



PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PRODI EKONOMI UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN PEMATANGSIANTAR

Enzely Saragi Sitio

Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar / Program Studi Pendidikan Ekonomi
e-mail: enzelysaragi31@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel :

Diterima : 16-10-2023
Disetujui : 24-10-2023
Diterbitkan : 30-11-2023

Kata Kunci :

Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif; Mahasiswa.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2019,2020,2021,2022 sebanyak 197 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan observasi dan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 23 dan uji hipotesis menggunakan Uji t. Hasil perhitungan uji t dimana variabel literasi keuangan memperoleh hasil t-hitung sebesar 5,607 sehingga hal ini dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan adalah variabel yang paling dominan mempengaruhi variabel dependen (Y) yakni perilaku konsumtif.

ARTICLE INFO

Article History :

Received : 16-10-2023
Accepted : 24-10-2023
Publish : 30 -11-2023

Keywords:

Financial Literacy; Consumer Behaviour; Students.

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of financial literacy on the consumer behavior of Economics Education students at HKBP Nommensen Pematangsiantar University. The sample in this research was Economic Education Students from the class of 2019, 2020, 2021, 2022 with 197 respondents. Data collection was carried out using observation and questionnaires. The data analysis technique used was simple linear regression analysis using Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 23 and hypothesis testing using the t test. The results of the t test calculation where the financial literacy variable obtained a t-calculation result of 5.607, so it can be said that the financial literacy variable is the variable that most dominantly influences the dependent variable (Y), namely consumer behavior.

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan teknologi yang berkembang pesat, dengan budaya praktisnya, mempengaruhi perilaku manusia khususnya mahasiswa dengan dihadapkan pada layanan belanja online diberbagai platform (shoppe, lazada, tiktok, facebook, dll). Ini menjadi salah satu masalah keuangan di kalangan mahasiswa yang dianggap sangat boros dan menjalani gaya hidup modern yang



dianggap menuntut uang untuk berbelanja. Perkembangan dan modernisasi zaman menyebabkan perilaku konsumsi masyarakat Indonesia menjadi berlebihan. Menurut pernyataan Kansarina (2015:4) “Mahasiswa adalah remaja senior dengan kecenderungan mengkonsumsi yang tinggi. Mahasiswa tidak mengkonsumsi barang atau jasa hanya karena mereka membutuhkannya. Tapi juga karena "lapar mata" yang sering terjadi saat mahasiswa mengkonsumsi, juga menegaskan bahwa “banyak motivasi yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih barang dan jasa”. Mahasiswa cenderung membeli sesuatu bukan karena mereka membutuhkannya, tetapi untuk mengikuti tren mode, untuk pamer, untuk meningkatkan status sosial dan gengsi. Remaja hingga dewasa berada dalam fase pencarian jati diri dan cenderung bertindak emosional, terutama dalam hal konsumsi yang berlebihan. Terkait dengan perilaku konsumsi mahasiswa yang berlebihan, kompetensi keuangan memegang peranan penting dalam menangani keuangan. Di perguruan tinggi, pembelajaran berperan penting dalam proses pembentukan literasi keuangan mahasiswa. Menurut Widyawati (2012) Mahasiswa hidup di lingkungan ekonomi yang beragam dan kompleks, sehingga kebutuhan akan pendidikan keuangan berkembang pesat. Pembelajaran yang efektif dan efisien membantu siswa memahami, mengevaluasi, dan bertindak sesuai kepentingan keuangan mereka. Dengan bekal pengetahuan yang baik sejak dini diharapkan mahasiswa dapat menjalani kehidupan yang sukses di masa depan. Dapat dikatakan bahwa fenomena perilaku konsumtif bagi generasi muda yang semuanya bersifat sementara, tidak menghargai proses hingga tercapainya suatu pencapaian tertentu dan tidak memerlukan perencanaan keuangan yang baik, terutama pada banyak siswa yang masih bisa meminta bantuan orang tuanya untuk semua kebutuhan sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan temuan lembaga penelitian independen Provetic. Berdasarkan survei online terhadap 7.757 responden, lembaga penelitian ini menemukan bahwa 38 persen dari mereka masih membelanjakan uang orang tuanya untuk barang-barang, dan lembaga ini juga mencatat adanya perubahan niat menabung di kalangan generasi muda ini. Hingga 41% dari 7.809 diskusi tentang mengapa mereka menabung, generasi muda mengaku menabung untuk membeli tiket konser dan tur musisi idola. Menurut Schiffman & Kanuk, (2010) istilah perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhannya. Saat ini, berbelanja sering diperlakukan terlalu berlebihan sebagai upaya manusia untuk kesenangan atau kebahagiaan, padahal kebahagiaan sejati yang bisa dicapai hanyalah kulit luarnya saja. Mengenai aspek-aspek yang termasuk dalam teori Fromm, ciri-ciri umum perilaku konsumen adalah pembelian impulsif, pembelian irasional, dan pembelian yang tidak perlu.

Di zaman yang penuh tantangan ini, mahasiswa memiliki literasi keuangan yang rendah karena aktivitas konsumtif dan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang tepat. Akibatnya, mahasiswa gagal mengelola keuangannya. Oleh karena itu diperlukan suatu metode untuk mengelola perekonomian generasi milenial dengan baik dan tepat sasaran. Seperti yang dijelaskan oleh *Program International Assesment of Student Achievement (PISA)* (2012), literasi keuangan merupakan metode yang dapat dijadikan acuan untuk mengetahui dan memahami konsep pengelolaan keuangan yang baik dan efektif. Dari observasi sementara dengan membagikan angket menggunakan *googleform* pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar pada 13 Juli 2023 sampai 18 Juli 2023 perilaku konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar hanya 15 Mahasiswa dari 30 mahasiswa yang mengisi *googleform* yang paham akan literasi keuangan. Terlihat dari pola penggunaan keuangan mahasiswa yang masih belum baik, pola konsumsi mahasiswa yg berlebihan juga dapat dilihat dari mahasiswa yang kurang paham akan kebutuhan dan keinginan sehingga pembelanjaan mahasiswa yang berlebihan perlu ditangani karena dapat memengaruhi situasi keuangan mereka di masa depan. Salah satu pendorong perilaku konsumtif adalah kurangnya pemahaman akan pentingnya literasi keuangan. Mahasiswa sering tidak tahu bagaimana mengelola dan merencanakan keuangan mereka dengan benar dan oleh karena itu cenderung membeli barang atau jasa secara impulsif tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap situasi keuangan pribadi atau kelompok sosial mereka. Oleh karena itu, menyelidiki pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sangat penting sebagai langkah preventif



untuk mencegah perilaku tersebut. Dengan meningkatkan literasi keuangan, mahasiswa menjadi lebih cerdas dalam mengambil keputusan pembelian dan mengetahui cara mengelola dan merencanakan keuangan dengan baik. Minimnya literasi keuangan bagi Mahasiswa Prodi Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar terlihat dari gaya hidup. Sistem pembayaran uang kuliah yang telat, pengelolaan uang saku dan uang belanja yang kerap tidak cukup untuk dikelola. Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan judul penelitian yaitu “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar”.

METODE

Sesuai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, jenis penelitian yang dilakukan adalah pendekatan kuantitatif Deskriptif. Penelitian kuantitatif Deskriptif menurut Suryani & Hendryadi (2015) adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang menggunakan angka/berbentuk numerik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *Simple Random Sample* yang pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin: $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$ Sampel penelitian adalah 196 dan dengan menggunakan teknik cluster sampling untuk menentukan berapa orang yang akan diberikan angket untuk setiap prodi. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibanding dengan teknik lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar. Observasi yang telah dilakukan oleh penulis adalah dengan mengamati cara mengelola keuangan mahasiswa yang terlihat dari pengelolaan uang saku atau uang belanja yang tidak cukup dikelola dan masih banyak mahasiswa yang terlambat membayar uang kuliah.

2. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam peneliti ini angket yang dibagikan berupa angket tertutup, kemudian peneliti akan menyebarkan angket secara langsung kepada responden untuk melihat seberapa besar pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif para responden.

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti dari masing-masing variabel. Variabel bebas (Literasi Keuangan) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikatnya Perilaku Konsumtif, baik secara simultan maupun parsial.

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rumus korelasi Pearson Product Moment dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2014) reliabilitas menunjukan bahwa instrument dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Rumus ini digunakan karena angket yang akan disebarkan tidak terdapat jawaban yang salah. Instrumen dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha $\geq 0,60$ atau sebaliknya jika Cronbach Alpha $\leq 0,6$ maka instrumen tidak reliabel.



Uji Normalitas

Menurut Nuryadi (2017) uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada dalam sebaran normal. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas yaitu data menyebar disekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalis. Tetapi jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan:

1 Uji *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik historisnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji kolmogorov smirnov

Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antara variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.

- a. Jika angka signifikansi $> 0,05$ maka data mempunyai distribusi yang normal.
- b. Jika angka signifikansi $< 0,05$ maka data tidak mempunyai distribusi yang normal.

Uji Multikolinearitas

Menurut Juliandi (2014) Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dan variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari uji multikolinearitas atau tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. di dalam model regresi dapat diketahui dari nilai *toleransi* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai *toleransi* lebih besar dari 0,1 atau nilai *VIF* lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinieritas pada data yang akan diolah.

Uji Heterokedastisitas

Menurut Juliandi (2014) Heterokedastitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari suatu pengamatan yang lain. Jika variasi residual dari suatu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastitas, dan jika varians berbeda disebut heterokedastitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heterokedastitas. Dasar pengambilan keputusannya adalah : Menurut Juliandi (2014) “ jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk satu pola tertentuteratur, maka terjadi heterokedastistas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik poin-ppoin0 menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterkedastisitas”.

Regresi Linear Sederhana

Persamaan regresi yang diuji merupakan model regresi linear simpel selaku berikut:

$$Y = a + bX$$

(sumber : Sugiyono 2013)

Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) untuk menguji signifikan atau tidak antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai probabilitasnya. Pengujian Uji t ini menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution 23*). Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa untuk mengetahui tingkat signifikan dapat dilakukan uji- t dengan rumus, yaitu :



$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (Literasi keuangan) dalam menerangkan variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai R^2 semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil. Dan jika nilai R^2 semakin besar (mendekati satu) berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar. Menurut Sugiyono, (2017) determinasi dapat dinyatakan dengan rumus sebagai berikut : $D = R^2 \times 100\%$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas adalah prosedur untuk memastikan apakah kuesioner yang akan di pake mengukur variabel penelitian valid atau tidak. Kuesioner dapat dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui item pernyataan itu valid yaitu dengan melihat nilai *Corrected Item Total Corelation*. Apabila item pernyataan mempunyai rhitung $>$ rtabel maka dapat dikatakan valid. Pada penelitian ini terdapat jumlah sampel (n) = 197 responden dan besarnya df dapat dihitung $197-2 = 195$ maka dapat diperoleh rtabel sebesar 0,139. Adapun hasil validitas data dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Indikator	No. Item	Rhitung	rtabel	keterangan
Literasi Keuangan	1	0.451	0,361	valid
	2	0.584	0,361	valid
	3	0.546	0,361	Valid
	4	0.069	0,361	Tidak valid
	5	0.662	0,361	Valid
	6	0.434	0,361	Valid
	7	0.495	0,361	Valid
	8	0.626	0,361	Valid
	s9	0.613	0,361	Valid
	10	0.575	0,361	Valid
	11	0.721	0,361	Valid
	12	0.596	0,361	Valid
	13	0.492	0,361	Valid
	14	0.499	0,361	Valid
	15	0.128	0,361	Tidak valid
	16	0.633	0,361	Valid
	17	0.538	0,361	Valid
	18	0.785	0,361	Valid
	19	0.126	0,361	Tidak valid
	20	0.645	0,361	Valid



Indikator	No. Item	Rhitung	rtabel	keterangan
	21	0.562	0,361	Valid
	22	0.741	0,361	Valid
	23	0.808	0,361	Valid
	24	0.325	0,361	Valid
	25	0.648	0,361	Valid
	26	0.272	0,361	Valid
	27	0.731	0,361	Valid
	28	0.521	0,361	Valid
	29	0.196	0,361	Valid
	30	0.528	0,361	Valid
Perilaku Konsumtif	1	0.534	0,361	Valid
	2	0.042	0,361	Tidak valid
	3	0.438	0,361	Valid
	4	0.415	0,361	Valid
	5	0.652	0,361	Valid
	6	0.524	0,361	Valid
	7	0.301	0,361	Tidak valid
	8	0.560	0,361	Valid
	9	0.395	0,361	Valid
	10	0.666	0,361	Valid
	11	0.284	0,361	Tidak valid
	12	0.659	0,361	Valid
	13	0.662	0,361	Valid
	14	0.588	0,361	Valid
	15	0.472	0,361	Valid
	16	0.517	0,361	Valid
	17	0.536	0,361	Valid
	18	0.687	0,361	Valid
	19	0.646	0,361	Valid
	20	0.715	0,361	Valid
	21	0.755	0,361	Valid
	22	0.232	0,361	Tidak valid
	23	0.381	0,361	Valid
	24	0.801	0,361	Valid
	25	0.275	0,361	Tidak valid
	26	0.646	0,361	valid
	27	0.410	0,361	valid
	28	0.404	0,361	valid
	29	0.463	0,361	valid
	30	0.542	0,361	valid



Dari table tersebut dapat dilihat bahwa dari 60 butir pernyataan terdapat 10 butir pernyataan yang tidak valid yaitu 5 butir pernyataan X yang tidak valid dan 5 butir pernyataan Y yang tidak valid dan 50 butir pernyataan yang valid. Sebanyak 50 butir pernyataan yang valid tersebut digunakan sebagai instrumen penelitian sedangkan pernyataan yang tidak valid akan dibuang atau dihilangkan karena tidak memenuhi syarat.

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur suatu kusioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan realibitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji realibilitas data dilakukan dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach* yakni suatu instrumen dikatakan reliabel bila memiliki koefisien keandalan realibilitas sebesar 0,60 atau lebih. Hasil pengujian realibitas data dapat dilihat pada Tabel 2

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

No	Variabel Realibilitas	Cronbach Alpha	keterangan
1	Literasi Keuangan	0,927	Reliabel
2	Perilaku konsumtif	0,921	Reliabel

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha dari semua variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dari kusioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif yaitu dinyatakan handal dan dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Variabel Literasi Keuangan

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden pada item pertanyaan untuk variabel literasi keuangan (X). Dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 3. Distribusi Frekuensi *Financial Knowledge*

<i>Financial knowledge</i>												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P1	0	0	0	0	1	0,5	73	37	123	62	197	100
P2	0	0	1	0,5	9	4,5	101	51	86	44	197	100
P3	0	0	6	3	8	4	88	47	95	48	197	100
P4	0	0	1	0,5	1	0,5	80	41	115	58	197	100
P5	0	0	4	2	30	15	118	60	40	20	197	100
P6	0	0	5	2,5	11	5,5	131	66	50	25	197	100
P7	0	0	3	1,5	20	10	126	64	48	24	197	100
P8	0	0	2	1	27	13,5	124	63	44	22	197	100
P9	1	0,5	3	1,5	22	11	121	61	50	25	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator *Financial Knowledge* “pengetahuan keuangan sangat penting untuk mengatur keuangan”, dari 197 responden terdapat 73 (38,0%) menyatakan setuju. Dan pada pernyataan “saya terhindar darai segala penipuan uang jika saya mempunyai pengetahuan keuangan yang memadai” dari 197 responden terdapat 101 (51,0%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah memahami literasi keuangan mengenai *financial knowledge*.

Tabel 4. Distribusi Frekuensi *Financial Attitudes*

<i>Financial Attitudes</i>												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%



P10	0	0	0	0	1	0,5	95	48	101	51	197	100
P11	0	0	1	0,5	7	3,5	84	43	105	53	197	100
P12	3	1	20	10	54	27	80	41	40	20	197	100
P13	0	0	0	0	5	2,5	105	53	87	44	197	100
P14	0	0	3	1,5	33	17	115	58	46	23	197	100
P15	0	0	3	1,5	9	4,5	137	69,5	48	24	197	100
P16	0	0	6	3	22	11	125	63	44	22	197	100
P17	0	0	2	1	23	12	128	65	44	22	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator *Financial Attitudes* “saya menganggap penting untuk melakukan perencanaan keuangan di masa depan”, dari 197 responden terdapat 95 (48%) menyatakan setuju. Dan pada pernyataan “saya memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginan” dari 197 responden terdapat 105 (53,0%) menyatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah memahami literasi keuangan mengenai *financial Attitudes*.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi *Financial Behaviour*

<i>Financial Behaviour</i>												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P18	0	0	1	0,5	13	6,5	100	51	83	42	197	100
P19	1	0	6	3	19	10	133	67,5	43	22	197	100
P20	0	0	2	1	22	11	130	66	39	20	197	100
P21	1	0,5	1	0,5	21	11	134	68	39	20	197	100
P22	0	0	1	0,5	6	3	117	59	73	37	197	100
P23	1	0,5	2	1	22	11	121	61	52	26	197	100
P24	0	0	22	11	18	9	121	61	56	28	197	100
P25	0	0	1	0,5	11	5,5	130	66	55	28	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator *Financial Behaviour* “saya percaya apa yang terjadi di masa depan tergantung pada diri saya sendiri”, dari 197 responden terdapat 100 (51%) menyatakan setuju. Dan pada pernyataan “saya bisa melakukan apa yang ada dalam pikiran saya untuk meningkatkan keuangan saya” dari 197 responden terdapat 133 (67,5%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi sudah memahami literasi keuangan mengenai *financial Behaviour*.

Variabel Perilaku Konsumtif

Pada bagian ini menunjukkan frekuensi alternatif jawaban yang dipilih responden pada item pertanyaan untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y). Dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 6. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Karena Hadiah Yang Menarik

Membeli Barang Karena Hadiah Yang Menarik												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P26	45	23	104	53	35	18	12	6	1	0,5	197	100
P27											197	100
P28												

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena hadiah yang



menarik “saya tertarik berbelanja online yang terdapat kupon hadiahnya”, dari 197 responden terdapat 12 (6%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang bukan hanya karena hadiah yang menarik saja.

Tabel 7. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Karena Kemasannya Yang Menarik

Membeli Barang Karena Kemasannya Yag Menarik												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P29	0	0	7	3,5	58	29	100	51	32	16	197	100
P30	5	2,5	15	8	54	27	96	49	27	14	197	100
P31	7	3,5	18	9	75	38	75	38	22	11	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena kemasannya yang menarik “saya akan membeli produk karena bentuk/kemasannya yang menarik”, dari 197 responden terdapat 100 (51%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang karena kemasannya atau bentuk produk yang menarik.

Tabel 8. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Karena Untuk Menjaga Diri Dari Gengsi

Membeli Barang Karena Untuk Menjaga Diri Dari Gengsi												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P32	0	0	4	2	42	21	113	57	38	19	197	100
P33	12	6	38	19	56	28	72	36,5	19	10	197	100
P34	14	7	38	19	65	33	69	35	11	6	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena untuk menjaga diri dari gengsi, “agar menjadi pusat perhatian saya berbelanja online dengan produk terbaru”, dari 197 responden terdapat 113 (57%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang karena untuk menjaga diri dari gengsi.

Tabel 9. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Karena Ada Program Potongan Harga

Membeli Barang Karena Ada Potongan Harga												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P35	8	4	42	22	69	35	67	34	11	6	197	100
P36	1	0,5	12	6	34	17,5	117	59	33	17	197	100
P37												
P348	0	0	7	3,5	32	16	118	60	40	20	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena ada potongan harga “saya berbelanja online karena adanya promo yang ditawarkan”, dari 197 responden terdapat 67 (34%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang karena adanya potongan harga.

Tabel 10. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Untuk Menjaga Status Sosial

Membeli Barang Untuk Menjaga Status Sosial												
P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%



P39	9	4,5	20	10	49	25	88	45	31	16	197	100
P40	14	7	29	15	63	32	73	37	18	9	197	100
P41	5	2,5	10	5	52	26	99	50	30	15	197	100
P42	11	5,5	40	20	78	40	56	28	12	6	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang untuk menjaga status sosial, “saya membeli baju yang bermerk untuk menjaga penampilan diri saya”, dari 197 responden terdapat 88 (45%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang untuk menjaga status sosial.

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Karena Pengaruh Model Yang Mengiklankan Barang

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P43	30	15	50	25	49	25	53	27	15	8	197	100
P44												
P45	19	10	39	20	75	38	51	26	13	7	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena pengaruh model yang mengiklankan, “saya membeli pakaian di toko online bukan karena meniru gaya artis/tokoh idola”, dari 197 responden terdapat 53 (27%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan.

Tabel 12. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Mahal Karena Akan Menambah Nilai Rasa

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P46	14	7	28	14	69	35	71	36	15	8	197	100
P47	2	1	9	5	15	8	137	70	34	17	197	100
P48	4	2	21	11	36	18	111	56	24	12	197	100

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang karena akan menambah nilai rasa, “untuk menjaga simbol status pada diri saya, saya tidak perlu membeli produk yang mahal”, dari 197 responden terdapat 71 (36%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang karena akan menambah nilai rasa.

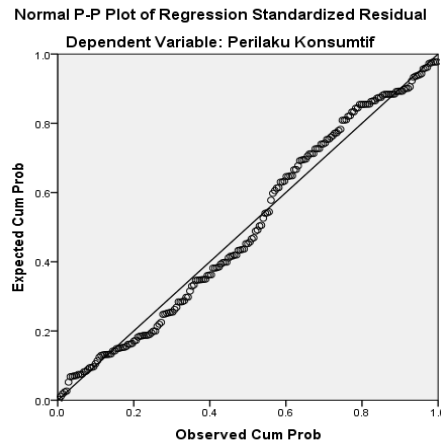
Tabel 13. Distribusi Frekuensi Membeli Barang Dari Dua Barang Sejenis Dengan Merk Yang Berbeda

P	STS		TS		KS		S		SS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P49	3	1,5	17	9	55	28	99	50	23	12	197	100
P50	3	1,5	5	2,5	41	21	120	61	28	14	197	100

Berdasarkan Tabel diatas 4.15 dapat dilihat bahwa pada indikator Membeli Barang dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda, “saya akan membeli dua produk sejenis dari berbagai merk yang berbeda”, dari 197 responden terdapat 99 (50%) menyatakan setuju. Hal ini berarti bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi mempertimbangkan untuk membeli barang dari dua barang sejenis dengan

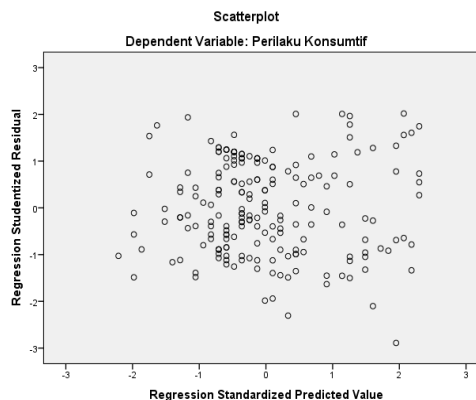
merek yang berbeda. Salah satu untuk melihat normalitas adalah dengan melihat grafik histogram, dan grafik normal plot yang membandingkan dua observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Pada P-Plot terlihat bahwa titik titik menyebar disekitar garis diagonal dan cenderung mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan data yang dipergunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas sehingga layak untuk diujidengan model regresi.

Gambar 1. Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*



Berdasarkan grafik dapat disimpulkan bahwa distribusi normal karena grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas dan sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi data normal yang tidak melenceng kanan maupun melenceng kiri. Ini berarti data residual berdistribusi normal. Terbukti bahwa data maupun model yang digunakan memenuhi asumsi normalitas. Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi adanya Heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Scatter Plot*. Apabila tidak terdapat pola yang teratur, maka model regresi tersebut bebas dari masalah heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2. Grafik Heteroskedastisitas



Berdasarkan Gambar 2 diatas menunjukkan bahwa grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED menunjukkan pola penyebaran, dimana titik titik terlihat menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi dapat dikatakan layak untuk dipakai serta untuk memprediksiliterasi keuangan dan lingkungan keluarga berdasarkan perilaku keuangan. Uji



multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dapat dilihat dari *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF), sebagai berikut:

Tabel 14. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	35.351	9.616		3.676	.000		
Literasi Keuangan	.510	.091	.372	5.589	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 (sumber: data output spss 23)

Tabel 15. Regresi Linier Sederhana Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	35.351	9.616		3.676	.000
Literasi Keuangan	.510	.091	.372	5.589	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Tabel 16. Uji Parsial Dengan Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	35.351	9.616		3.676	.000
Literasi Keuangan	.510	.091	.372	5.589	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 (sumber data : output spss 23)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai signifikan $< 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima) maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Hasil dari output “*Coefficients*” didapatkan nilai T_{hitung} sebesar 5,589 dan T_{tabel} sebesar 1,972 atau $5,589 > 1,972$ dan nilai signifikan literasi keuangan $0,000 < 0,05$ (H_0 ditolak dan H_1 diterima). Sehingga dapat diartikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan lingkungan keluarga secara parsial maupun simultan terhadap perilaku keuangan mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar angkatan 2019,2020,2021,2022 Jumlah responden keseluruhan dalam penelitian ini sebanyak 197 mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, terlihat dari nilai uji parsial (uji-t) sebesar 1,972 dengan signifikansi $0,139 < 0,05$. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku keuangan mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Hal ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik maka mereka akan lebih mengerti mengelola keuangannya dan lebih mampu dalam mengendalikan hasratnya dalam membeli suatu produk dengan membandingkan kebutuhan atau keinginan sehingga mereka dapat mengurangi pengeluaran dan menabung uangnya untuk mencapai kesejahteraan. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan



oleh beberapa peneliti seperti Binsar Tison Gultom, dkk (2022) yang berjudul “Dampak Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas Hkbp Nommensen Pematang Siantar)”, juga Sugiharti dan Muliana (2019) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Singaperbangsa Karawang” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dimana semakin tinggi tingkat pemahaman tentang literasi keuangan maka semakin baik pula perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa atau semakin berhati-hati dalam mengelola keuangannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif yaitu diperoleh nilai T_{hitung} sebesar 5,607 lebih besar dari nilai T_{tabel} sebesar 1,972 atau $5,589 > 1,972$ dan nilai signifikan literasi keuangan $0,000 < 0,05$ (H_0 diterima dan H_1 ditolak). Sehingga dapat diartikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil ini menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa maka dapat mengatur kebutuhannya terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, serta menjadi bahan pengembangan atau rujukan untuk referensi pembaca yang ingin melakukan penelitian mengenai Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen dan pegawai serta pimpinan prodi melalui Dekan FKIP Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar yang telah memberikan kesempatan dalam melakukan penelitian dan telah memberikan dukungan yang baik sehingga kegiatan ini dapat selesai dengan baik.

REFERENSI

- Adiputra, R., & Moningga, C. (2017). Gambaran perilaku konsumtif terhadap sepatu pada perempuan dewasa awal. *Psibernetika*, 5(2).
- Auskarni, A. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Azhari, D. A. R. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Batanghari Jambi* (Doctoral dissertation, Universitas Batanghari Jambi).
- Azuar Juliandi, Irfan dan Sapriyal Manurung. 2014. Metode Penelitian Bisnis. Medan: UMSU Press.
- Bonang, D. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga di Kota Mataram. *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 155-165.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Gultom, B. T., HS, S. R., & Siagian, L. (2022). Dampak Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Studi Kasus di Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 135-145.
- Iqbal, M. I. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (iain) manado* (Doctoral dissertation, Iain Manado).
- Krishna, A., Rofaida, R., & Sari, M. (2010, November). Analisis tingkat literasi



- keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya (Survey pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia). In *Proceedings of The 4th International Conference on Teacher Education* (Vol. 4, No. 1, pp. 552-560).
- Lubis, I. L. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Pasundan Angkatan 2016* (Doctoral Dissertation, Fkip Unpas).
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). *Pengaruh instagram sebagai media online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Nisfatul, K. (2018). *tinjauan masalah mursalah terhadap perilaku konsumtif pelajar man 2 ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN PONOROGO).
- Nuryadi., dkk. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110.
- Riani, L. P. (2015). Financial Literacy dan Inovasi Pengrajin Logam Di Wilayah Kediri Raya. *Diunduh pada tanggal*, 28(03), 2016.
- Satrio, Y. D. (2012). *Analisis financial literacy mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Malang).
- Selvia, M. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Sopiansyah, S. (2022). *Analisis Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Mahasiswa Fakultas Ekonomi* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan Mab).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Susanti, A., & Ardyan, E. (2018). Tingkat pendidikan, literasi keuangan, dan perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1).
- Tsalitsa, A., & Rachmansyah, Y. (2016). Analisis pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap pengambilan kredit pada pt. columbia cabang kodus. *Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(1).
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal benefita*, 4(3), 548-559.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89-99.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-26.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan sspribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11-s26.