

# Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online

Sardiyo<sup>1</sup>; Martini<sup>2\*</sup>

<sup>1,2)</sup> Universitas Bina Insan Lubuklinggau, Indonesia

Email: <sup>1</sup>[sardiyo@univbinainsan.ac.id](mailto:sardiyo@univbinainsan.ac.id); <sup>2</sup>[martinidhasman@univbinainsan.ac.id](mailto:martinidhasman@univbinainsan.ac.id)

\*Corresponding Author

Diajukan : 4 Juni 2022  
Disetujui : 14 Juli 2022  
Dipublikasi : 15 Juli 2022

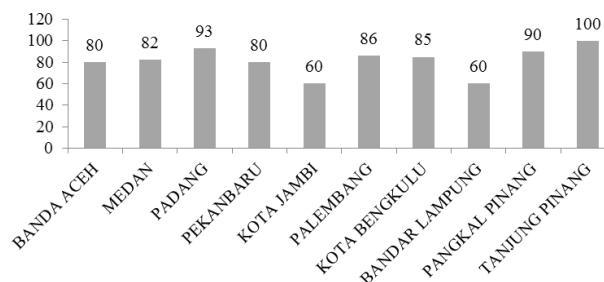
## Abstract

*This study analyzes student consumptive behavior associated with lifestyle and financial literacy during the covid-19 pandemic. The study was conducted at 15 of the best universities in the province of South Sumatra, the version of Webometrics 2021. This study used a survey method by distributing questionnaires to students online. Based on the results of hypothesis testing, the structural equation model testing each indicator of lifestyle variables has a significant positive effect on student consumptive behavior and financial literacy has a significant negative effect on student consumptive behavior. Simultaneously lifestyle and financial literacy affect the consumptive behavior of students in online shopping in South Sumatra Province during the covid-19 pandemic. Lifestyle increases a person's consumptive behavior, but financial literacy is able to suppress consumptive behavior for better decision-making to shop online.*

**Keywords:** *Consumptive Behavior, Lifestyle, Financial Literacy*

## PENDAHULUAN

Perkembangan internet mengakibatkan terjadinya perubahan yang mengakibatkan pola pikir masyarakat Indonesia merubah secara bertahap mulai dari kegiatan dan aktivitas khususnya belanja. Hampir semua kalangan telah memanfaatkan teknologi dan internet dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan bantuan aplikasi yang dinilai lebih simple dan mudah. Salah satu aktivitas yang banyak dilakukan hampir setiap hari adalah belanja kebutuhan yang dulunya harus ke pasar dan keluar rumah, sekarang dengan adanya belanja online tanpa harus keluar rumah namun semua kebutuhan terpenuhi. Belanja online tempat menawarkan jasa dan barang lewat internet yang bisa dilihat di toko online (Sari et al., 2020). Mahasiswa dapat mencari barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan pula video. Toko online (olshop) mampu dikatakan sebagai kawasan berjualan yang kegiatannya langsung lewat media internet dan teknologi dengan bantuan aplikasi khusus.



**Gambar 1.** Persentase Pengguna Internet Per Jumlah Penduduk Ibukota Provinsi di Sumatera 2019-2020 (Q2)

Sumber : (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, n.d., 2021)

Meningkatnya perkembangan internet menyebabkan perubahan pola aktivitas yang pada masyarakat Indonesia. Toko online (olshop) artinya wahana menawarkan barang dan jasa lewat internet sebagai akibatnya pengunjung online shop dapat melihat barang-barang pada toko online hanya dirumah dengan bantuan aplikasi dan koneksi internet tanpa keluar rumah (Sari et al., 2020). Salah satu kalangan konsumtif yang banyak menggunakan layanan ini adalah mahasiswa, karena dengan bantuan informasi yang relevan dan kecakapan dalam teknologi membuat mahasiswa lebih mudah memahami olshop dan menikmati manfaatnya. Mahasiswa mampu mencari barang-barang lewat foto dan video (Minanda et al., 2018).



Source: Nielsen Global Survey of E-Commerce, Q1 2014

Gambar 2. Pengamatan Keinginan Membeli Produk atau Jasa Secara Online

Konsumen Indonesia mulai menyukai belanja online seiring meningkatnya penetrasi Internet pada Indonesia. Mereka senang membaca ulasan serta mencari info tentang produk serta jasa yang dibutuhkan. Literasi keuangan memacu individu untuk mempunyai rencana keuangan di masa depan demi mendapatkan kesejahteraan berdasarkan menggunakan pola dan gaya hidup yang dijalani. Kegiatan perencanaan mencakup aktivitas merencanakan alokasi pendapatan yg diperoleh akan dipergunakan untuk semua kebutuhan (Lestari, 2015). Selain literasi keuangan, perlu adanya manajemen keuangan pribadi serta ilmu mengelola keuangan dari masing-masing individu.

Generasi milenial harus dibekali Pengelolaan keuangan yang baik untuk mengantisipasi pembelian yang tidak bermanfaat karena perubahan gaya hidup. Kalangan mahasiswa rentan dengan gaya hidup yang lebih mengikuti teman, tanpa memikirkan manfaat yang diperoleh. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara gaya hidup terhadap perilaku keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) dikawasan Sunbawa Besar (Sari et al., 2020).

Penelitian sebelumnya menggambarkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha, dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. Secara simultan, literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha (Kanserina et al., 2015).

Penelitian lainnya juga menunjukkan pengaruh negatif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini juga sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya (Kanserina et al., 2015) bahwa ketika literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun. Chen dan Volpe (1998) berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan (Dikria, 2016).

Fenomena ini juga terjadi pada mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan yang biasa dan sering memilih berbelanja online, perilaku ini merupakan indikasi dari perilaku konsumtif, serta mudahnya mahasiswa yang tergoda dengan adanya diskon atau potongan harga yg ditawarkan untuk membeli suatu produk yang dijual. Mahasiswa cenderung berbelanja online karena dinilai lebih murah padahal barang yang dibeli bukan barang primer melainkan hanya barang keperluan untuk keinginan pribadi yang belum tentu digunakan. Perilaku konsumtif yang tidak dikendalikan ini tentu bisa merugikan mahasiswa itu sendiri karena menjadi boros dan masih dalam tanggungan orang tua. Literasi keuangan perlu dikaji lebih mendalam dalam mengendalikan perilaku ini agar tidak terjadi pemborosan. Hasil pengamatan ini menekankan perlu adanya

analisis lebih lanjut tentang perilaku konsumtif mahasiswa yang berhubungan dengan gaya hidup dan literasi keuangan pada beberapa perguruan tinggi di Sumatera Selatan.

### STUDI LITERATUR

Penelitian ini mendasarkan pada teori tentang perilaku konsumen dari Engel et al (1995) yang menyatakan perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Sedangkan Kotler dan Armstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir baik individu maupun rumah tangga yang membeli produk untuk konsumsi personal (Simamora, 2008).

Teori tentang proses keputusan pembelian, yakni suatu proses keputusan membeli bukan sekedar mengetahui berbagai faktor yang akan mempengaruhi pembeli, tetapi berdasarkan peranan dalam pembelian dan keputusan untuk membeli. Demikian pula tentang beberapa pertimbangan yang mendasari perilaku konsumen, terdapat beberapa pertimbangan yang mendasari perilaku konsumen. Pertimbangan-pertimbangan tersebut meliputi factor internal dan eksternal dari individu itu sendiri. Gaya hidup merupakan factor eksternal yang muncul diiringi dengan literasi yang akhirnya membentuk sikap individu untuk membeli produk dalam hal ini secara online untuk kebutuhan (Rohmah, 2020).

#### Gaya Hidup

Gaya hidup konsumtif mempunyai gambaran yang bermacam-macam. gaya hidup konsumtif merupakan suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk lain dengan fungsi yang sama. Hal ini tentunya akan menghabiskan pengeluaran individu lebih banyak. Gaya hidup konsumtif adalah suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Perilaku konsumtif juga ditunjukkan dalam penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan nyaman fisik sebesar-besarnya (Pulungan & Febriaty, 2018).

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Gaya hidup merupakan suatu seni yang dibudayakan oleh setiap orang. Gaya hidup juga sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi (Yuniarti, 2015).

Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umunya sama yang menjadi model utama (Kanserina et al., 2015).

Indikator Gaya Hidup dalam penelitian ini adalah (Yunita & Artanti, 2018):

- Aktivitas (activity) terdiri dari: bekerja, hobi, liburan, olahraga.
- Ketertarikan (interest) terdiri dari: pekerjaan, komunitas, rekreasi.
- Pendapat (opinion) terdiri dari: diri mereka sendiri, isu social dan budaya.

#### Literasi Keuangan

Literasi Merupakan kemampuan individu untuk menggunakan segenap potensi dan keterampilan yang dimiliki dalam hidupnya sehingga pengertian literasi mencakup kemampuan seseorang dalam mengelolah dan memahami informasi saat melakukan proses membaca dan menulis. Literasi juga bagaimana membaca dan menulis dan juga tentang membaca, menulis dan berhitung untuk belajar, dan mengembangkan keterampilan ini serta menggunakannya secara efektif untuk memenuhi kebutuhan dasar. Banyak negara yang menempatkan literasi keuangan sebagai salah satu contoh program prioritas walaupun menggunakan berbagai istilah edukasi keuangan dan literasi keuangan dan hanya sebagian kecil negara mengaitkannya dengan kebijakan perlindungan konsumen.

Perluasan teknologi literasi menjadi sangat penting bagi kehidupan karena turut memengaruhi perekonomian suatu negara dalam hal pemanfaatan dan peningkatan sumber daya yang ada. Selama ini keberaksaan literasi kerap didaulat menjadi kunci yang mampu membuka pintu bagi datangnya modernisasi, partisipasi, empati, demokratisasi, desentralisasi ilmu

pengetahuan, perbaikan taraf hidup terutama ekonomi serta kemajuan suatu bangsa (Kusumaningtuti S. Soetiono Cecep Setiawan, 2018).

Secara luas variabel literasi keuangan mengukur kemampuan seseorang berhubungan dengan pemahaman tentang nilai tukar uang, fitur jasa layanan, pencatatan keuangan, sikap dalam mengeluarkan keuangan. *Australian Securities and Investment Commission* menyatakan, untuk mengetahui berapa besar tingkat literasi keuangan seseorang bisa digunakan suatu tolak ukur atau indikator pengetahuan, antara lain (Pulungan & Febriaty, 2018):

- a) Pengetahuan seseorang terhadap nilai barang dan skala prioritas dalam hidupnya meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
- b) Penganggaran tabungan dan pinjaman, bagian ini meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
- c) Mendeskripsikan cara-cara untuk menghindari atau memperbaiki masalah hutang.
- d) Mampu membuat pencatatan keuangan

### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Kanserina et al., 2015). Konsumen adalah pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, dan pengambil keputusan. Dalam memenuhi kebutuhannya, konsumen diperhadapkan dengan berbagai macam pilihan.

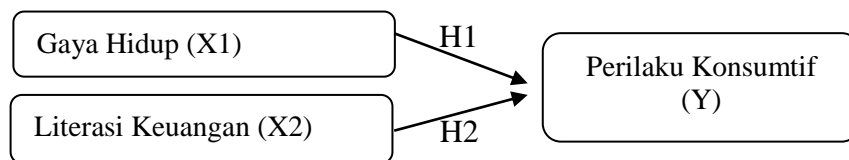
Banyaknya pilihan yang ada akan membuat konsumen cenderung memenuhi kebutuhan secara berlebihan karena didasarkan oleh keinginan untuk memiliki. Seperti yang dijelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Konsumen yang melakukan pembelian atau pemenuhan kebutuhan tidak mempertimbangkan dengan rasional karena keinginan yang kuat untuk memiliki. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Perilaku konsumtif ini terkesan tidak memiliki manfaat yang baik bagi pelakunya, karena selain dapat menguras pendapatan tetapi juga dapat menimbulkan sifat boros (Dikria, 2016).

Adapun indikator perilaku konsumtif yaitu (Yuniarti, 2015):

- a) Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b) Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbuju untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
- c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

### Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir menunjukkan keyakinan bagaimana fenomena tertentu saling terikat satu sama lain dan penjelasan tentang variabel tersebut terikat satu sama lain (Sekaran & Bougie, 2017) Dalam penelitian ini kerangka berpikir di gambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3.** Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Pada gambar 2. kerangka berpikir diatas terdiri dari 3 variabel yaitu dua variabel bebas (Gaya Hidup dan Literasi Keuangan) dan satu variabel terikat (Perilaku Konsumtif). Pada gambar tersebut dapat dijelaskan bahwa Gaya Hidup ( $X_1$ ) dapat berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y), Literasi Keuangan ( $X_2$ ) dapat berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

### Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Adapun hipotesis penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan.

H2 : Diduga terdapat pengaruh signifikan antara Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan.

## METODE

### Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Sumatera Selatan menggunakan objek penelitian mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan. Desain penelitian adalah rencana untuk pengumpulan, pengukuran, dan analisis data, berdasarkan pertanyaan penelitian berasal studi sebelumnya (Wiratna Sujarweni. V, 2015). Adapun desain pada penelitian ini yaitu, desain penelitian asosiatif yg mana penelitian dilakukan buat mengetahui dampak, korelasi, serta untuk menguji hipotesis. Pengambilan data dilakukan dengan analisis survey dengan bantuan kuesioner yang disebarakan pada mahasiswa di Sumatera Selatan. Instrument penelitian menggunakan kuesioner dengan pernyataan tertutup yang diberi skor menggunakan skala ordinal dengan range 1-5 (likert) (Sugiyono, 2020).

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini diambil dari data yang telah listing dan bisa di akses secara langsung pada *website* Pangkalan Data pendidikan Tinggi (Pddikti), dengan mengambil dan menghitung data mahasiswa yang masih aktif berjumlah sebanyak 128.007 orang yang dijadikan populasi dari 15 Perguruan Tinggi Terbaik Sumatera Selatan Versi Webometrics 2021. 15 Universitas tersebut adalah Universitas Sriwijaya, STMIK & STIE MDP, Universitas Muhammadiyah, Universitas bersinar-sinar pengabdian, Politeknik Negeri Sriwijaya, UIN Raden Fatah, Universitas PGRI, Universitas bersinar-sinar insan, Politeknik Kesehatan, Universitas dunia mandiri, STMIK & Politeknik Polcomtech, Universitas Tridinanti, Universitas Baturaja, Universitas Katolik Musi Charitas, STIA Satya Negara seperti yang dapat dilihat pada tabel berikut :



Tabel 1. Populasi Mahasiswa Aktif Pada 15 Perguruan Tinggi Terbaik Provinsi Sumatera Selatan Versi Webometrics 2021

| No     | Nama Perguruan Tinggi             | Jumlah Mahasiswa Aktif |
|--------|-----------------------------------|------------------------|
| 1      | Universitas Sriwijaya             | 35.568                 |
| 2      | STMIK & STIE MDP                  | 1.633                  |
| 3      | Universitas Muhammadiyah          | 14.079                 |
| 4      | Universitas Bina Darma            | 7.334                  |
| 5      | Politeknik Negeri Sriwijaya       | 7.325                  |
| 6      | UIN Raden Fatah                   | 23.382                 |
| 7      | Universitas PGRI                  | 13.755                 |
| 8      | Universitas Bina Insan            | 2.552                  |
| 9      | Politeknik Kesehatan              | 3.331                  |
| 10     | Universitas Global Mandiri        | 3.053                  |
| 11     | STMIK & Politeknik Polcomtech     | 1.357                  |
| 12     | Universitas Tridianti             | 6.217                  |
| 13     | Universitas Baturaja              | 4.057                  |
| 14     | Universitas Katolik Musi Charitas | 2.658                  |
| 15     | STIA Satya Negara                 | 1.706                  |
| Jumlah |                                   | 128.007                |

Sumber : (Ranking web of Universities, n.d., 2021)

Sampel yang digunakan adalah mahasiswa sebanyak 128.007 dari 15 Perguruan Tinggi Terbaik Provinsi Sumatera Selatan Versi Webometrics 2021. Berdasarkan pada saampel penelitian yang dijelaskan, berikut pengambilan jumlah sampel yang akan digunakan menggunakan Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

E = Error level 5%

Data jumlah populasi sebanyak 128.007 orang, sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah:

$$n = \frac{128.007}{1 + (128.007 \times 0,05^2)} = 398.7539620114 = 398$$

Jadi dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisioner kepada 398 mahasiswa pada 15 Perguruan Tinggi Terbaik Provinsi Sumatera Selatan Versi Webometrics 2021. Berdasarkan analisis variabel terikat maka terdapat kemungkinan untuk menemukan jawaban atau solusi atas masalah tersebut, sama seperti variabel lain yang mempengaruhi variabel tersesbut. Terdapat kemungkinan untuk mempunyai lebih dari satu variabel terikat dalam suatu studi (Sekaran & Bougie, 2017).

### Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mendeteksi variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian dan untuk memudahkan

pemahaman dalam penelitian. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Definisi Operasional Variabel

| No | Variabel               | Definisi Operasional   | Indikator  | Skala   |
|----|------------------------|--|--|---------|
| 1  | Gaya Hidup (X1)        | Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan (Riset et al., 2017). | a. Aktivitas<br>b. Ketertarikan<br>c. Pendapat   | Ordinal |
| 2  | Literasi Keuangan (X2) | Dalam masyarakat modern, gaya hidup (lifestyle) membantu mendefinisikan mengenai sikap, nilai-nilai, kekayaan, serta posisi sosial seseorang (Hendariningrum & Susilo, 2008).  | a. Pengetahuan<br>b. Penganggaran<br>c. Mengindari atau memperbaiki masalah Hutang<br>d. Pencatatan Keuangan | Ordinal |
| 3  | Perilaku Konsumtif (Y) | Menyatakan bahwa literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya (Yushita, 2017).  | a. <i>reward</i><br>b. Motivasi<br>c. Gengsi<br>d. Harga<br>e. Status  | Ordinal |

Sumber: (Riset et al., 2017); (Hendariningrum & Susilo, 2008); (Yushita, 2017).

### Teknik Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan memakai aplikasi AMOS. Analisis jalur adalah pengembangan dari model regresi, yg digunakan untuk menguji kesesuaian (fit) matrik korelasi asal dua atau lebih model yang dibandingkan. Regresi dilakukan setiap variabel dalam model. Nilai regresi yang di prediksi sang model dibandingkan menggunakan matrik hubungan berasal variabel yang diamati serta dinilai goodness-of-fit dihitung. contoh terbaik dipilih berlandaskan goodness-of-fit value (Ghozali & Latan, 2017)

Tabel 3. *Goodness of fit* Untuk Evaluasi Model

| <i>Goodness of Fit Index</i> | Keterangan  | <i>Cut-off Value</i>                            |
|------------------------------|---|---|
| <i>Chi-square</i>            | Menguji apakah kovariansi populasi yang diestimasi sama menggunakan kovariansi sampel                           | Diharapkan kecil                                |
| <i>Probability</i>           | Uji signifikansi terhadap disparitas matriks data kovariansi serta matriks kovarian diestimasi                  | > 0,05  |
| GFI                          | Menghitung proporsi varian tertimbang pada matriks sampel yang dijelaskan matriks kovarians populasi diestimasi | 0,90  |
| RMSEA                        | Mengimbangi kesalahan <i>Chi-square</i> dalam sampel besar  | 0,08 <i>good fit</i> = 0,05<br><i>close fit</i> |
| TLI                          | Perbandingan antara contoh pengujian terhadap   | > 0,90  |

|          |                                  |                                   |
|----------|----------------------------------|-----------------------------------|
|          | <i>BS model</i>                  |                                   |
| AGFI     | GFI Df                           | > 0,90                            |
| CFI      | Perbandingan Model               | 0,90 0,80 sd 0,90<br>marginal fit |
| CMIND/DF | Kesesuaian antara data dan model | < 2,00                            |

Sumber : (Ghozali,2011)

Ketika model dinyatakan dapat diterima, peneliti dapat mempertimbangkan untuk memodifikasi model tersebut untuk meningkatkan penjelasan teoritis atau *goodness-of-fit*. Jika model dimodifikasi, maka model tersebut harus di *cross-validated* (diperkirakan menggunakan data terpisah) sebelum menerima model yang modifikasi. Pengukuran model dapat dilakukan dengan *modification indices*. Jika koefisien diestimasi, nilai indeks yang di modifikasi sama dengan nilai terjadinya penurunan *chi-squares*. Nilai yang sama dengan atau lebih besar dari 3,84 menunjukkan bahwa *chi-squares* berkurang secara signifikan.

## HASIL

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dengan uji CFA atau tes konstruk validitas indikator untuk menompang variabel laten. Indikator dikatakan valid Jika criteria ratio (CR) > 1,96 menggunakan nilai probabilitas (P) < 0,05 AMOS. uji validitas bisa dicermati pada tabel 4.3 menjadi berikut :

Tabel 4. Uji Validitas

| Estimate |       |    | CR    | P   |
|----------|-------|----|-------|-----|
| X1.1     | < --- | X1 |       |     |
| X1.2.    | < --- | X1 | 3.818 | *** |
| X1.3.    | < --- | X1 | 3.979 | *** |
| X1.4.    | < --- | X1 | 3.947 | *** |
| X1.5.    | < --- | X1 | 4.072 | *** |
| X2.1     | < --- | X2 |       |     |
| X2.2     | < --- | X2 | 5.236 | *** |
| X2.3     | < --- | X2 | 5.356 | *** |
| X2.4     | < --- | X2 | 5.074 | *** |
| X2.5     | < --- | X2 | 5.065 | *** |
| X2.6     | < --- | X2 | 3.966 | *** |
| X2.7     | < --- | X2 | 5.09  | *** |
| X2.8     | < --- | X2 | 4.922 | *** |
| X2.9     | < --- | X2 | 4.93  | *** |
| Y.1      | < --- | Y  |       |     |
| Y.4      | < --- | Y  | 3.526 | *** |
| Y.5      | < --- | Y  | 4.538 | *** |
| Y.6      | < --- | Y  | 4.727 | *** |
| Y.7      | < --- | Y  | 4.7   | *** |
| Y.8      | < --- | Y  | 4.516 | *** |
| Y.9      | < --- | Y  | 4.294 | *** |
| Y.10     | < --- | Y  | 3.496 | *** |

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4. diperoleh bahwa semua nilai CR > 1,96. Demikian disimpulkan bahwa semua instrumen yaitu gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif validitasnya terpenuhi.



selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan uji kongsruk reliablitas yang digunakan untuk melihat konsistensi data Artinya apabila nilai dari konstruk reliabilitas > 0,6 maka dikategorikan bahwa indikator dalam penelitian baik, berikut adalah hasil uji reliabilitas pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas

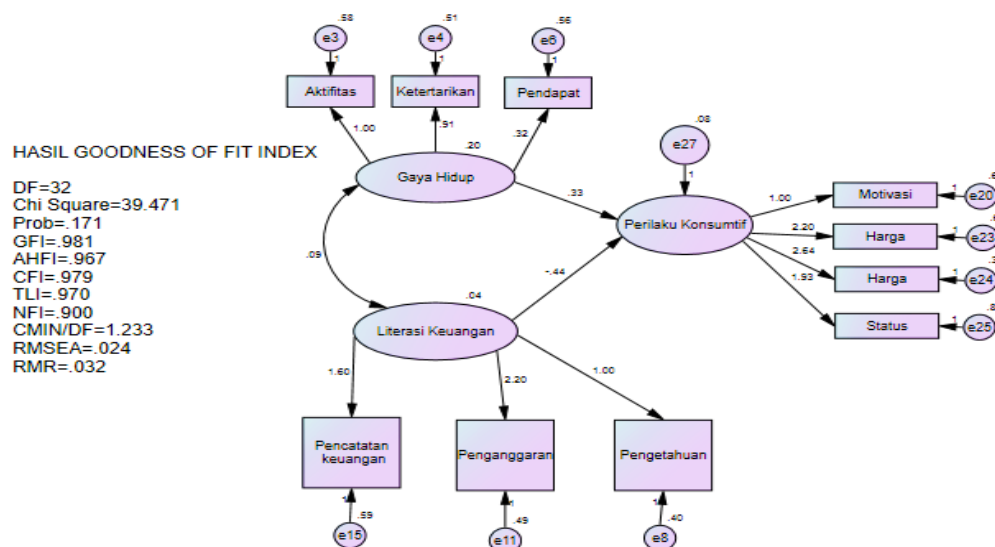
| Indikator          | Konstruk Reliabilitas |
|--------------------|-----------------------|
| Gaya Hidup         | 0.666                 |
| Literasi Keuangan  | 0.744                 |
| Perilaku Konsumtif | 0.714                 |

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 5 diperoleh nilai konstruk reliabilitas > 0,6 hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian adalah baik dan bisa digunakan dalam penelitian.

### Uji Goodness of Fit

Uji kebaikan model menentukan dampak gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif . teknik analisis SEM digunakan beberapa uji statistic untuk menguji hipotesis dari model yang dikembangkan uji statistic yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian model dalam penelitian penelitian setelah asumsi-asumsi dalam SEM terpenuhi (Ghozali, 2011).



Gambar 4. Hasil Olah Data *Structural Equation Model* (AMOS)

Sumber : Hasil olah data AMOS 2.0, Tahun 2021

Pengujian model *goodness of fit* dilakukan dalam tujuh tahapan yaitu (df), *goodness-of-fit index* (GFI), *adjusted goodnessof fit index* (AGFI), *Incremental Fit index* (IFI), *Tucket lewis index* (TLI), *normalized fit index* (NFI), *comparative fit index* (CFI), dan *root mean square of approximation* (RMSEA) dengan kriteria nilai pengukuran yang telah ditetapkan.

Tabel 6. Kriteria Kelayakan Model

| Indeks     | Nilai Kriteria                                      | Hasil Analisis | Model |
|------------|---|----------------|-------|
| Chi square | ≤, Chi square dari df adalah 40 dengan sig level 5% | 39.471         | Baik  |
| GFI        | > 0,05  | 0,981          | Baik  |
| AGFI       | > 0,90  | 0,967          | Baik  |
| TLI        | > 0,90  | 0,970          | Baik  |
| CFI        | > 0,90  | 0,979          | Baik  |
| NFI        | > 0,90  | 0,900          | Baik  |
| RM SEA     | < 0,07  | 0,024          | Baik  |

Sumber : Data diolah, 2021

Tabel 4.35 pengujian pada uji kelayakan contoh sudah memenuhi kriteria, nilai pada GFI, AGFI, TLI, CFI, dan NFI lebih besar dari 0,90 sebagaimana yang tertera dalam tabel sedangkan buat nilai RMSEA pada bawah 0,08 sehingga bisa dikatakan data telah normal atau bisa dianalisis selanjutnya.

### Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan berdasarkan hasil uji model struktural sebagai berikut:

Tabel 7. *Standardized Regression Weights*

| Keterangan         |     |                    | Estimate |
|--------------------|-----|--------------------|----------|
| Perilaku Konsumtif | <-- | Gaya Hidup         | 0.525    |
| Perilaku Konsumtif | <-- | Literasi Keuangan  | -0.303   |
| GH.3               | <-- | Gaya Hidup         | 0.501    |
| GH.4               | <-- | Gaya Hidup         | 0.487    |
| GH.6               | <-- | Gaya Hidup         | 0.184    |
| LK.1               | <-- | Literasi Keuangan  | 0.284    |
| LK.4               | <-- | Literasi Keuangan  | 0.511    |
| LK.8               | <-- | Literasi Keuangan  | 0.366    |
| PK.4               | <-- | Perilaku Konsumtif | 0.32     |
| PK.7               | <-- | Perilaku Konsumtif | 0.601    |
| PK.8               | <-- | Perilaku Konsumtif | 0.776    |
| PK.9               | <-- | Perilaku Konsumtif | 0.504    |

Sumber: Pengelolaan Data Amos 20, Tahun 2021

Tabel 7. menunjukkan hasil dari Uji signifikansi (*Regression Weights*) pengaruh Gaya Hidup dan Literasi keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif belanja Online pada mahasiswa di Provinsi Sumatera Selatan pada masa pandemi Covid-19. Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa hasil output koefisien parameter terlihat jelas bahwa hipotesis diterima. Variabel Gaya hidup memiliki nilai standar koefisien parameter (*Standardized Regression Weight*) sebesar 525. Sehingga disimpulkan bahwasannya variabel Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Berdasarkan tabel tersebut juga dapat dilihat bahwa variabel Literasi Keuangan memiliki nilai standar koefisien parameter (*Standardized Regression Weight*) sebesar -.303. Sehingga dapat disimpulkan bahwasannya variabel Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif. Selanjutnya dilakukan analisis secara simultan yang digambarkan sebagai berikut:

Tabel 8. *Covariances: (Group Number 1 – Default model)*

|            | C.R. | P   | Keterangan |
|------------|------|-----|------------|
| GH <--> LK | 4.15 | *** | Signifikan |

Sumber : Data diolah, 2021

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.7. *Covariances* antara variabel Gaya hidup dan Literasi Keuangan meliputi nilai sig variabel sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan nilai C.R sebesar 4.150. Berdasarkan tabel tersebut, secara simultan disimpulkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

## PEMBAHASAN

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Konsumtif. Gaya hidup mencerminkan holistik eksklusif yang berinteraksi dengan angka serta hasil teori. Disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yg dinyatakan dalam aktivitas, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya membeli produk online dan cara mengalokasikan ketika. Pola konsumtif yg terjadi ini sama dengan yang terjadi dikalangan mahasiswa. Perubahan pada gaya hidup mahasiswa selain konsumtif berupa pembelian terhadap produk

branded, jalan-jalan kesuatu tempat dengan tiket diskon dan sebagainya.

Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif. Berdasarkan hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai Literasi Keuangan maka nilai perilaku konsumtif akan menurun. Hal ini berarti bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima berdasarkan angka dan hasil teori. Secara simultan, Gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif serta signifikan terhadap sikap konsumtif. Hasil ini memberikan bahwa kovarian variabel Gaya hidup serta Literasi Keuangan mempengaruhi nilai perilaku konsumtif.

Model perilaku konsumen pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian suatu produk. Dimana pada tahap ini dipengaruhi oleh gaya hidup mahasiswa untuk berkeinginan melakukan transaksi dalam hal ini belanja online. Keputusan pembelian merupakan respon yang muncul atas produk apa yang akan dipilih, merek yang dipilih, tempat atau toko mana yang akan dituju untuk membeli produk dan waktu yang ditentukan untuk memutuskan membeli produk, serta waktu yang tepat untuk melakukan pembayaran terhadap produk maupun jasa yang dipilih. Keinginan pembelian produk sebagai bentuk perilaku konsumtif muncul karena sikap dari faktor eksternal berupa opini, motivasi yang hadir untuk memuaskan diri sendiri karena adanya kepercayaan. Kepercayaan inilah yang akan membentuk citra produk dan merek. Sedangkan sikap menuntun orang untuk berperilaku secara relatif konsisten terhadap obyek yang sama. Pembelian ini dilakukan untuk memuaskan kebutuhan dan diri sendiri secara pribadi. Karena itu perlu adanya pengendali atas kepuasan diri dengan literasi keuangan yang baik agar bisa menjaga gaya hidup untuk tidak boros dan perilaku konsumen terhadap pembelian barang menjadi lebih teratur sesuai kebutuhan.

### KESIMPULAN

Hasil analisis menggunakan analisis SEM, melalui kuesioner yang disebarakan kepada 400 mahasiswa dari 15 perguruan tinggi terbaik di provinsi Sumatera Selatan versi webometrics yang menunjukkan bahwa Hipotesis pertama diterima yang mengungkapkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hipotesis kedua juga diterima yang menyebutkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh negatif namun signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara simultan, gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menerangkan bahwa Gaya hidup menekankan perilaku konsumtif seorang, namun dengan adanya literasi keuangan mampu menekan perilaku konsumtif tersebut. Penelitian ini berimplikasi bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan setiap individu, mampu membatasi diri untuk membedakan kebutuhan pokok dan keperluan yang hanya untuk kepuasan pribadi, misalnya dengan berbelanja baju, snack atau barang sekunder lainnya. Perilaku konsumtif juga didorong karena melihat adanya diskon yang dianggap murah padahal hanya sebagai strategi marketing produsen. Tingginya gaya hidup mempengaruhi individu untuk semakin banyak berbelanja online karena kemudahan dan simple ini, hanya berada dirumah namun barang datang sendiri.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sampel yang hanya dilakukan diprovinsi Sumatera Selatan, belum menyeluruh ke mahasiswa se Indonesia, selanjutnya bisa menganalisis dengan sampel yang lebih luas bahkan hingga perbedaan perilaku konsumtif setiap daerah. Variabel yang diteliti hanya dua variabel independen dan satu variabel dependen. Sangat disarankan untuk mengembangkan variabel yang digunakan hingga menggunakan efek mediasi atau moderasi untuk melihat pengaruh yang lebih kompleks tentang perilaku konsumtif mahasiswa.

### REFERENSI

asosiasi penyelenggara jasa internet indonesia. (n.d.). *No Title*. Indonesia Internet Service Provider Association.

Dikria, O. (2016). *Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri*

- malang angkatan 2013. 09(2), 128–139.*
- Ghozali, I., & Latan. (2017). *Partial Least Squares. Konsep, Metode dan Aplikasi Menggunakan Program Warppls 5.0*. Badan Penerbit Universita Diponegoro.
- Hendariningrum, R., & Susilo, M. E. (2008). *FASHION DAN GAYA HIDUP : IDENTITAS DAN KOMUNIKASI. 6(2), 25–32.*
- Imam Ghozali, M.Com. Ph.D, CA, A. (2011). *MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL KONSEP DAN APLIKASI DENGAN PROGRAM AMOS 24 (7th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kanserina, D., Ekonomi, J. P., & Ekonomi, F. (2015). *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA 2015. 1.*
- Kusumaningtuti S. Soetiono Cecep Setiawan. (2018). *LITERASI DAN INKLUSI KEUANGAN DI INDONESIA (1st ed.)*. PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Lestari, S. B. (2015). Shopping Online Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Sosial, 14(2), 24–41.*
- Minanda, A., Roslan, S., & Anggraini, D. (2018). PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS HALU OLEO KENDARI. *Neo Societal, 3(2), 2018.*  
[https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029%0Ahttp://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda Pangolin National Conservation Strategy and Action Plan %28LoRes%29.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.forec](https://doi.org/10.1016/j.gecco.2019.e00539%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.foreco.2018.06.029%0Ahttp://www.cpsg.org/sites/cbsg.org/files/documents/Sunda%20Pangolin%20National%20Conservation%20Strategy%20and%20Action%20Plan%20LoRes%29.pdf%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.forec)
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen, 2, 1–8.*  
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Ranking web of Universities. (n.d.). *No Title.*
- Riset, J., Indonesia, T., & Artikel, I. (2017). *ISSN : 2502-079X ( Print ) ISSN : 2503-1619 ( Electronic ) Dipublikasikan oleh : Indonesian Institute for Counseling , Education and Therapy ( IICET ) Akses Online : Akses Online : <http://jurnal.iicet.org>. 2, 1–6.*
- Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian, 1(3), 1–4.*
- Sari, S. R., Andriani, S., Reno, P., & Sari, K. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) Wanita Di Sumbawa Besar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia, 05(02), 33–37.*
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis (6th ed.)*. Salemba Empat.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen (EDISI 3)*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (M. Dr. Ir. Sutopo, S.pd. (ed.); kedua)*. Alfabeta.
- Wiratna Sujarweni. V. (2015). *Metodelogi Penelitian Bisnis Ekonomi*. pustaka baru press.
- Yuniarti, V. S. (2015). *PERILAKU KONSUMTIF Teori dan Praktik (M. S. Dr. Beni Ahmad Saebani (ed.))*. PUSTAKA SETIA.
- Yunita, & Artanti, Y. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pria Di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Ilmu Manajemen, 2(4), 1433–1443.*
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 6(1).*  
<https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>