumnya ialah terdapat pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan lingkungan sosial secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif dan hal ini dibuktikan dengan model regresi berganda menunjukkan

¹¹¹ M. N. Aprinhasari and Widiyanto., 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi.', *Business and Accounting Education Journal*, Vol. 1(1), (2020).

¹¹² W. Johnson and R. F. Krueger, 'How Money Buys Happiness: Genetic and Environmental Processes Linking Finances and Life Satisfaction. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.4.680>', *Journal of Personality and Social Psychology*, vol 90(4), (2006).

secara bersama-sama dengan menggunakan hasil uji F menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan, di mana gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai F_{hitung} sebesar 69,012 dan nilai F_{tabel} diperoleh nilai 2,72 karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel di mana $69,012 > 2,72$ maka dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif maka H_7 diterima.

Berdasarkan itu pula didapatkan nilai kontribusi β literasi keuangan merupakan nilai yang paling dominan sebesar sebesar 0,868 atau 86,8%. yang diartikan bahwa di antara 3 variabel independen yaitu literasi keuangan (X_1), gaya hidup (X_2) dan lingkungan sosial (X_3) di mana variabel literasi keuangan yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan yang menyebutkan bahwa variabel yang memiliki nilai koefisien regresi (X_n, β_n) tertinggi dengan nilai yang menjauhi angka nol makanya variabel tersebut merupakan variabel yang paling dominan berpengaruh dibandingkan variabel yang lainnya. Jadi variabel literasi keuangan merupakan yang paling dominan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, di mana nilai koefisiennya sebesar 0,868 dibandingkan dengan variabel gaya hidup yang nilai koefisiennya hanya sebesar 0,238 maupun variabel lingkungan sosial yang nilainya hanya (-0,194).

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan dalam Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji korelasi berdasarkan nilai *signifikansi (Sig)* dari tabel korelasi dapat diketahui antara literasi keuangan (X_1) dengan perilaku konsumtif (Y) di mana nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti terdapat korelasi yang positif dan signifikan maka H_1 diterima. Jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai pearson correlation X_1 terhadap Y yaitu 0,828 yang artinya tingkat korelasinya sangat kuat.
2. Hasil uji korelasi variabel gaya hidup (X_2) dengan perilaku konsumtif (Y) nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup (X_2) dengan variabel (Y), maka H_2 diterima kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai pearson correlation X_2 terhadap Y yaitu 0,610 yang artinya tingkat korelasinya kuat.
3. Hasil uji korelasi antara lingkungan sosial (X_3) dengan perilaku konsumtif (Y) memperoleh nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ yang berarti bahwa terdapat korelasi yang positif dan signifikan antara variabel lingkungan sosial (X_3) dengan variabel perilaku konsumtif (Y), maka H_3 diterima kemudian jika melihat tabel tingkat korelasi atau kekuatan hubungan, disimpulkan bahwa nilai Pearson Correlation X_3 terhadap Y yaitu 0,683 yang artinya tingkat korelasinya kuat.
4. Hasil uji t secara parsial menunjukkan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada

- program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan $0,000 < 0,05$ ini berarti literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 ditolak dan H_4 diterima.
5. Hasil uji t secara parsial menunjukkan gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan $0,001 < 0,05$ ini berarti gaya hidup hedonisme berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 ditolak dan H_5 diterima.
 6. Hasil uji t secara parsial menunjukkan lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel lingkungan sosial $0,115 > 0,05$ ini berarti tidak terdapat pengaruh yang searah antara lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif secara parsial maka H_0 diterima dan H_6 ditolak.
 7. Hasil uji F menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup hedonisme dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai F_{hitung} sebesar 69,012 dan nilai F_{tabel} diperoleh nilai 2,72 karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel di mana $69,012 > 2,72$ maka dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup dan lingkungan sosial secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif maka H_7 diterima.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan di atas, berikut ini akan dikemukakan beberapa implikasi yang dianggap relevan dengan penelitian. Implikasi tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi konsumsi siswa. Tingkat pemahaman

literasi keuangan siswa dapat mempengaruhi keputusannya dalam mengelola keuangan yang dimilikinya. Siswa SMA Negeri 5 Parepare merupakan sekolah berasrama di mana keuangan diatur oleh setiap individu siswa sehingga perlu adanya literasi keuangan yang dapat bertanggungjawab terhadap keuangannya sendiri baik dalam hal pembelanjaan maupun pengelolaan uang jajan.

2. Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh gaya hidup merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif siswa. Siswa yang memiliki gaya hidup yang tinggi, gemar menggunakan waktu dan melakukan aktivitas yang menghabiskan lebih banyak uang hanya untuk bersenang-senang, serta memiliki minat terhadap barang-barang mewah, maka dapat dipastikan tingkat konsumsinya lebih besar dan cenderung berperilaku konsumtif maka siswa perlu mengatur keuangannya dengan baik serta lebih mengisi aktivitasnya untuk hal yang bermanfaat.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran untuk pihak sekolah, orang tua maupun siswa SMA Negeri 5 Parepare dan peneliti yang membahas judul yang sama. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi siswa, diharapkan mampu mengelola keuangan secara baik dan mengatur pola konsumsi serta menentukan taraf prioritas dalam setiap pembelanjaan.
2. Bagi orang tua siswa, diharapkan dapat bijaksana dalam memberikan uang saku dan senantiasa mengawasi perilaku anak dalam melakukan kegiatan konsumsi.

3. Bagi pihak sekolah, memfasilitasi siswa untuk mempelajari literasi keuangan yang berguna dalam pengelolaan keuangan sehari-hari serta mengawasi kegiatan konsumsi siswa yang terlihat berlebih-lebihan.



DAFTAR PUSTAKA

Al- Qur'an Karim

- Abdurrahman, S. W., and S. Oktapiani, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa.', *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia (JEBI)*, Vol. 05. 02 2019.
- Al-Arif, and M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012).
- Albertus, Setya Stanto, and Ari Wahyu Leksono, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa', *Research and Development Journal Of Education*, Vol. 1(1), ,2020.
- Alimbudiono, Lia Sandra, *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020).
- Amsi, Mang, *Saham Syariah Kelas Pemula*, ,Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2020.
- Amstrong, Gary, and Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran* ,Jakarta: Prenhalindo, 2002.
- Aprinthsari, M. N., and Widiyanto., 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahhsiswa Fakultas Ekonomi.', *Business and Accounting Education Journal*, Vol. 1(1), , 2020.
- Arikunto, Suharsimi, *ProsedurPenelitian Suatu Pendekatan Praktik* , Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Asisi, I., and Purwantoro., '(2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Ilmiah Manajemen Dan Bisnis', Asisi, I., , 2020. <<http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/view/4194>>
- Dewantara, *Membangun Kepribadian Dan Watak Bangsa Indonesia* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010)

- Dikria, Okky, and Sri Umi Minarti W, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, Vol. 09, N , 2016.
- Dwi, Narwoko J., and Bagong Suyanto, *Sosiologi: Teks Pengantar Dan Terapan* , Jakarta: Kencana, 2007.
- Fauzi, Dodi Ahmak, *Cerdas Financial* , Jakarta: Edsa Mahkota, 2016.
- Fauzia, A. N, and Nurdin, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif', *Akademika Unisba*, Vol.5 , 2019.
- Fungky, Tiana, and Tiara Puspita Sari 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 Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, Volume 1 N.10.46306/vls.v1i1 , 2021.
- Handayani, Asri, and Heru Aulia Azman, 'Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating', *Journal Of Economic Studies*, 3.1 , 2019.
- Haryana, R. D. T., 'Pengaruh Life Style, Self Control, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping.', *Konomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, E16(1), 29 , 2020.
- Hasyim, and Rina Anindita, *Prinsip-Prinsip Dasar Metode Riset Bidang Pemasaran* , Jakarta: Uieu-University Press, 2009.
- Herdinata, Christian, and Fransisca Desiana Pranatasari, *Aplikasi Literasi Keuangan Bagi Pelaku Bisnis* , Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Herdjiono, I., and L. A. Damanik, 'Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior.', *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan/ Journal of Theory and Applied Management*, Vol. 9, 3) , 2016.
- Ismanto, Hadi, and Dkk, *Perbankan Dan Literasi Keuangan* , Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.

- Jannah, M., and R. M. Riadi, 'Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Riau.', *Journal Pendidikan Ekonomi*, 6, 13546–1 , 2022.
- Johnson, W., and R. F. Krueger, 'How Money Buys Happiness : Genetic and Environmental Processes Linking Finances and Life Satisfaction. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.4.680>', *Journal of Personality and Social Psychology*, vol 90(4), , 2006.
- Katsier, Ibnu, *Terjemahan Singkat Tafsir Ibnu Katsier Jilid 6* , Surabaya: Bina Ilmu, 2006.
- Kemendikbud, *Literasi Finansial* , Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2017.
- Kotler, Philip, and Garry Armstrong, *Marketing An Introduction, 10th Editi* , Indonesia: Perason, 2011.
- Kusnandar, D. L., and D. Kurniawan, 'Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya.', *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage*, 1.03 , 2018.
- Mangkunegara, A.A Anwar Prabu, *Perilaku Konsumsi, Edisi Revisi, Cet-4* , Bandung: PT Refika Aditama, 2009.
- Manuntung, Alfeus, *Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi* , Malang: Wineka Media, 2018.
- Mowen, Jhon C, and Michael Minor, *Perilaku Konsumsi* , Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mowen, John, and Minor, *Perilaku Konsumen* , Jakarta: Erlangga, 2002.
- Mudjijono, Sukari, and Endah Susilantini, *Perilaku Konsumtif SMA Di Daerah Istimewa Yogyakarta* , Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya, 2013.
- Mudrajad, Kuncoro, *Ekonomi Dan Pembangunan Daerah* , Jakarta: Erlangga, 2000.
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* , Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010.

- Nidar, S. R., and S Bestari, 'Personal Financial Among University Students , Case Study at Padjajaran University Students', *World Journal of Social Sciences*, Vol. 2 (4) , 2012.
- Nugroho, J Setiadi, *Prilaku Konsumen* , Jakarta: PT Kencana, 2015.
- Nurvitria, A.L., 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan 2013 FIB UNY.', *Jurnal Bimbingan Dan Konseling.*, Vol 4. No , 2015.
- OJK, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia' , Jakarta: OJK, 2021.
- Otoritas Jasa Keuangan, 'Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia , SNLKI. 2021-2025.', *OJK*, 2022
- Padmadewi, Ni Nyoman, and Luh Putu Artini, *Literasi Di Sekolah Dari Teori Ke Praktik* , Bandung: Nilacakra, 2018.
- Patricia, N.L, and S. Handayani, 'Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X".', *Jurnal Psikologi.*, Vol 12 No , 2014.
- Peter, J. Paul, and Jerry C.Olson, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran* , Edisi Ke-4), Terj. Damos Sihombing , Jakarta: Erlangga, 2000.
- Priyatno, Duwi, *Spss, Analisis Statistic Data Lebih Cepat Dan Lebih Akurat.* , Yogyakarta: Medikom, 2011.
- Pulungan, D. R., and H. Febriaty, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.', *Journal Of Economic Studies*, 2, 3., 103– , 2018.
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahnya* , Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Quar'an, 2019.
- Riana, Irma, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis' , Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau, 2019.
- Ritakumalasari, and Susanti, 'Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.', *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9 , 4. , 2021.

- Robbins, Stephen P., and Mary Coulter, *Manajemen* , Jakarta: Erlangga, 2016.
- Ruslan, Rosady, *Metode Penelitian Public Relations Dan Komunikasi* , Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- S. Soetiono, Kusumaningtuti, and Cecep Setiawan, *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia* , Depok: PT RajaGrafindo Persada, 2018.
- S., Yuniarti V., *Perilaku Konsumen* , Jakarta: CV Pustaka, 2015.
- Sada, Yohanes Maria Vianey Kenale, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa', *Jurnal Literasi Akuntansi*, Vol. 2 No. , 2022.
- Sadulloh, U., *Pedagogik Ilmu Mendidik.* , Jakarta: alfabeta, 2011.
- Salahuddin, Nurul Husna, *Maya Khairani Dan Fatmawati, Teras Literasi* , Aceh: Syiah Kuala University Press, 2019.
- Salam, Burhanuddin, *Etika Sosial, Asasl Moral Dalam Kehidupan* , Jakarta: Renika Cipta, 2002.
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al- Mishbah Jilid 2: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al Quran* , Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Sholeh, B, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Pamulang.', *Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, Vol.4, No. , 2019.
- Sina, Peter Garlan, 'Money Lelief Penentu Financial Behavior', *Jurnal Economia*, Vol. 9, No , 2013.
- Son, Paul Samuel, and William D Nordbaus, *Ekonomi* , Jakarta: Erlangga, 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* , Bandung: Alfabeta, 2007.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* , Bandung: Alfabet, 2017.
- Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi* , Bandung: Alfabeta, 2002.

- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen , Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* , Bogor: Ghalia Indonesia, 2015.
- Supranto, J., *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar* , Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Suprayetno, Eko, *Ekonomi Islam* , Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Syahrums, and Salim, *Etodologi Penelitian Kuantitatif* , Bandung: Citapustaka Media, 2015.
- T, Suryani, *Perilaku Konsumen Di Era Internet* , Jakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Tribuana, L., ‘Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.’, *Prisma , Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 145– , 2020.
- Umar, Husein, *Metode Riset Bisnis* , Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Utami, C.W., *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Ritel Modern* , Jakarta: Salemba Empat, 2012.
- Utami, Christina Whidya, *Management Ritel: Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* , Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Vhalery, Rendika, ‘Pengaruh Lingkungan Kampus Dan Motivasi Keuangan Pada Pengelolaan Uang Saku Mahasiswa Universitas Indraprasta’, *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol. X No. , 2020.
- Wahyuni, Rika, Hadi Irfani, Isna Asyri Syahrina, and Rina Mariana, ‘Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang’, *Jurnal Benefita*, Vol. 4 No.10.22216/jbe.v4i3.4194 , 2019.
- Wibowo, Sukarno, and Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* , Bandung: CV Pustaka Setia, 2013.
- Widyarani, Nilan, *Psikologi Populer:Kunci Pengembangan Diri* , Jakarta: PT Elex Media Konputindo, 2009.
- Yuniarti, Vinna Sri, *Perilaku Konsumen* , Bandung: CV Pustaka Setia, 2015.

Yushita, Amanita Novi, 'Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi', *Jurnal Nominal*, Vol. VI. N , 2017.



LAMPIRAN-LAMPIRAN





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
PASCASARJANA**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: www.lainpare.ac.id, email: mail@lainpare.ac.id

Nomor : B-009/In.39/PP.00.09/PPS.05/12/2023 13 Desember 2023
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian

Yth. **Bapak Walikota Parepare**
Cq. **Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan
Terpadu Satu Pintu**

Di

Tempat

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan rencana penelitian untuk Tesis mahasiswa Pascasarjana IAIN Parepare tersebut di bawah ini :

Nama : NURHAMIDAH
NIM : 2120203860102011
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : **Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare.**

Untuk keperluan Pengurusan segala sesuatunya yang berkaitan dengan penelitian tersebut akan diselesaikan oleh mahasiswa yang bersangkutan. Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan **Desember sampai Februari Tahun 2024**

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kepada bapak/ibu kiranya yang bersangkutan dapat diberi izin dan dukungan seperlunya.

Assalamu Alaikum Wr. Wb.



Direktur,

Dr. Hj. Darmawati, S.Ag., M.Pd
NIP. 19720703 199803 2 001



SRN IP001020

PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Modani No. 1 Telp (0421) 23594 Faksimile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpptsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 1020/IP/DPM-PTSP/12/2023

- 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 Pendelegasian 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 :

MENGIZINKAN

KEPADA
NAMA

: **NURHAMIDAH**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA

: **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**

Jurusan

: **EKONOMI SYARIAH**

ALAMAT

: **JL. BAU MASSEPE NO. 215 PAREPARE**

UNTUK

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP HEDONISME DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA UPT SMA NEGERI 5 PAREPARE

LOKASI PENELITIAN : KANTOR CABANG DINAS PENDIDIKAN PROVINSI SULAWESI SELATAN WILAYAH VIII PAREPARE (UPT SMA NEGERI 5 PAREPARE)

LAMA PENELITIAN : 14 Desember 2023 s.d 13 Januari 2024

- 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 : 15 Desember 2023

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAN AMIR, ST, MM

Pembina Tk. I (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 BSN
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPPTSP Kota Parepare (scan QRCode)





PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN
DINAS PENDIDIKAN
UPT SMA NEGERI 5 KOTA PAREPARE

Alamat : Jl. Kelapa Gading I No. 69 Telp. (0421) 3310834 Parepare
Website : sman5parepare.sch.id Email : sman5parepare@live.com Parepare 91123 Sulawesi Selatan

SURAT KETERANGAN

Nomor : 422/008 – UPT SMAN 05 / PRP / DISDIK

Yang bertanda tangan di bawah ini Kepala UPT. SMA Negeri 5 Kota Parepare, menerangkan bahwa :

Nama : NURHAMIDAH
NIM : 2120203860102011
Pekerjaan : Mahasiswi Ekonomi Syariah (S2)
Institut Agama Islam Negeri Parepare

Benar telah melakukan penelitian pada UPT. SMA Negeri 5 Parepare, yang dilaksanakan pada Tanggal 14 Desember 2023 s.d. 13 Januari 2024, berdasarkan Rekomendasi Penelitian yang dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Parepare, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu nomor : 1020/IP/DPM-PTSP/12/2023, tanggal 15 Desember 2023, dengan judul : “ **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP HEDONISME DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSTIF SISWA UPT. SMA NEGERI 5 PAREPARE** “

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 13 Januari 2024



Kepala UPT SMA Negeri 5 Parepare

MUZAKKIR DAMIR. S. Pd., M. Pd.

Pangkat : Pembina

NIP .19831230 200902 1 002



#BerAKHLAK
#SIPAKATAU

#CERDASKI'

• Cekatan • Berakhlak • Berintegritas • Berdedikasi
• Akuntabel • Bakti • Kolaborasi • Inovatif

BETULAH BAKTI, BERSAMA SAMA, BERUAT RASA
MEMORABAKAN SULAWESI SELATAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
UNIT PELAKSANA TEKNIS BAHASA



Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor: B-136/ln.39/JPB.10/PP.00.9/12/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Hj. Nurhamdah, M.Pd.
NIP : 19731116 199803 2 007
Jabatan : Kepala Unit Pelaksana Teknis (UPT) Bahasa

Dengan ini menerangkan bahwa berkas sebagai berikut atas nama,

Nama : Nurhamidah
Nim : 2120203860102011
Berkas : Abstrak

Telah selesai diterjemahkan dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris dan Bahasa Arab pada tanggal 28 November 2023 oleh Unit Pelaksana Teknis Bahasa IAIN Parepare.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 28 Desember 2023

Kepala,



Hj. Nurhamdah, M.Pd.
NIP. 19731116 199803 2 007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LP2M)
Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91131 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100 website: lp2m.iainpare.ac.id, email: lp2m@iainpare.ac.id

SURAT PERNYATAAN

No. B.019/ln.39/LP2M.07/01/2024

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Majdy Amiruddin, M.MA.
NIP : 19880701 201903 1 007
Jabatan : Kepala Pusat Penerbitan & Publikasi LP2M IAIN Parepare
Institusi : IAIN Parepare

Dengan ini menyatakan bahwa naskah dengan identitas di bawah ini :

Judul : PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP HEDONISME, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA UPT SMAN NEGERI 5 PAREPARE
Penulis : NURHAMIDAH
Afiliasi : IAIN Parepare
Email : nurulmyda025@gmail.com

Benar telah diterima pada Jurnal **PROFITABILITY** Volume 8 No.2 Agustus 2024 yang telah terakreditasi **SINTA 5**.

Demikian surat ini disampaikan, atas partisipasi dan kerja samanya diucapkan terima kasih

An. Ketua LP2M
Kepala Pusat Penerbitan & Publikasi



Muhammad Majdy Amiruddin, M.MA.
NIP. 19880701 201903 1 007

Kisi-Kisi Instrumen

No	Variabel	Indikator	Item
1.	Literasi Keuangan	e. Pengetahuan keuangan f. Perilaku Keuangan g. Sikap keuangan h. Tingkat Keyakinan Keuangan (<i>confidence</i>)	1, 2 dan 3 4 dan 5 6,7 dan 8 9 dan 10
2.	Gaya hidup Hedonisme	1. Kegiatan (<i>Activity</i>) 2. Minat (<i>Interest</i>) 3. Opini (<i>Opinion</i>)	1 dan 2 3, 4, 5, 6 dan 7 8, 9 dan 10
3.	Lingkungan Sosial	d. Lingkungan keluarga e. Lingkungan Sekolah f. Lingkungan masyarakat	1, 2 dan 3 4, 5, 6, 7 dan 8 9 dan 10
4.	Perilaku konsumtif	1. Adanya iming-iming hadiah 2. kemasannya menarik 3. menjaga penampilan dan gengsi 4. pertimbangan harga 5. simbol dan status 6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan 7. Meningkatkan rasa percaya diri yang positif 8. Keinginan membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.	1 dan 2 3 4 5 6 7 dan 8 9 10

KUESIONER PENELITIAN
Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtifsiswa Upt Sma Negeri 5 Parepare

A. Data Responden :

Nama :
Kelas :
Jenis Kelamin : () Pria () Wanita
Pekerjaan Orang Tua :
Uang jajan/ Bulan :
Pengeluaran/Bulan :

B. Petunjuk Pengisian

1. Pertanyaan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik baiknya, sehingga tidak ada pertanyaan yang tidak terisi atau terlewat.
2. Berilah tanda ceklis (\checkmark) pada jawaban yang Bapak/ibu pilih dilembar jawaban yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan perasaan, pendapat, dan
3. keadaan yang sebenarnya. Dengan keterangan di bawah ini:

SS : Sangat Setuju
S : Setuju
R : Ragu-ragu
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju

C. Daftar Pertanyaan

NO	Pernyataan	Jawaban				
	Variabel Literasi Keuangan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya mengetahui cara menabung di lembaga keuangan bank					
2	saya mengetahui produk maupun layanan jasa yang ada di bank					
3	Saya mengetahui perbedaan lembaga keuangan konvensional dan syariah.					
4	Saya memiliki rekening bank sendiri atas nama saya					
5	Biaya layanan perbankan cukup mahal					
6	Saya lebih memilih menyimpan uang sendiri tanpa menggunakan layanan perbankan					
7	Saya mengontrol pemasukan maupun pengeluaran saya tiap bulannya.					
8	Saya menyisihkan uang jajan untuk di tabung					
9	Saya lebih memilih perbankan syariah di bandingkan perbankan konvensional					
10	Saya dapat menggunakan ATM (setor tunai, tarik tunai, transfer dan top up e-commers)					

NO	Variabel Gaya Hidup Hedonisme	SS	S	R	TS	STS
1	Saya akan membeli barang yang akan mendukung kegiatan belajar					
2	Saya membeli pakaian yang sedang tren saat ini agar terlihat menarik					
3	Saya membeli pakaian dengan merk terkenal agar tampak keren					
4	Saat ada diskon, saya buru-buru membeli barang meskipun tidak memerlukannya					
5	Saya membeli barang-barang dengan merk terkenal, yang membuat bangga ketika memakainya					
6	Saya tertarik untuk mencicipi menu makanan/minuman yang ada di café atau rumah makan tertentu karena teman-teman sudah mencobanya					
7	Saya memiliki minat yang cukup tinggi untuk membeli barang-barang yang sedang menjadi trend					
8	Menurut saya produk mahal adalah produk yang menjamin kepuasan					
9	Menurut saya menggunakan produk mahal menjadi kepuasan tersendiri bagi saya					
10	Menurut saya membeli barang yang tidak diperlukan merupakan pemborosan					

NO	Variabel Lingkungan Sosial	SS	S	R	TS	STS
1	Saya memperoleh informasi mengenai suatu produk dari keluarga saya					
2	Pengalaman anggota keluarga atau kerabat yang menggunakan suatu produk menjadi inspirasi bagi saya untuk menggunakan produk yang sama.					
3	Pendapat keluarga menjadi salah satu rujukan bagi saya dalam menentukan merek barang yang akan saya beli.					
4	Saya dalam berbelanja tidak pernah tergoda oleh bujukan orang-orang sekitar saya.					
5	Saya membeli suatu produk setelah melihat teman saya menggunakan produk tersebut					
6	Saya tertarik membeli suatu barang setelah mendengar informasi dari teman saya.					
7	Saya kadang terpengaruh dengan promosi atau informasi orang-orang di sekitar saya atau dari televisi maupun media lainnya.					
8	Dalam memutuskan membeli barang, saya akan meminta pendapat orang-orang sekitar saya terlebih dahulu					
9	Saya melakukan pembelian barang agar dapat menggambarkan status sosial					
10	Barang yang saya pilih dapat mewakili peran dan status saya di masyarakat					

NO	Variabel Perilaku Konsumtif	SS	S	R	TS	STS
1	Saya lebih tertarik membeli barang pada saat diskon					
2	Saya kurang tertarik membeli barang karena iming-iming Hadiah					
3	Saya membeli barang hanya karena menyukai kemasannya yang unik					
4	Saya suka ketika banyak orang perhatiannya tertuju pada penampilan saya					
5	Jika teman-teman saya membeli barang bermerek, saya pun ikut membelinya meskipun harganya mahal					
6	Saya lebih suka membeli barang dengan model terbaru agar tidak ketinggalan jaman					
7	Saya tidak segan membeli produk yang dipakai oleh idola Saya					
8	Saya membeli barang tidak melihat siapa yang menjadi bintang iklannya					
9	Menurut saya, seseorang yang menggunakan produk mahal akan memiliki rasa percaya diri yang tinggi					
10	Saya membeli dua produk sekaligus ketika bingung memilih produk					

Sampel Data Siswa SMA Negeri 5 Parepare

No.	Nama	Kelas	Jenis Kelamin	Pekerjaan Orang Tua	Uang Jajan/Bulan	Pengeluaran /Bulan
1	Fathia Raihannisyah	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 1.000.000	Rp 800.000
2	Raudhatul Jannah	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 900.000	Rp 750.000
3	Marsha Anugrah Pratiwi	XI.2	Perempuan	IRT	Rp 700.000	Rp 50.000
4	Fadhil Ahmad	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 800.000	Rp 700.000
5	Alya Audinar	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 750.000	Rp 700.000
6	Muhammad Fauzan Wafiq	XI.2	Laki-Laki	ASN	Rp 800.000	Rp 700.000
7	Nur Indah Sari	XI.2	Perempuan	Wiraswasta	Rp 1.200.000	Rp 1.000.000
8	Putrie Aprilia Wardhani	XI.1	Perempuan	Wiraswasta	Rp 850.000	Rp 700.000
9	Winnie Aliyah Nur Firyaal	XI.1	Perempuan	POLRI	Rp 1.200.000	Rp 1.100.000
10	Andi Aulia Pamesangi	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 900.000	Rp 700.000
11	Humairah Azahra Anugrah	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 550.000
12	Aisyah Ingkiriwang	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 1.100.000	Rp 1.000.000
13	Zalwa Nurramadhani	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 500.000
14	Nadiyah Nuraqila Syam	XI.2	Perempuan	WIRASWASTA	Rp 800.000	Rp 600.000
15	Nur Farelia Arwan	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 550.000
16	Muthia Rahmah Tantu	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 750.000
17	Raihanah Yasmin Mumtaz	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 850.000	Rp 550.000
18	Andi Chandra Tri Saktiawan	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 750.000	Rp 600.000
19	Raihan Syah Ali Safaat	XI.4	Laki-Laki	BUMN	Rp 700,000	Rp 550.000
20	Zazkia Fathu Rachma	XI.2	Perempuan	ASN	Rp 750,000	Rp 600.000
21	Zalsabila Maharani	XI.1	Perempuan	WIRASWASTA	Rp 1.300.000	Rp 1.000.000
22	Alifah Salsabila Suamir	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 700.000
23	Annisa Nayla Salsabila	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 450.000
24	Shaula Puteri Luna	XI.1	Perempuan	Wiraswasta	Rp 900.000	Rp 750.000

25	Afifah Fathinah Ahmadi	XI.2	Perempuan	BUMN	Rp 700.000	Rp 500.000
26	Alyandra Fathiyah Zahrah	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 450.000
27	Muhammad Afdal	XI.4	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp 1.600.000	Rp 1.300.000
28	Muh.Fikrih Jabbar	XI.4	Laki-Laki	Wiraswasta	Rp 750.000	Rp 500.000
29	Multazam Nur Khadijah	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 800.000
30	Ghali Achmad Rizq	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 1.500.000	Rp 1.300.000
31	Ahmad Hirzan	XI.2	Laki-Laki	KEPALA DINAS	Rp 850.000	Rp 700.000
32	Andi Mappakainge Randie Poetra	XI.4	Laki-Laki	pensiunan ASN	Rp 900.000	Rp 750.000
33	Nadia Safira Andrikail	XI.2	Perempuan	wiraswasta	Rp 750.000	Rp 550.000
34	Nurul Shifra Mukmininah	XI.4	Perempuan	Wirausaha	Rp 750.000	Rp 500.000
35	St. Azzahrah Masrul Musa	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 900.000	Rp 750.000
36	Rifdah Aprila Tsany	XI.2	Perempuan	GURU	Rp 700.000	Rp 650.000
37	Ghina Zhafira Ramadhani	XI.1	Perempuan	wiraswasta	Rp 900.000	Rp 700.000
38	Dzakwan Sadina Maulana	XI.4	Laki-Laki	TNI-AD	Rp 800.000	Rp 550.000
39	Rifqah Fadillah Azzahra	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 650.000
40	Muh. Ulil Amir	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 750.000	Rp 600.000
41	Muh. Zaglul Mujahidin	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 700.000	Rp 500.000
42	Alya Dwi Yanti	XI.1	Perempuan	Pelaut dan PNS	Rp 1.000.000	Rp 750.000
43	Ulya Annisa	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 650.000
44	Diva Afriliani Haspar	XI.1	Perempuan	GURU	Rp 700.000	Rp 700.000
45	Sitti Ainun Najma	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 900.000	Rp 900.000
46	Aulia Maulidan Aras	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 450.000
47	Muhammad Akbar	XI.2	Laki-Laki	PNS	Rp 800.000	Rp 450.000
48	Wahdaniyah Sarwono	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 550.000
49	Ayman Dhimanov Ahsan	XI.4	Laki-Laki	Karyawan Swasta	Rp 1.000.000	Rp 700.000
50	Marissani Hamzah	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 700.000
51	Rezky Deviana Rustam	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 700.000
52	Murty Nurfitri M	XI.2	Perempuan	PNS/Guru	Rp 900.000	Rp 650.000

53	Ratu Fadillah K.	XI.2	Perempuan	Wiraswasta	Rp 800.000	Rp 700.000
54	Zahratul Sifa Amin	XI.1	Perempuan	ASN	Rp 800.000	Rp 700.000
55	Naufa Syakira Jasman	XI.4	Perempuan	wiraswasta	Rp 800.000	Rp 650.000
56	Gadiza Zulaeyka Fasieh	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 600.000
57	Nindya Fadzila	XI.4	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 700.000
58	Suharmandasari Suwakbur	XI.2	Perempuan	PNS	Rp 750.000	Rp 600.000
59	Zhalza Soliha	XI.1	Perempuan	Wiraswasta	Rp 700.000	Rp 500.000
60	Muhammad Fauzi Zulkarnaen	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 800.000	Rp 650.000
61	Rania Haritzah Nurul Ayni	XI.2	Perempuan	Karyawan Swasta	Rp 800.000	Rp 700.000
62	Fina Nailatul Izzah Basir	XI.1	Perempuan	PNS	Rp 950.000	Rp 800.000
63	Annisa Nailatul Izzah	XI.1	Perempuan	ASN	Rp 900.000	Rp 900.000
64	Erika Aprilianti Ikhsan	XI.1	Perempuan	wiraswasta	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
65	Ratu Balqis Cahya Nm	XI.2	Perempuan	legislatif	Rp 1.400.000	Rp 1.000.000
66	Silfana Azkiya	XI.2	Perempuan	wiraswasta	Rp 800.000	Rp 600.000
67	Muh.Farel Nacha Ramadhan	XI.4	Laki-Laki	PNS	Rp 1.000.000	Rp 800.000
68	Zhean Armaiden Oscar	XI.4	Laki-Laki	wirausaha	Rp 700.000	Rp 550.000
69	Fheby Bahar	XI.1	Perempuan	Wiraswasta	Rp 1.500.000	Rp 1.200.000
70	Muhammad Rayhan Hamdani	XI.1	Laki-Laki	PNS	Rp 700.000	Rp 500.000
71	Miftah Ahmad Faqih	XI.3	Laki-Laki	PNS	Rp 700.000	Rp 550.000
72	Novrida Cesariah	XI.3	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 650.000
73	Nurul Fatimah	XI.3	Perempuan	wiraswasta	Rp 750.000	Rp 600.000
74	Muhammad Arif Hamzah	XI.3	Laki-Laki	wirausaha	Rp 750.000	Rp 600.000
75	Nurfahmi Azzahra	XI.3	Perempuan	PNS	Rp 800.000	Rp 700.000
76	Muhammad Aqsha Ashary	XI.3	Laki-Laki	Karyawan tambang	Rp 1.500.000	Rp 1.000.000
77	Mutia Nur Rahma	XI.3	Perempuan	PNS	Rp 700.000	Rp 550.000
78	Abyan Arkan Wija Anha	XI.3	Laki-Laki	PNS dan Dosen	Rp 800.000	Rp 500.000
79	Putra Agussalim	XI.3	Laki-Laki	legislatif	Rp 1.500.000	Rp 700.000
80	Sabrina Nur Azizah	XI.3	Perempuan	Guru	Rp 800.000	Rp 600.000

HASIL OUTPUT SPSS

Uji Validitas

Uji Validitas Literasi Keuangan (X₁)

		Correlations										
		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.204	.379**	.225*	.025	.171	.286*	.414**	.149	.177	.534**
	Sig. (2-tailed)		.069	.001	.044	.825	.130	.010	.000	.188	.116	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_2	Pearson Correlation	.204	1	.227*	.066	.216	.372**	.314**	.363**	.203	.259*	.556**
	Sig. (2-tailed)	.069		.043	.561	.054	.001	.005	.001	.071	.020	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_3	Pearson Correlation	.379**	.227*	1	.237*	.206	.410**	.278*	.107	.423**	.410**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.001	.043		.034	.067	.000	.013	.344	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_4	Pearson Correlation	.225*	.066	.237*	1	.317**	.142	-.017	.053	.092	.249*	.426**
	Sig. (2-tailed)	.044	.561	.034		.004	.210	.879	.642	.415	.026	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_5	Pearson Correlation	.025	.216	.206	.317**	1	.276*	.179	.079	.429**	.280*	.504**
	Sig. (2-tailed)	.825	.054	.067	.004		.013	.112	.485	.000	.012	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_6	Pearson Correlation	.171	.372**	.410**	.142	.276*	1	.617**	.450**	.465**	.467**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.130	.001	.000	.210	.013		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_7	Pearson Correlation	.286*	.314**	.278*	-.017	.179	.617**	1	.380**	.130	.134	.573**
	Sig. (2-tailed)	.010	.005	.013	.879	.112	.000		.001	.249	.235	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_8	Pearson Correlation	.414**	.363**	.107	.053	.079	.450**	.380**	1	.166	.063	.530**
	Sig. (2-tailed)											

	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.344	.642	.485	.000	.001		.142	.582	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_9	Pearson Correlation	.149	.203	.423**	.092	.429**	.465**	.130	.166	1	.637**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.188	.071	.000	.415	.000	.000	.249	.142		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_10	Pearson Correlation	.177	.259*	.410**	.249*	.280*	.467**	.134	.063	.637**	1	.627**
	Sig. (2-tailed)	.116	.020	.000	.026	.012	.000	.235	.582	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
skor_tota	Pearson Correlation	.534**	.556**	.650**	.426**	.504**	.751**	.573**	.530**	.625**	.627**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Uji Validitas Gaya Hidup Hedonisme (X₂)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	.205	.062	.151	.031	.217	.144	.114	.073	-.019	.272*
	Sig. (2-tailed)		.069	.587	.181	.784	.054	.202	.313	.520	.868	.015
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_2	Pearson Correlation	.205	1	.517**	.292**	.452**	.371**	.552**	.258*	.279*	.048	.657**
	Sig. (2-tailed)	.069		.000	.009	.000	.001	.000	.021	.012	.674	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_3	Pearson Correlation	.062	.517**	1	.312**	.724**	.441**	.439**	.327**	.214	.056	.673**
	Sig. (2-tailed)	.587	.000		.005	.000	.000	.000	.003	.057	.620	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_4	Pearson Correlation	.151	.292**	.312**	1	.449**	.216	.360**	.219	.337**	.115	.579**
	Sig. (2-tailed)	.181	.009	.005		.000	.054	.001	.052	.002	.311	.000

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.031	.452**	.724**	.449**	1	.444**	.482**	.478**	.317**	.128	.754**
_5	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.784	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.256	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.217	.371**	.441**	.216	.444**	1	.505**	.342**	.223*	.162	.662**
_6	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.054	.001	.000	.054	.000		.000	.002	.047	.152	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.144	.552**	.439**	.360**	.482**	.505**	1	.425**	.365**	.058	.743**
_7	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.202	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.001	.610	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.114	.258*	.327**	.219	.478**	.342**	.425**	1	.509**	.230*	.683**
_8	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.313	.021	.003	.052	.000	.002	.000		.000	.040	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.073	.279*	.214	.337**	.317**	.223*	.365**	.509**	1	.026	.595**
_9	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.520	.012	.057	.002	.004	.047	.001	.000		.817	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	-.019	.048	.056	.115	.128	.162	.058	.230*	.026	1	.304**
_10	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.868	.674	.620	.311	.256	.152	.610	.040	.817		.006
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
skor	Pearson	.272*	.657**	.673**	.579**	.754**	.662**	.743**	.683**	.595**	.304**	1
_tota	Correlation											
l	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Uji Validitas Lingkungan Sosial (X₃)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	skor_total
item_1	Pearson	1	.542**	.421**	.180	.096	.247*	.112	.321**	.197	.137	.496**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.111	.396	.027	.322	.004	.080	.227	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_2	Pearson	.542**	1	.609**	.227*	.164	.348**	.239*	.289**	.244*	.278*	.614**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.042	.145	.002	.032	.009	.029	.013	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_3	Pearson	.421**	.609**	1	.244*	.179	.273*	.176	.406**	.270*	.147	.586**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.029	.112	.014	.119	.000	.015	.193	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_4	Pearson	.180	.227*	.244*	1	.122	.283*	.005	.168	.765**	.392**	.559**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.111	.042	.029		.280	.011	.961	.136	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_5	Pearson	.096	.164	.179	.122	1	.663**	.437**	.364**	.326**	.314**	.617**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.396	.145	.112	.280	.000	.000	.001	.003	.005	.005	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_6	Pearson	.247*	.348**	.273*	.283*	.663**	1	.617**	.450**	.465**	.467**	.803**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.027	.002	.014	.011	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_7	Pearson	.112	.239*	.176	.005	.437**	.617**	1	.380**	.130	.134	.550**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.322	.032	.119	.961	.000	.000		.001	.249	.235	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item_8	Pearson	.321**	.289**	.406**	.168	.364**	.450**	.380**	1	.166	.063	.595**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.004	.009	.000	.136	.001	.000	.001		.142	.582	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.307**	.103	.276*	.230*	.353**	1	.090	.195	.313**	.415**	.590**
_6	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.006	.361	.013	.040	.001		.428	.083	.005	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.191	.089	.041	.165	.471**	.090	1	.180	.142	.152	.456**
_7	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.091	.433	.716	.143	.000	.428		.110	.210	.177	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.062	.248*	.209	.133	.102	.195	.180	1	.453**	.241*	.511**
_8	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.588	.027	.063	.240	.368	.083	.110		.000	.031	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.172	.138	.285*	.206	.247*	.313**	.142	.453**	1	.300**	.594**
_9	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.127	.222	.010	.066	.027	.005	.210	.000		.007	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
item	Pearson	.191	.084	.317**	.278*	.367**	.415**	.152	.241*	.300**	1	.622**
_10	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	.089	.460	.004	.013	.001	.000	.177	.031	.007		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80
skor	Pearson	.492**	.449**	.584**	.549**	.639**	.590**	.456**	.511**	.594**	.622**	1
_tota	Correlation											
l	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas Literasi Keuangan (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.775	10

Uji Reliabilitas Gaya Hidup Hedonisme (X₂)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	10

Uji Reliabilitas Lingkungan Sosial (X₃)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	10

Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	10

Uji Linearitas

Uji Linearitas Literasi Keuangan (X₁)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Literasi_Keuangan	Between Groups	(Combined)	2207.816	25	88.313	7.695	.000
		Linearity	1937.872	1	1937.872	168.855	.000
		Deviation from Linearity	269.944	24	11.248	.980	.505
Within Groups			619.734	54	11.477		
Total			2827.550	79			

Uji Linearitas Gaya Hidup Hedonisme (X₂)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Gaya_Hidup	Between Groups	(Combined)	1687.458	22	76.703	3.835	.000
		Linearity	1050.915	1	1050.915	52.542	.000
		Deviation from Linearity	636.543	21	30.312	1.515	.109
	Within Groups		1140.092	57	20.002		
Total			2827.550	79			

Uji Linearitas Lingkungan Sosial (X₃)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Lingkungan_Sosial	Between Groups	(Combined)	1887.567	26	72.599	4.093	.000
		Linearity	1320.538	1	1320.538	74.457	.000
		Deviation from Linearity	567.028	25	22.681	1.279	.223
	Within Groups		939.983	53	17.736		
Total			2827.550	79			

PAREPARE

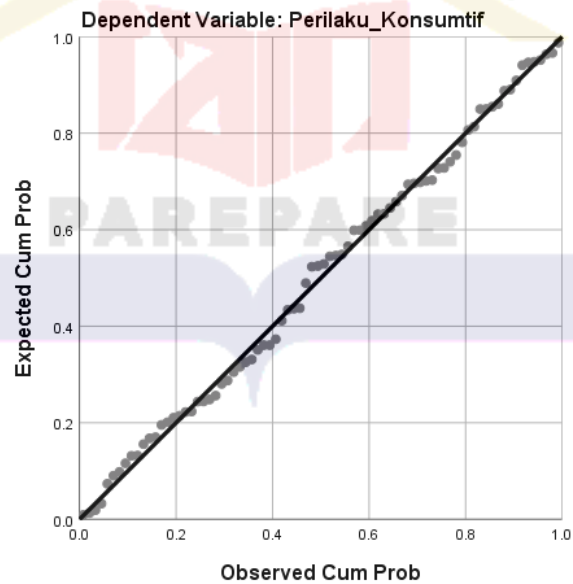
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.10011465
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.042
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji One Sampel T Test

Uji Reliabilitas Literasi Keuangan (X₁)

One-Sample Test
Test Value = 60

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Literasi_Keuangan	-42.294	79	.000	-29.275	-30.65	-27.90

Uji Reliabilitas Gaya Hidup Hedonisme (X₂)

One-Sample Test
Test Value = 60

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Gaya_Hidup	-44.030	79	.000	-29.350	-30.68	-28.02

Uji Reliabilitas Lingkungan Sosial (X₃)

One-Sample Test
Test Value = 60

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Lingkungan_Sosial	-40.110	79	.000	-27.088	-28.43	-25.74

Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)

One-Sample Test

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Perilaku_Konsumtif	-45.711	79	.000	-30.575	-31.91	-29.24

Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations

		Literasi_Keuangan	Gaya_Hidup	Lingkungan_Sosial	Perilaku_Konsumtif
Literasi_Keuangan	Pearson Correlation	1	.541**	.872**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
Gaya_Hidup	Pearson Correlation	.541**	1	.505**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
Lingkungan_Sosial	Pearson Correlation	.872**	.505**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Perilaku_Konsumtif	Pearson Correlation	.828**	.610**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

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

Uji t Secara Parsial

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.643	2.203		1.200	.234
Literasi_Keuangan	.839	.121	.868	-6.949	.000
Gaya_Hidup	.239	.071	.238	3.363	.001
Lingkungan_Sosial	-.192	.121	-.194	-1.595	.115

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Uji f Secara Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2068.304	3	689.435	69.012	.000 ^b
Residual	759.246	76	9.990		
Total	2827.550	79			

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Lingkungan_Sosial, Gaya_Hidup, Literasi_Keuangan

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.643	2.203		1.200	.234
Literasi_Keuangan	.839	.121	.868	-6.949	.000
Gaya_Hidup	.239	.071	.238	3.363	.001
Lingkungan_Sosial	-.192	.121	-.194	-1.595	.115

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.855 ^a	.731	.721	3.161

a. Predictors: (Constant), Lingkungan_Sosial, Gaya_Hidup,

Literasi_Keuangan

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

PAPER NAME

HASIL TESIS NURHAMIDAH.pdf

AUTHOR

HASIL TESIS NURHAMIDAH

WORD COUNT

27346 Words

CHARACTER COUNT

151740 Characters

PAGE COUNT

130 Pages

FILE SIZE

506.7KB

SUBMISSION DATE

Jan 17, 2024 8:34 PM GMT+8

REPORT DATE

Jan 17, 2024 8:37 PM GMT+8

● 28% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 17% Internet database
- 26% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 14% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 8 words)



Letter Of Acceptance For Scientific Articles Publication

NO: MAN10/08.02/08/24

Dear:
Dear Sir/Madam
At
Place

Based on the results of the examination by the Journal Reviewer Team of the Profitability Journal of Management Science, Muhammadiyah University of Makassar, the Journal Team hereby decides that:

Article Title : Factors Influencing Consumptive Behavior of Students of UPT SMA Negeri 5 Parepare
Author : Nurhamida¹ Syahriyah Semaun² Firman³ Suarning⁴ Damirah⁵
Institution : Postgraduate Faculty of Sharia Economics, Parepare Islamic Institute

Declared Worthy of Publication in the Journal of Profitability Journal of Management Science University of Muhammadiyah Makassar Volume 8 No. 2 Agust 2024 Period with ISSN: 2714-6324 (Electronic) and ISSN 2714-6332 (Print). Accredited Sinta 5 based on the Decree of the Ministry of Education, Culture, Research and Technology Number 1429/E5.3/HM.01.01/2022. Thus this certificate is given to the person concerned to be used as appropriate.

Makassar, 28 December 2023
Manajer Jurnal Profitability




Nur Sandi Marsuni
NBM 1511 304

Indexed by:



Google Scholar  

 Iqro Building, 8th Floor, Sultan Alauddin
No. 259 Mt. Sari, District. Rappocini
Makassar City



085-888-777-464
(Admin Jurnal Profitability)



profitability@unismuh.ac.id
nursandimarsuni@gmail.com

Factors Influencing Consumptive Behavior of Students of UPT SMA Negeri 5 Parepare

Nurhamidah¹

Fakultas Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institute Agama Islam Parepare

Email : nurulmyda025@gmail.com

Syahriyah Semaun²

Fakultas Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institute Agama Islam Parepare

Email : syahriyahsemaun@iainparepare.ac.id

Firman³

Fakultas Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institute Agama Islam Parepare

Email : firman@iainpare.ac.id

Suarning⁴

Fakultas Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institute Agama Islam Parepare

Email : hsuarning@iainpare.ac.id

Damirah⁵

Fakultas Pascasarjana Ekonomi Syariah, Institute Agama Islam Parepare

Email : Damirah777@gmail.com

Institute Agama Islam Parepare

Keywords:

Financial Literacy, Lifestyle, Social Environment and Consumptive Behavior

Abstract

A description of the consumer behavior of SMA Negeri 5 Parepare students is the aim of this research. Consumer behavior is the dependent variable, and financial literacy, hedonic lifestyle, and social environment are factors that influence it. Field research is a type of research whose research method uses quantitative descriptive research. The total population was 387 people, and 80 samples were taken. Questionnaires are used in research to obtain data.

The research results show: Based on the results of the t test, it shows that there is an influence between Financial Literacy and Consumptive Behavior with a value of $0.000 < 0.05$, so H1 is accepted. There is an influence of Lifestyle on Consumptive Behavior with a value of $0.001 < 0.05$, so H2 is accepted. Furthermore, there is no influence between the Social Environment and Consumer Behavior with a value of $0.115 > 0.05$, so H3 is rejected. Furthermore, the variable that most dominantly influences Consumptive Behavior is the Financial Literacy variable with a value of 0.868.

Kata Kunci:

Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Lingkungan Sosial dan Perilaku Konsumtif

Abstrak

Gambaran mengenai perilaku konsumen siswa SMA Negeri 5 Parepare menjadi tujuan penelitian ini. Perilaku konsumen menjadi variabel dependen, dan literasi keuangan, gaya hidup hedonis, serta lingkungan sosial menjadi faktor yang mempengaruhinya. Penelitian lapangan merupakan jenis penelitian yang metode penelitiannya menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi keseluruhan berjumlah 387 orang, dan diambil 80 sampel. Kuesioner digunakan dalam penelitian untuk memperoleh data.

Hasil penelitian menunjukkan: Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,001 < 0,05$ maka H_2 diterima. Selanjutnya, tidak terdapat pengaruh antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai $0,115 > 0,05$ maka H_3 ditolak. Selanjutnya variabel yang paling dominan mempengaruhi Perilaku Konsumtif adalah variabel Literasi Keuangan dengan nilai 0,868.

1. PENDAHULUAN

Manusia disebut *homo economicus* yang artinya adalah makhluk ekonomi, hal itu dikarenakan manusia selalu melakukan kegiatan ekonomi untuk memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Kebutuhan adalah sesuatu yang harus dipenuhi yang dapat dilihat berdasarkan skala prioritasnya. Berdasarkan skala prioritas, kebutuhan dibedakan ke dalam tiga tingkatan: kebutuhan primer yaitu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi (sandang, pangan, papan, kesehatan, pendidikan), kebutuhan sekunder yaitu kebutuhan tambahan yang dipenuhi setelah kebutuhan pokok (sepeda motor, TV, telepon seluler), yang terakhir kebutuhan tersier yaitu kebutuhan yang bersifat mewah (perhiasan, mobil). Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya manusia melakukan kegiatan konsumsi. Di era globalisasi yang semuanya serba cepat dan canggih memudahkan manusia melakukan segala sesuatu termasuk didalamnya kegiatan konsumsi, namun hal itu bisa menjerumuskan ke dalam kegiatan konsumsi yang berlebihan atau biasa disebut perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu kegiatan konsumsi yang dilakukan secara berlebihan dan barang yang dibeli tidak didasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan berbelanja, terlebih saat ini dengan masifnya penggunaan internet semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses berbagai e-commerce yang tersedia. Berdasarkan hasil laporan survey hasil kolaborasi Kredivo dan Katadata Insight Center (KIC), mencatat bahwa konsumen berusia 18-25 tahun atau generasi Z yang menjadi penyumbang kedua terbesar terhadap proporsi

jumlah transaksi e-commerce 2022 yaitu mencapai 25,5% (Otoritas Jasa Keuangan 2022). Rentan usia 13-21 termasuk dalam golongan remaja. Sehingga berdasarkan survey diatas menunjukkan bahwa remaja di Indonesia menjadi penyumbang kedua terbanyak dalam hal transaksi e-commerce. Usia yang tergolong Remaja yaitu 13-21 tahun, yang mana pada usia ini merupakan masa transisi dari anak-anak ke dewasa dan pencarian jati diri, remaja mengalami proses pembentukan dalam perilakunya, ia mencari dan berusaha untuk mencapai pola diri yang ideal, hal tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negative. (Dikria and W 2016)

Remaja yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 5 Unggulan Parepare. Sekolah ini menerapkan system sekolah berasrama yang memiliki akreditasi A dengan Jurusan Ilmu Pengetahuan Alam yang di isi 4 kelas setiap angkatan. rata-rata siswa di SMA Negeri 5 Parepare didominasi oleh perempuan. Tabel diatas juga menunjukkan bahwa SMA Negeri 5 Parepare memiliki 3 angkatan yaitu kelas X, kelas XI dan kelas XII dengan masing-masing angkatan memiliki 4 kelas. Jumlah siswa di SMA Negeri 5 Parepare tahun ajaran 2023 yaitu berjumlah 387 siswa dengan rincian jumlah siswa perempuan sebesar 262 dan jumlah siswa laki-laki sebesar 125 siswa. Siswa di SMA Negeri 5 Parepare tergolong pada usia remaja.

Remaja saat ini menunjukkan perilaku konsumen yang terkait erat dengan kebutuhan mereka untuk menonjol dari orang lain, baik melalui penampilan atau hal lain. Mereka terus-menerus mendorong diri mereka sendiri untuk menjadi setara dengan orang-orang di sekitar

mereka. Gaya hidup hedonistik adalah gaya hidup yang diarahkan untuk mencari kesenangan dalam hidup; contohnya adalah sering bermain, lebih sering keluar rumah, dan selalu mencari perhatian (Handayani and Azman 2019). Remaja mengikuti kebiasaan dan gaya hidup teman sebayanya, yang berarti mereka menghabiskan banyak waktu di sekolah dan bersosialisasi dengan teman-temannya.

Banyaknya waktu yang dihabiskan remaja bersama teman-temannya di luar rumah dapat berdampak positif atau negatif terhadap perilaku, penampilan, minat, sikap, dan percakapannya. Bagi sebagian remaja, lebih banyak waktu yang dihabiskan bersama teman-temannya di luar keluarga akan mengakibatkan sikap dan perilaku yang berbeda. pengaruh keluarga. Remaja yang menjalani gaya hidup hedonis biasanya berusaha memuaskan hasrat mereka dan mematuhi norma-norma sosial dengan mencontohkan perilaku mereka berdasarkan merek, makanan, dan barang-barang lain yang dikaitkan dengan status sosial tinggi.

Setelah kebutuhan dasar, seperti sandang, pangan, dan papan, kebutuhan pendidikan anak biasanya menempati urutan kedua. Remaja membentuk kebiasaan-kebiasaan berdasarkan kepentingan pribadinya, tidak menghiraukan kondisi perekonomian dan kekayaan orang tuanya, sebagai dampak dari banyaknya bentuk ekspresi baru. Jajanan dibeli dengan uang jajan yang disediakan orang tua. Pembayaran uang saku bulanan, mingguan, atau harian juga tersedia. Di SMA Negeri 5 Parepare merupakan sekolah asrama sehingga kebutuhan para siswa telah dipenuhi oleh sekolah dengan pembayaran iuran sekolah. Namun, tidak menutup kemungkinan para orang tua dapat

memberikan uang jajan kepada anaknya. Pemberian uang jajan ini dilakukan secara tidak langsung yaitu dapat melalui layanan ATM yang disiapkan di lingkungan sekolah maupun dapat dititipkan oleh wali kelas masing-masing siswa. Hal ini menunjukkan bahwa para siswa memiliki uang yang dapat meningkatkan jumlah konsumtifnya di dalam asrama, seperti memesan makanan dari luar melalui aplikasi gofood maupun memesan pakaian dan perlengkapan lainnya melalui aplikasi belanja online sehingga hal ini dapat memicu siswa memiliki gaya hidup hedonism maupun memiliki tingkat literasi keuangan yang kurang.

Remaja, dalam hal ini siswa SMA Negeri 5 Parepare, mendapatkan manfaat dari literasi keuangan dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak dan bijaksana. Selain itu, mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta memiliki beragam perilaku, sikap, dan pengetahuan keuangan pribadi merupakan komponen literasi keuangan. Nilai-nilai finansial sebaiknya ditanamkan pada anak sejak dini, seperti pentingnya membeli produk dan jasa berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan. Namun siswa SMA Negeri 5 Parepare cenderung mengutamakan pembelian barang yang diinginkan dibandingkan kebutuhan. Untuk mencegah perilaku konsumtif yang tidak pantas dan wajar, penting untuk menetapkan skala prioritas permintaan. Seseorang juga perlu mewaspadaai situasi keuangannya untuk mencegah timbulnya biaya yang melebihi pendapatan orang tuanya.

Untuk dapat membuat keputusan keuangan yang bijaksana, masyarakat perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang keuangan pribadi. Di sini, literasi keuangan mengacu pada kapasitas untuk memahami situasi keuangan, mengetahui cara menangani

keuangan, dan secara efektif menerapkan pengetahuan tersebut dalam perilaku. Mereka diharapkan mampu mengelola keuangannya secara bertanggung jawab saat remaja agar dapat mengalokasikan atau menggunakan uangnya dengan bijak. Hal ini dimaksudkan agar dengan memahami literasi keuangan, pelajar termasuk remaja akan mampu menangani situasi keuangan pribadinya dengan menahan diri untuk tidak bertindak konsumtif. Gaya hidup seseorang akan lebih sedikit boros dan akan terhindar dari perilaku konsumtif jika melek finansial. (Fauzia and Nurdin 2019).

Perilaku konsumtif siswa di SMA Negeri 5 Parepare juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. lingkungan sosial tempat individu terlibat dan melakukan aktivitas secara kolektif, 82% Salah satu hal yang dapat memotivasi orang atau organisasi untuk bertindak dan mengubah perilaku konsumen adalah lingkungan sosial. Lingkungan sekolah merupakan lingkungan dimana seorang siswa menjalani proses belajar dan menjalani aktivitasnya di sekolah. SMA Negeri 5 Parepare merupakan salah satu sekolah yang menerapkan system sekolah berasrama. Hal ini menyebabkan lingkungan sekolah dan lingkungan asrama memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif siswanya. Berdasarkan beberapa masalah diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonisme, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada siswa SMA Negeri 5 Parepare.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Literasi Keuangan

Sastra latin dan huruf Inggris merupakan sumber literasi. Kemampuan membaca dan

menulis merupakan salah satu komponen literasi, yaitu sifat atau kemampuan untuk melek huruf. Lebih lanjut, pengertian literasi juga mencakup literasi visual, yaitu "kemampuan mengidentifikasi dan memahami konsep-konsep yang disajikan secara visual (dalam bentuk adegan, film, dan foto) (Salahuddin 2019). Konsep literasi mencakup kemampuan mengolah dan memahami informasi dalam membaca dan menulis, yang mengacu pada kemampuan seseorang untuk memanfaatkan semaksimal mungkin seluruh kemampuan dan bakat yang dimilikinya dalam kehidupan.(S. Soetiono and Setiawan 2018). Literasi secara luas diartikan sebagai kemampuan berbahasa yang mencakup kemampuan menyimak, berbicara, membaca dan menulis serta kemampuan berpikir yang menjadi elemen di dalamnya (Padmadewi and Artini 2018).

Literasi keuangan sendiri dapat muncul dari kemampuan seseorang dalam menggunakan sumber daya yang telah tersedia untuk mencapai suatu tujuan, namun masih banyak orang yang kesulitan mengelola keuangannya secara efektif dan mengambil keputusan yang akan mengarah pada kesejahteraan ekonomi karena kurangnya pengetahuan tentang konsep keuangan. . Seseorang dapat meningkatkan kemampuannya dalam mengelola keuangan dan mencegah kesulitan keuangan dengan memperoleh literasi keuangan, yaitu seperangkat pengetahuan keuangan. Tingkat literasi keuangan setiap orang sangatlah penting karena mereka yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi akan lebih siap dalam menangani keuangannya. Beberapa penjelasan diatas dapat kesimpulan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan dan

pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif.

Ketika menghadapi persaingan pasar dan mengambil keputusan keuangan, memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan sangatlah bermanfaat. Untuk mengukur literasi keuangan, pada dasarnya seseorang harus menggabungkan elemen konseptual dan operasional, seperti kesadaran, perilaku, pengetahuan, dan keterampilan subjek dalam menggunakan lembaga keuangan untuk mengelola pinjaman, tabungan, investasi, dan anggaran berdasarkan tingkatnya. pemahaman keuangan. Untuk mengukur pemahaman literasi keuangan seseorang, Hani Ismanto mengelompokkan beberapa komponen literasi keuangan diantaranya yaitu:

1. Pengetahuan keuangan

Menurut Soetiono dan Setiawan, atribut produk, lembaga jasa keuangan formal, serta produk dan jasa lembaga keuangan, semuanya terikat pada derajat pengetahuan atau pemahaman seseorang.

2. Perilaku Keuangan

Niat di balik penggunaan barang dan upaya mencapai tujuan keuangan berkaitan dengan perilaku keuangan. Hilgert menegaskan bahwa pengelolaan kas, pengelolaan utang, kebiasaan menabung, dan kebiasaan belanja lainnya seseorang akan mengungkapkan

sesuatu tentang perilaku keuangannya". (Ismanto and Dkk 2019).

2.2 Gaya Hidup Hedonisme

Pola hidup seseorang sehari-hari yang dipengaruhi oleh aktivitas, hobi, dan pendapatannya disebut gaya hidup. Kegiatan yang dilakukan baik yang bekerja maupun yang tidak bekerja dengan pola yang berbeda-beda. Karena setiap orang terlibat dalam aktivitas sosial yang beragam, setiap orang memiliki gaya hidup yang unik. (Yuniarti 2015). Kotler mendefinisikan "gaya hidup sebagai cara hidup individu di dunia yang ditunjukkan melalui minat, pendapat, dan tindakannya. "Keseluruhan diri seseorang" dalam interaksinya dengan lingkungannya disebut sebagai gaya hidup. Hal ini dapat dipahami secara luas sebagai cara hidup yang mencakup bagaimana individu menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang penting bagi mereka dalam hal pelestarian lingkungan (kepentingan), dan keyakinan mereka tentang berbagai aspek dunia dan diri mereka sendiri. (Amstrong and Kotler 2002).

Gaya hidup menunjukkan bagaimana cara seseorang mengalokasikan pendapatnya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika seseorang memilih alternatif dalam satu kelompok jenis produk yang ada (Suryani 2013). Gaya hidup seseorang dapat diartikan sebagai cara hidupnya. Selain itu, tiga derajat agregasi manusia dapat dijelaskan dengan istilah "gaya hidup": individu, kelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup mengungkapkan cara hidup seseorang, situasi keuangan, dan manajemen waktu. (Mowen and Minor 2002). Berdasarkan uraian di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa gaya hidup

mengacu pada interaksi individu dengan lingkungannya, kebiasaan membelanjakan uang, dan penggunaan waktu senggang.

Levan dan Linda mendefinisikan gaya hidup hedonistik sebagai pola perilaku yang ditandai dengan pengejaran, hasrat, dan sudut pandang yang secara konsisten menonjolkan kegembiraan hidup. Susianto melanjutkan, gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang seluruh aktivitasnya terfokus pada perolehan kesenangan hidup. Contoh aktivitas tersebut antara lain lebih sering bermain, lebih sering keluar rumah, menikmati hiruk pikuk kota, membeli barang yang tidak diperlukan, dan terus-menerus ingin menjadi pusat perhatian. (Al-Arif and Rianto 2012).

Meski demikian, Sujanto menjelaskan bahwa remaja pada umumnya menjalani kehidupan hedonistik yang berorientasi pada kesenangan. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa remaja mulai menggunakan benda-benda yang terlihat seperti mobil, pakaian, dan simbol status lainnya untuk membantu mereka menemukan jati diri. Gaya hidup hedonis seorang konsumen mempengaruhi manifestasi bagian-bagian tertentu dari pola pembeliannya. Gaya hidup seseorang ditentukan oleh kualitas atau sifat bawaan yang berkembang sebagai hasil interaksi dengan lingkungannya. Individu yang awalnya hemat, namun setelah bergaul dengan individu yang boros, berkembang menjadi pemboros. Gaya hidup seseorang mungkin berubah akibat faktor lingkungan karena perilaku pembelian mempengaruhi gaya hidup dan mempengaruhi banyak keputusan konsumsi individu. (Supranto 2011).

Menurut Sumarwan mengatakan bahwa ada beberapa pengukuran yang menjadi indikator gaya hidup adalah sebagai berikut:

- 1) Kegiatan (*Activity*), Aktivitas seseorang, pembelian yang mereka lakukan atau memanfaatkan, dan kegiatan rekreasi seperti berbelanja dan hiburan merupakan bagian dari aktivitas mereka.
- 2) Minat (*Interest*) adalah sesuatu, sesuatu yang terjadi, atau apa pun yang cukup menggairahkan orang sehingga memerlukan perhatian khusus atau berkelanjutan. Kesukaan, passion, dan prioritas dalam hidup seseorang adalah contoh dari minatnya. Dalam hal menginvestasikan waktu dan uang, bunga adalah hal yang dianggap menarik. seperti prestasi, makanan, dan fashion.
- 3) Opini (*Opinion*) adalah opini dan sentimen seseorang sebagai reaksi terhadap peristiwa sosial, politik, ekonomi, dan lokal. Opini juga bisa merujuk pada penilaian, ekspektasi, dan interpretasi. menyukai barangnya dan diri sendiri" (Sumarwan 2015).

2.3 Lingkungan Sosial

Istilah lingkungan sosial mengacu pada interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat, baik secara langsung seperti ketika teman mendiskusikan sesuatu atau secara perwakilan melalui persepsi individu tentang apa yang dikenakan atau dilakukan orang lain. (Peter and C.Olson 2000). Dalam konteks sosial, "individu terlibat dalam interaksi dan aktivitas kelompok satu sama lain serta dengan lingkungannya. Ada berbagai lapisan dalam lingkungan sosial. Keluarga adalah tingkat pertama; melalui mereka kita mempelajari keterampilan, sikap, dan perilaku sosial. Sekolah adalah tingkat berikutnya, dimana pembelajaran sosial dapat dikembangkan. Perkuliahan merupakan jenjang pendidikan tertinggi; di dalamnya, kita dapat menemukan kelompok dengan audiens yang lebih luas dan kebebasan yang lebih besar untuk

menyuarakan pemikiran kita di dalam sebuah organisasi. Kita juga bisa menjadikan perkuliahan sebagai wadah untuk bersiap melibatkan masyarakat. Dalam konteks sosial, individu terlibat dalam interaksi dan aktivitas kelompok satu sama lain serta dengan lingkungannya. Ada berbagai lapisan dalam lingkungan sosial. Keluarga adalah tingkat pertama; melalui mereka kita mempelajari keterampilan, sikap, dan perilaku sosial. Sekolah adalah tingkat berikutnya, dimana pembelajaran sosial dapat dikembangkan. Perkuliahan merupakan jenjang pendidikan tertinggi di dalamnya, kita dapat menemukan kelompok dengan audiens yang lebih luas dan kebebasan yang lebih besar untuk menyuarakan pemikiran kita di dalam sebuah organisasi. Kita juga bisa menjadikan perkuliahan sebagai wadah untuk bersiap melibatkan masyarakat. (Mangkunegara and Prabu 2007).

Lingkungan sosial yang menanti kita ketika kita sudah siap dan cukup dewasa untuk memasukinya secara langsung adalah tingkatan terakhir. Di sini kita akan belajar lebih banyak tentang sikap, sifat, dan permasalahan yang ada di sana yang belum kita temui di keluarga atau sekolah kita. telah kita hadapi, dan kita dapat memasuki masyarakat dengan bekal pengetahuan yang kita peroleh dari lingkungan sosial kita sebelumnya keluarga dan sekolah. Lingkungan sosial dibedakan menjadi dua, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro. Lingkungan sosial makro didefinisikan sebagai interaksi individu dalam skala besar, baik secara tidak langsung maupun vicarious diantara kelompok-kelompok masyarakat. Sedangkan lingkungan sosial mikro didefinisikan sebagai interaksi

sosial dalam skala kecil, dalam hal ini interaksi sosial diperoleh langsung dari keluarga dan kelompok referensi (Peter and C.Olson 2000).

Lingkungan sosial dapat diartikan sebagai suatu tempat terjadinya interaksi sosial yang berbeda-beda antara anggota keluarga, sekolah, dan kelompok masyarakat, berdasarkan kriteria yang diberikan di atas. Manusia tidak dapat bertahan hidup sendiri atau mengurus kebutuhannya sendiri di dunia nyata tanpa bantuan teman, keluarga, dan orang lain. Akibatnya, lingkungan sosial sangat mempengaruhi kemampuan orang lain dalam menjalani kehidupan sehari-hari di rumah, tempat kerja, dan lingkungan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Indikator-indikator lingkungan sosial menurut (Dewantara 2010) adalah:

- 1) Lingkungan keluarga, meliputi cara orang tua mendidik dan suasana rumah. Lingkungan dimana anak terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dengan anggota keluarga disebut dengan lingkungan keluarga. Kepribadian seorang anak akan berkembang sebagai respons terhadap lingkungan keluarganya. Lingkungan di rumah dan cara orang tua membesarkan anak merupakan dua cara keluarga mempengaruhi perkembangannya.
- 2) Lingkungan Sekolah, meliputi relasi guru dengan siswa dan relasi siswa dengan siswa. Lingkungan pendidikan formal di sekolah mempunyai pengaruh yang signifikan dalam membentuk dan mengarahkan perilaku moral generasi muda. Peran lingkungan sekolah adalah meneruskan pendidikan keluarga dengan guru menggantikan orang tua sebagai figur otoritas, karena sekolah menduduki

peringkat kedua sebagai pusat pendidikan setelah lingkungan rumah. Baik hubungan siswa-guru maupun siswa-siswa terjalin di lingkungan sekolah.

- 3) Lingkungan masyarakat, meliputi bentuk kehidupan masyarakat dan teman bergaul. Dalam hal keinginan anak terhadap Pendidikan termasuk pengajaran tentang teknik pemecahan masalah, perilaku, dan moralitas, lingkungan masyarakat menempati urutan ketiga setelah lingkungan rumah dan sekolah. Sebab, anak yang tumbuh dalam lingkungan masyarakat kemungkinan besar akan menjadi anak yang pandai, terampil, dan berakhlak mulia. Pertemanan sosial dan kehidupan komunal merupakan contoh lingkungan Masyarakat". (Dewantara 2010).

2.4 Perilaku Konsumtif

Kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi berlebihan dengan melakukan pembelian barang atau jasa secara impulsif atau berlebihan disebut dengan perilaku konsumtif. Ilmu ekonomi mendefinisikan "konsumsi sebagai tindakan apa pun yang melibatkan penggunaan dan konsumsi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya untuk terus ada. Tidak membuat rencana anggaran prioritas berdasarkan kepentingan akan menyebabkan pembelian yang tidak terduga. Tindakan membeli barang yang tidak mencukupi atau tidak dipertimbangkan dengan matang sehingga menyebabkan kelebihannya disebut perilaku konsumtif. (Wibowo and Supriadi 2013).

Perilaku individu yang didorong untuk mengkonsumsi secara berlebihan atau boros oleh variabel sosiokultural dalam

kehidupannya disebut dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk bertindak berlebihan, melakukan pembelian yang tidak logis dan mengutamakan keinginan di atas kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah perilaku pribadi yang menunjukkan dan memvalidasi konsumsi berlebihan, yang mungkin mengindikasikan bahwa produk yang dibeli tidak mencukupi atau bahkan berlebihan. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh nafsu, yang tidak memiliki tujuan lain selain memuaskan indera dan mendahulukan keinginan di atas kebutuhan. Akibatnya, jika seseorang tidak berhati-hati, ia mungkin akan segera mengeluarkan uang untuk berbagai barang yang tidak memenuhi kebutuhan esensial atau kebutuhan mendasarnya. (Mudjijono and Susilantini 2013).

Vinna Sri Yuniarti mengartikan konsumtif sebagai praktik yang terlalu memanjakan barang-barang materi dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. serta mengabaikan skala prioritas. Perilaku konsumtif diartikan sebagai konsumsi berlebihan suatu barang dan jasa oleh individu. (Yuniarti 2015).

Berdasarkan definisi yang diberikan di atas, seseorang dapat melakukan perilaku konsumtif yang merugikan dirinya jika ia tidak mampu menahan diri untuk bertindak berdasarkan keinginannya sendiri dan menghambur-hamburkan uang dengan berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan. Konsumen Generasi Z dikenal karena kebutuhannya yang bersifat instan, kurang menghargai langkah-langkah dalam mencapai tujuan, dan kurangnya perencanaan keuangan yang baik, yang semuanya dapat menyebabkan kesulitan keuangan di masa

depan dan berkembangnya kecenderungan shopaholic.

Menurut Sumartono, karakteristik atau indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut (Sumartono 2002) :

- 1) Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah. Saat membeli produk konsumen, kita fokus pada imbalan yang ditawarkan produk tersebut dibandingkan manfaat kesehatan dari barang yang kita konsumsi. Pelanggan dituntun untuk percaya bahwa dengan membeli satu barang, mereka akan menerima produk tambahan.
- 2) Membeli produk karena kemasannya menarik. Orang-orang membeli produk karena mereka menganggap kemasannya menarik dan khas. Barang yang disajikan secara menarik dan terorganisir akan menarik lebih banyak pelanggan untuk melakukan pembelian.
- 3) Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi. Salah satu alasan orang membeli produk dari perusahaan ternama adalah karena gengsi, karena pelanggan saat ini lebih fokus pada penampilan untuk menarik perhatian orang lain.
- 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya). Bukan karena kegunaan produknya, masyarakat membeli barang karena kecenderungannya menggunakan barang mewah. Pelanggan yang telah memanfaatkan produk mahal akan merasa dihargai dan lebih percaya diri.
- 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Pelanggan sering kali percaya bahwa membeli barang mewah

akan menyampaikan kepada orang lain bahwa mereka kaya dan, tentu saja, bahwa mereka mampu mempertahankan simbol status sosial.

- 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Orang-orang membeli produk karena mereka melihat model yang mempromosikannya atau karena model yang mempromosikannya adalah seseorang yang spesial bagi pribadi mereka. Oleh karena itu, segala sesuatu yang digunakan karakter favoritnya akan dipertimbangkan dengan cermat sebelum membeli.
- 7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang positif. Saat membeli sesuatu yang mereka inginkan, pelanggan mempertimbangkan harga. Mereka percaya bahwa mengeluarkan banyak uang untuk membeli barang akan meningkatkan kepercayaan diri mereka.
- 8) Keinginan membeli lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Pelanggan seringkali memilih untuk menggunakan produk yang sama dengan beberapa nama untuk membandingkan kualitas setiap produk”.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian empiris yang datanya berupa angka-angka (Syahrudin and Salim 2015). Variabel yang

diteliti yaitu Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup Hedonisme (X_2), Lingkungan Sosial (X_3), dan Perilaku Konsumtif (Y). Jenis penelitian yang digunakan yaitu *Field Research* (penelitian lapangan) dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel yang terdapat dalam penelitian tesis. Pendekatan asosiatif kausal karena menganalisis hubungan sebab akibat, yaitu variabel bebas (X) dan variabel (Y) atau variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (dipengaruhi) (Arikunto 2013).

Penelitian ini akan dilaksanakan di SMA Negeri 5 Parepare Jl. Kelapa Gading No. 69 Parepare. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Negeri 5 Parepare tahun Pelajaran 2023 yang berjumlah 387 siswa. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh besaran sampel yaitu 80 sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Sebelum melakukan analisis data, maka terlebih dahulu data-data yang dikumpulkan diuji menggunakan uji keabsahan data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dikumpulkan dan dianalisis telah memenuhi syarat-syarat uji analisis data seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji linearitas dan uji normalitas.

TABEL 1
Statistik Deskriptif

Jumlah Responden	Jenis Kelamin		Kelas			
	Wania	Pria	XI.1	XI.2	XI.3	XI.4
80	23	57	23	24	10	23

a. Uji validitas

TABEL 2
UJI VALIDITAS

Variabel	R_{Hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan	$0,828 > 0,256$		Valid
Gaya Hidup	$0,610 > 0,256$		Valid
Lingkungan Sosial	$0,683 > 0,256$		Valid
Perilaku Konsumtif	$1 > 0,256$		Valid

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dari keempat variabel yaitu variabel Literasi Keuangan (X_1) diperoleh r_{hitung} (0,828) $> r_{tabel}$ (0,256) yang berarti bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner adalah valid. Variabel Gaya Hidup (X_2) diperoleh r_{hitung} (0,610) $> r_{tabel}$ (0,256) yang berarti bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner adalah valid. Variabel Lingkungan Sosial (X_3) diperoleh r_{hitung} (0,683) $> r_{tabel}$ (0,256) yang berarti bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner adalah valid dan Variabel Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh r_{hitung} (1) $> r_{tabel}$ (0,256) yang berarti bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner adalah valid. Sehingga analisis data penelitian dapat dilanjutkan.

b. Uji reliabilitas

TABEL 3
UJI RELIABILITAS
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.892	4

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* r_{hitung} 0,892 > r_{tabel} 0,60 pada tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap item pernyataan pada kuesioner memiliki reliable yang tinggi hingga dapat digunakan untuk mengukur data.

c. Uji linearitas

TABEL 4
UJI Linearitas
ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y* X ₁	2207.816	25	88.313	7.695	.000
	1937.872	1	1937.872	168.855	.000
	269.944	24	11.248	0.98	.505
Y* X ₂	1687.458	22	76.703	3.835	.000
	1050.915	1	1050.915	52.542	.000
	636.543	21	30.312	1.515	.109
Y* X ₃	1887.567	26	72.599	4.093	.000
	1320.538	1	1320.538	74.457	.000
	567.028	25	22.681	1.279	.223

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji linearitas dengan nilai sig. 0,505 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki hubungan yang linear. Pada variabel Gaya Hidup, nilai sig yaitu 0,109 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup memiliki hubungan yang linear terhadap perilaku konsumtif siswa.

Variabel Lingkungan Sosial diperoleh nilai sig yaitu 0,223 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan Sosial memiliki hubungan yang linear terhadap Perilaku Konsumtif siswa. Dari ketiga variabel yang di uji maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua variabel independen memiliki hubungan yang linear terhadap variabel dependent sehingga data tersebut dapat dilanjutkan ke tahap analisis data.

d. Uji normalitas

TABEL 5
UJI NORMALITAS
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandar dized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.1001146
		5
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.042
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji normalitas dengan memperoleh nilai sig. 0,200 > 0,05. Berdasarkan hasil temuan tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dapat dikatakan berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk mengukur data.

e. Korelasi Pearson Product Moment

TABEL 6

UJI KORELASI
Correlations

		X ₁	X ₁	X ₁	Y
X ₁	Pearson Correlation	1	.541**	.872**	.828**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80
X ₂	Pearson Correlation	.541**	1	.505**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80
X ₃	Pearson Correlation	.872**	.505**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80
Y	Pearson Correlation	.828**	.610**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Uji ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel. Selain itu, uji ini dapat menunjukkan tingkat kekuatan hubungan yang dimiliki antara variabel. Berdasarkan hasil uji SPSS di atas diperoleh nilai Sig. (2-tailed) $0,00 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan terdapat korelasi antara variabel X₁ terhadap Y dan memiliki tingkat kekuatan hubungan yang sangat kuat berada pada nilai 0,828. Selanjutnya, pada tabel X₂ terhadap Y diperoleh nilai $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan memiliki tingkat hubungan yang kuat berada pada nilai 0,610. Pada tabel X₃ terhadap Y, diperoleh nilai $0,00 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan dan memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai 0,683.

f. Uji t

TABEL 7
UJI KORELASI
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.643	2.203		1.200	.234
X ₁	.839	.121	.868	6.949	.000
X ₂	.239	.071	.238	3.363	.001
X ₃	-.192	.121	-.194	-1.595	.115

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel di atas menunjukkan hasil uji t secara parsial pada variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan memperoleh nilai *p-value* ($0,000 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Selanjutnya pada variabel Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif diperoleh nilai *p-value* ($0,001 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Variabel Lingkungan sosial terhadap Perilaku Konsumtif dengan memperoleh nilai *p-value* ($0,115 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lingkungan Sosial tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

g. Uji f

TABEL 8
UJI KORELASI

ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2068.304	3	689.435	69.012	.000 ^b
Residual	759.246	76	9.990		
Total	2827.550	79			

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji analisis f secara simultan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial secara bersama-sama atau secara simultan mempengaruhi variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif.

h. Uji determinasi

TABEL 9
UJI KORELASI

Model Summary ^b			
	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
R	.855 ^a	.731	3.161

Sumber Data: Diolah Menggunakan SPSS

Tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai 0,731. Jika dipersenkan maka variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial mempengaruhi Perilaku Konsumtif sebesar 73% dan sisanya dipengaruhi oleh factor-faktor yang lain.

4.2. Pembahasan Penelitian

a. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai *p-value* $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Hipotesis 1 (H_1) diterima dan (H_0) ditolak, yang berarti bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel Y yaitu Perilaku Konsumtif. Pengaruh secara positif yang dimaksudkan disini adalah jika Literasi Keuangan mengalami peningkatan maka Perilaku Konsumtif siswa juga akan mengalami peningkatan. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh yang positif dan searah.

Literasi keuangan (Padmadewi and Artini 2018) adalah “pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki seseorang untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan di masa yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat agar masyarakat terhindar dari resiko yang tidak diinginkan dan jika literasi rendah akan berakibat pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak dalam pencapaian kesejahteraan pada usia yang tidak lagi produktif”. Adapun indikator untuk mengukur tingkat literasi keuangan siswa menggunakan teori yang dikemukakan oleh (Ismanto and Dkk 2019), secara spesifik sebagai yaitu (1) Pengetahuan Keuangan, (2) Perilaku Keuangan, (3) Sikap Keuangan dan (4) *Confidence*.

Temuan penelitian (Wahyuni et al. 2019), yang menemukan adanya hubungan substansial antara variabel Literasi Keuangan

dengan Perilaku Konsumtif sehingga menguatkan penelitian ini. Penelitian yang telah dilakukan oleh (Asisi and Purwantoro. 2020) juga menemukan hal yang sama, yaitu literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian.

Namun penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Haryana 2020) yang menemukan dampak signifikan dan merugikan dari literasi keuangan terhadap perilaku konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan (Riana 2019) tidak mendukung penelitian tersebut. Menurut penelitian Irma Riana, wanita karir di Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis menunjukkan perilaku konsumen yang kurang baik ketika mereka kurang memiliki literasi keuangan.

b. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t secara parsial menunjukkan Gaya Hidup Hedonisme memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel Literasi Keuangan $0,001 < 0,05$ ini berarti Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif secara parsial. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Gaya hidup hedonis menurut (Yuniarti. 2015) adalah “gaya hidup yang seluruh aktivitasnya terfokus pada perolehan kesenangan hidup. Contoh aktivitas tersebut antara lain lebih banyak bermain, menghabiskan waktu di luar rumah, menikmati kesibukan kota, membeli barang-barang yang tidak diperlukan, dan terus-menerus ingin menjadi pusat perhatian”. Ciri-ciri gaya hidup hedonis seperti yang diungkapkan oleh

(Sumarwan 2015), yaitu sebagai yaitu (1) *Activity*, (2) *Interest* dan (3) *Opinion*.

Penelitian ini mendukung temuan penelitian (Patricia and Handayani 2014) yang menemukan bahwa keputusan pembelian pramugari maskapai penerbangan dipengaruhi oleh gaya hidup hedonistik. Namun hal ini juga sesuai dengan penelitian (Nurvitria 2015) yang menemukan bahwa di kalangan mahasiswa PPB 2013 FIP UNY, Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh signifikan dan positif terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. Temuan penelitian (Sada 2022) yang menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif terhadap perilaku keuangan, juga didukung oleh penyelidikan ini.

c. Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji t secara parsial menunjukkan Lingkungan Sosial tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif yang dibuktikan dengan hasil olah data pada program SPSS dengan nilai signifikansi dari variabel Lingkungan Sosial $0,115 > 0,05$ ini berarti tidak terdapat pengaruh yang searah antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif secara parsial. Maka H_0 diterima dan H_6 ditolak.

(Mangkunegara and Prabu 2007) mendefinisikan “lingkungan sosial sebagai tempat terjadinya interaksi sosial yang berbeda-beda antara anggota masyarakat, sekolah, dan keluarga. Manusia tidak dapat bertahan hidup sendiri atau mengurus kebutuhannya sendiri di dunia nyata tanpa bantuan teman, keluarga, dan orang lain”. Adapun indikator lingkungan sosial menurut (Dewantara 2010), yaitu (1) Lingkungan Keluarga, (2) Lingkungan Sekolah dan (3) Lingkungan Masyarakat

Penelitian ini mendukung penelitian (Vhalery 2020) “yang tidak menemukan bukti bahwa suasana kampus berdampak pada cara mahasiswa Unindra mengelola uang jajannya. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Albertus, Leksono, and Vhalery 2020) yang menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi siswa dipengaruhi secara signifikan oleh lingkungan sekolahnya.

Selain itu, penelitian ini bertentangan dengan penelitian sebelumnya (Sada 2022) yang menemukan adanya hubungan antara perilaku keuangan mahasiswa dengan lingkungan sosialnya. Selain itu, penelitian (Aprinthsari and Widiyanto. 2020) yang menyatakan lingkungan sosial mempunyai dampak besar terhadap perilaku keuangan mahasiswa tidak menguatkan penelitian ini. Temuan penelitian ini bertentangan dengan penelitian (Johnson and Krueger 2006) yang menunjukkan bahwa faktor lingkungan mempunyai pengaruh signifikan dalam meningkatkan pengelolaan keuangan. Hal ini menunjukkan bagaimana lingkungan dapat menimbulkan beragam penafsiran dan kesimpulan, sehingga memerlukan penelitian lebih lanjut untuk memastikan tingkat dampak dan dampaknya secara tepat”.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Literasi keuangan menjadi salah satu variabel yang mempengaruhi konsumsi pelajar, menurut temuan penelitian. Tingkat literasi keuangan di kalangan pelajar mungkin berdampak pada keputusan keuangan yang mereka ambil. Karena SMA Negeri 5 Parepare merupakan sekolah berasrama, maka masing-masing siswa memiliki tanggung jawab penuh terhadap pengelolaan keuangan secara pribadi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa salah

satu hal yang mempengaruhi perilaku konsumtif pelajar adalah gaya hidup mereka. Anda dapat yakin bahwa siswa yang menjalani gaya hidup makmur, menyukai produk mewah, dan senang menghabiskan waktu dan uang untuk aktivitas mahal demi bersenang-senang akan mengonsumsi lebih banyak dan bertindak konsumtif. Maka siswa perlu mengatur keuangannya dengan baik, serta lebih mengisi aktivitasnya untuk hal yang bermanfaat.

5.2 Saran

Bagi siswa, diharapkan mampu mengelola keuangan secara baik dan mengatur pola konsumsi serta menentukan taraf prioritas dalam setiap pembelanjaan. Bagi orang tua siswa, diharapkan dapat bijaksana dalam memberikan uang saku dan senantiasa mengawasi perilaku anak dalam melakukan kegiatan konsumsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, and M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Albertus, Setya Stanto, Ari Wahyu Leksono, and Rendika Vhalery. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Kampus Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa.” *Research and Development Journal of Education* 1 (1): 33. <https://doi.org/10.30998/rdje.v1i1.7042>.
- Amstrong, Gary, and Kotler. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Aprinthsari, M. N., and Widiyanto. 2020. “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi.” *Business and Accounting Education Journal*, Vol. 1(1),.

- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asisi, I., and Purwantoro. 2020. "(2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*," Asisi, I., <http://ejournal.lldikti10.id/index.php/benefita/article/view/4194>.
- Dewantara. 2010. *Membangun Kepribadian Dan Watak Bangsa Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dikria, Okky, and Sri Umi Minarti W. 2016. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Jurnal Pendidikan Ekonomi* Vol. 09, N.
- Fauzia, A. N, and Nurdin. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif." *Akademika Unisba* Vol.5.
- Handayani, Asri, and Heru Aulia Azman. 2019. "Pengaruh Pengetahuan Dan Sikap Terhadap Perilaku Memilih Bank Syariah Dengan Faktor Religiusitas Sebagai Moderating." *Journal Of Economic Studies* 3.1.
- Haryana, R. D. T. 2020. "Pengaruh Life Style, Self Control, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping." *Konomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, E16(1), 29.
- Ismanto, Hadi, and Dkk. 2019. *Perbankan Dan Literasi Keuangan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Johnson, W., and R. F. Krueger. 2006. "How Money Buys Happiness: Genetic and Environmental Processes Linking Finances and Life Satisfaction. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.90.4.680>." *Journal of Personality and Social Psychology*, vol 90(4),.
- Mangkunegara, and A. A. Anwar Prabu. 2007. *Evaluasi Kinerja SDM*. Cetakan 3. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Mowen, John, and Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mudjijono, Sukari, and Endah Susilantini. 2013. *Perilaku Konsumtif SMA Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya.
- Nurvitria, A.L. 2015. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Implusif Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan 2013 FIB UNY." *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*. Vol 4. No.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2022. "Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025." OJK. 2022.
- Padmadewi, Ni Nyoman, and Luh Putu Artini. 2018. *Literasi Di Sekolah Dari Teori Ke Praktik*. Bandung: Nilacakra.
- Patricia, N.L, and S. Handayani. 2014. "Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan 'X'." *Jurnal Psikologi*. Vol 12 No.
- Peter, J. Paul, and Jerry C.Olson. 2000. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran, (Edisi Ke-4)*, Terj. Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.
- Riana, Irma. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Riau.

- S. Soetiono, Kusumaningtuti, and Cecep Setiawan. 2018. *Literasi Dan Inklusi Keuangan Indonesia*. Depok: PT RajaGrafindo Persada. (10.22216/jbe.v4i3.4194).
- S., Yuniarti V. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: CV Pustaka.
- Sada, Yohanes Maria Vianey Kenale. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa." *Jurnal Literasi Akuntansi* Vol. 2 No.
- Salahuddin, Nurul Husna. 2019. *Maya Khairani Dan Fatmawati, Teras Literasi*. Aceh: Syiah Kuala University Press.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen (Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Syahrum, and Salim. 2015. *Etodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- T, Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Vhalery, Rendika. 2020. "Pengaruh Lingkungan Kampus Dan Motivasi Keuangan Pada Pengelolaan Uang Saku Mahasiswa Universitas Indraprasta." *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, Vol. X No.
- Wahyuni, Rika, Hadi Irfani, Isna Asyri Syahrina, and Rina Mariana. 2019. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang." *Jurnal Benefita* Vol. 4 No.
- Wibowo, Sukarno, and Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yuniarti, Vinna Sri. 2015. *Perilaku Konsumen*. Bandung: CV Pustaka Setia.

DOKUMENTASI

Pengisian Google Form Kelas XI.1



Pengisian Google Form Kelas XI.2





Pengisian Google Form Kelas XI.3



Pengisian Google Form Kelas XI.4



BIODATA PENULIS

DATA PRIBADI



Nama : Nurhamidah
Tempat Tanggal Lahir : Parepare, 28 April 1993
NIM : 2120203860102011
Alamat : Jl. Bau Masepe No.215
No. HP : 089 792 322 11
Email : nurulmyda025@gmail.com

DATA KELUARGA

Orang Tua : Amiruuddin,S.E. (Ayah), Hadidah,S.Pd. (Ibu)
Saudara : Hasbi Ash Shiddieqy, Sofyan Ash Shiddieqy, dan Nur Khairiyah

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD NEGERI 210 SANRANGENG TAHUN 1999 – 2005
2. SMP NEGERI 1 LILIRIAJA TAHUN 2005 – 2008
3. SMA NEGERI 1 LILIRIAJA TAHUN 2008 - 2011
4. SARJANA PERGURUAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR (UNM) Fakultas Ekonomi, Jurusan Pendidikan Ekonomi Tahun 2011 – 2015

KARYA PENELITIAN ILMIAH YANG DIPUBLIKASIKAN

1. Judul Skripsi: “Pengaruh Pendidikan dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bumi Karsa Makassar.”
2. Jurnal “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hedonisme, dan Lingkungan Sosialis Terhadap Perilaku Konsumtif siswa UPT SMA Negeri 5 Parepare.”