

Protected by PDF Anti Copy Free
**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, SISTEM
PEMBAYARAN PAYLATER DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILENIAL DI
KOTA LUBUKLINGGAU**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Untuk Menyelesaikan Pendidikan

Program Sarjana (S-1)

Pada Program Studi Manajemen

OLEH :

ANNISAH TATA HASTINA

NIM : 2001010141

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU EKONOMI DAN SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA INSAN
LUBUKLINGGAU
2024**

Protected by PDF Anti-Copy Free

HALAMAN PENGESAHAN

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



**PENGARUH LITIGASI KEUANGAN, SISTEM
PEMBAYARAN PAYLATER DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILENIAL DI
KOTA LUBUKLINGGAU**

**OLEH :
ANNISAH TATA HASTINA
NIM : 2001010141**

Lubuklinggau, Agustus 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Dheo Rhimbano, SE.,M.Si

Dewi Anggraini, SE.,M.Si

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Humaniora
Universitas Bina Insan**

Dr. Dheo Rhimbano, SE.,M.S



Pada hari jum'at tanggal 16 bulan Agustus tahun 2024 telah dilaksanakan sidang Skripsi oleh Program Studi Manajemen Universitas Bina Insan.

Nama : Annisah Tata Hastina
NIM : 2001010141
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran PayLater, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Milenial di Kota Lubuklinggau

Komisi Penguji

1. Ketua : Dr. Dheo Rhimbano, SE.,M.Si (.....)
2. Sekretaris : Dewi Anggraini, SE.,M.Si (.....)
3. Anggota : M.Effendi.,SE.,M.Si (.....)

Mengetahui,
Kepala Program Studi Manajemen
Universitas Bina Insan

Surajiyo, SE.,MM

MOTTO



- ✧ Jangan takut gagal atas apa yang kamu kerjakan sekarang, percayalah apa yang kamu kerjakan sekarang akan indah pada waktunya.
- ✧ Kesuksesan bukanlah akhir dari perjalanan, melainkan awal dari pencapaian yang lebih besar.
- ✧ Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.

PERSEMBAHAN

Ku ucapkan terimakasih kepada:

- ☆ Kedua orang tua saya, Bapak Haryono dan Ibu Rubminah, terimakasih atas kesabaran serta doa-doa, nasehat-nasehat yang menjadi motivator dan semangat yang tak ternilai harganya, jerih payah kalian melebihi luasnya samudra ini.
- ☆ Untuk kakakku (Tia Purbo Lestari) terimakasih atas bantuan dan support yang diberikan sehingga Skripsi ini bisa di selesai.
- ☆ Buat (Bagus Pramana Putra) terimakasih sudah membantu dan support saya sampai sekarang ini.
- ☆ Dan teman-temanku terimakasih atas kebersamaannya selama ini.
- ☆ Almamater tercinta.

Protected by PDF Anti-Copy Free
HALAMAN PERNYATAAN
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Annisah Tata Hastina
Nim : 2001010141
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian dan penulisan Skripsi yang saya susun sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Universitas Bina Insan, merupakan hasil kerja saya sendiri dan tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya. Ada bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain dan telah saya tuliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa penelitian dan tugas akhir ini bukan hasil kerja saya sendiri atau plagiat dalam bagian-bagian tertentu, maka saya bersedia dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Lubuklinggau, Agustus 2024

Penulis,

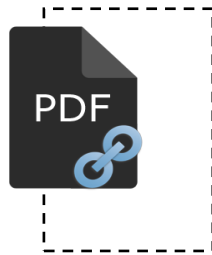
Annisah Tata Hastina

2001010141

Protected by PDF Anti-Copy Free

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



Biodata

Nama : Annisah Tata Hastina
Tempat / Tanggal Lahir : Lubuklinggau, 04 Januari 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Handayani RT.01, Kel. Belalau II,
Kec.Lubuklinggau Utara I, Kota
Lubuklinggau, Sumatera Selatan, 31619.

Pendidikan

- SD : SD Negeri 80 Lubuklinggau
- SMP/MTS Sederajat : SMP Negeri 12 Lubuklinggau
- SMA/MAN/SMK Sederajat : SMA Negeri 3 Lubuklinggau

Protected by PDF Anti-Copy Free

ABSTRACT

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

This study aims to determine the influence of Financial Literacy, the PayLater Payment System and Lifestyle on consumptive behavior in the millennial generation in Lubuklinggau city. The type of research is quantitative. sampling in this study using nonprobability sampling, namely 100 respondents. Data collection is done by questionnaire. The data analysis method uses multiple linear regression. The results showed that, Financial Literacy has no effect on Consumptive Behavior, the PayLater Payment System has no effect on Consumptive Behavior, Lifestyle has a positive and significant effect on Consumptive Behavior and, Financial Literacy, PayLater Payment System and Lifestyle simultaneously affect Consumptive Behavior.

Keywords: *financial literacy, paylater payment system, lifestyle, consumptive behavior*

Protected by PDF Anti-Copy Free

ABSTRAK

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel nonprobability sampling yaitu sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan angket atau kuesioner. Metode Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sistem pembayaran PayLater tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan, Literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci : literasi keuangan, sistem pembayaran paylater, gaya hidup, perilaku konsumtif

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, untuk diajukan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan program sarjana(S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Humaniora Universitas Bina Insan Lubuklinggau dengan judul “ **Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran PayLater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Lubuklinggau**” mudah-mudahan hasil karya ini bermanfaat untuk kita semua yang mengambil ilmu dan hikmahnya.

Terimakasih kepada semua pihak, bapak dan ibuku dan saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan banyak dorongan, mendidik, membiayai dan mendo’akan aku hingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis menyadari tanpa dorongan, bimbingan dan bantuan serta petunjuk dari berbagai pihak tidak mungkin skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga ilmu yang didapat dari study di universitas bina insan dapat bermanfaat dan diamankan dikemudian hari. Dalam kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Sardiyo, M.M. selaku Rektor Universitas Bina InsanLubuklinggau.
2. Bapak Muhammad Akbar, ST., M.IT, selaku Wakil Rektor I Universitas Bina Insan Lubuklinggau.
3. Bapak Wakhid Nur Mukhlis, M.Pd, selaku Wakil Rektor II UniversitasBina Insan Lubuklinggau.

- Protected by PDF Anti-Copy Free**
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
4. Bapak Dr. Dheo Rimbano, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi dan Sosial Humaniora Universitas Bina Insan Lubuklinggau yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
 5. Bapak Surajiyo, SE., selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Bina Insan Lubuklinggau yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
 6. Bapak Dr. Dheo Rimbano, SE., M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
 7. Ibu Dewi Anggraini, SE., M.Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
 8. Seluruh Staf, Dosen dan Karyawan Universitas Bina Insan Lubuklinggau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis.
 9. Bapak, Ibuku dan saudariku yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan moril dan bantuan materi dalam penulisan skripsi ini.
 10. Seluruh teman-teman mahasiswa Universitas Bina Insan Lubuklinggau.

Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna untuk mahasiswa Universitas Bina Insan Lubuklinggau khususnya bagi penelitian selanjutnya.

Lubuklinggau, 2024

Annisah Tata Hastina

Protected by BDF Anti-Copy Free

DAFTAR ISI

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan masalah	7
1.4 Batasan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Literatur	11
2.1.1 Theory of planned behaviour (TPB)	11
2.1.2 Literasi Keuangan	12
2.1.3 Sistem Pembayaran PayLater	18
2.1.4 Gaya Hidup	22
2.1.5 Perilaku Konsumtif	30
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	39
2.3 Kerangka berpikir	46
2.4 Hipotesis Penelitian	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	50
3.1 Desain Penelitian	50
3.2 Definisi Variabel Penelitian Dan Operasionalisasi Variabel	51
a. Variabel Penelitian	51

3.3 Populasi dan Sampel.....	54
a. Populasi.....	54
b. Sampel.....	55
3.4 Sumber Data.....	57
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	57
3.6 Instrumen Penelitian.....	59
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	61
a. Uji Validitas.....	61
b. Uji Reliabilitas.....	62
3.8 Uji Asumsi Klasik.....	62
a. Uji Normalitas.....	62
b. Uji Multikoleniaritas.....	63
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.9 Metode Analisis Data.....	64
a. Uji Regresi Linier Berganda.....	64
b. Uji Hipotesis.....	65
3.10 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	68
a. Tempat Penelitian.....	68
b. Waktu Penelitian.....	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	69
4.2 Hasil Penelitian.....	70
1. Karakteristik Responden.....	70
2. Analisis Data.....	73
a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	73
b. Uji Asumsi Klasik.....	75
c. Metode Analisis Data.....	79
d. Uji Hipotesis.....	81
4.3 Pembahasan.....	87
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan.....	95
B. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	97
LAMPIRAN.....	103

Protected by PDF Anti Copy Free

DAFTAR TABEL

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 1. 1 Data komponen PDRB	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	39
Tabel 3. 1 Definisi operasional	52
Tabel 3. 2 data jumlah penduduk	55
Tabel 3. 3 instrumen penelitian	60
Tabel 3. 4 Rencana jadwal kegiatan penelitian	68
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2 karakteristik responden berdasarkan usia	71
Tabel 4. 3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	72
Tabel 4. 4 karakteristik responden berdasarkan penghasilan	72
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas	73
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas	76
Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4. 9 Uji Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4. 10 Hasil Uji t (Hipotesis 1)	82
Tabel 4. 11 hasil uji t (hipotesis 2)	83
Tabel 4. 12 hasil uji t (Hipotesis 3)	84
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	85
Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86

Protected by PDF Anti-Copy Free
DAFTAR GAMBAR
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Gambar 2. 1 kerangka berpikir	46
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	50
Gambar 4. 1 Uji heteroskedestisita	78



Protected by PDF Anti-Copy Free
DAFTAR LAMPIRAN
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	103
Lampiran 2 Data Responden	107
Lampiran 3 Tabulasi Data	112
Lampiran 4 Dokumentasi Penyebab	121



1.1 Latar Belakang Penelitian



Perilaku konsumtif adalah tindakan atau sikap seseorang dalam menggunakan sumber daya ekonomi (uang) yang tidak dilandaskan pada perencanaan terkait kesejahteraan dimasa depan. Kajian senada diutarakan oleh (Wahyuni et al., 2019) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang yang berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu dan lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Minat untuk membeli barang atau jasa bahkan dipengaruhi oleh faktor-faktor diluar kebutuhan seperti diskon dan lainnya .

Kelompok masyarakat yang sering terjebak dalam perilaku konsumtif adalah generasi milenial. Kondisi ini relavan dengan pendapat yang diutarakan oleh (Dilasari et al., 2020) yang mengatakan bahwa generasi milenial lebih dominan menggunakan uang untuk memenuhi perilaku konsumtifnya dari pada disimpan untuk keperluan mendatang.

Perilaku konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis diikuti dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif (Asisi & Purwantoro, 2020).

Generasi milenial sering kali dinilai sebagai generasi yang kreatif dan berani mengambil resiko. Mereka memiliki banyak ide menarik dan memiliki karakter yang sangat produktif. Namun disisi lain, mereka sangat konsumtif. Beberapa kategori usia generasi milenial yang paling konsumtif adalah *first jobbers*, yaitu orang-orang yang saat ini berusia di awal 20 an dan baru memiliki pekerjaan (cnnindonesia.com, 2018). Hal ini dikarenakan mereka baru memiliki pendapatan sendiri, dan masih bisa menggunakan seluruh pendapatan tersebut untuk dirinya sendiri (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019).

Seseorang yang berperilaku konsumtif menggambarkan suatu tindakan negatif dalam perilaku keuangan karena bersifat impulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya (Asisi & Purwantoro, 2020).

Tabel 1. 1 Data komponen PDRB pengeluaran kota Lubuklinggau

Komponen PDRB pengeluaran	PDRB Kota Lubuklinggau Menurut Pengeluaran Atas Dasar Harga Konstan (Juta Rupiah)				
	2019	2020	2021	2022	2023
Pengeluaran konsumsi rumah tangga	2.688.461,12	2.644.899,80	2.687.271,19	2.855.247,95	3.026.351,94
Pengeluaran konsumsi LNPRT	77.693,86	73.521,70	74.940,81	79.821,16	85.001,56
Pengeluaran konsumsi pemerintah	564.061,07	480.713,00	493.545,82	493.644,53	500.500,99

Sumber: <https://lubuklinggaukota.bps.go.id>

Data BPS terkait pengeluaran Masyarakat di Kota Lubuklinggau Tahun 2023 diatas menunjukkan pengeluaran konsumsi rumah tangga rata-rata tertinggi setiap bulannya yaitu Rp. 3.026.351,94 yang terus meningkat dari

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

tahun sebelumnya. Jumlah penduduk di kota Lubuklinggau pada tahun 2024 adalah 242.980 Jiwa. Dari jumlah tersebut komposisi penduduk yang masuk dalam kategori milenial kurang lebih 30%, Hal ini berarti generasi milenial turut memengaruhi angka pertumbuhan di Kota Lubuklinggau yang akan terus meningkat setiap tahunnya. Generasi milenial sendiri adalah mereka yang dilahirkan pada tahun 1980 sampai dengan 2000 dan untuk selanjutnya, konsep generasi milenial Indonesia adalah penduduk Indonesia yang lahir antara tahun 1980-2000 (Madiistriyatno & Hadiwijaya, 2019).

Pengelolaan keuangan yang mengarah pada perilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh literasi keuangan. Literasi keuangan telah menjadi sebuah kecakapan hidup yang harus dimiliki oleh setiap individu dalam kehidupan sehari-hari, untuk itu literasi keuangan sendiri terdiri dari beberapa kemampuan maupun pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mengelola dan menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya, karena literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan semakin baik pula pengelolaan keuangan orang tersebut (Oktaviani et al., 2023).

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kusumawati, 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pemahaman terkait pengetahuan keuangan sangat diperlukan dalam upaya mencapai kemakmuran, baik secara personal ataupun masyarakat luas. Pemahaman keuangan yang baik akan membuat generasi milenial Kota Lubuklinggau lebih bijak dalam mengelola

keuangannya sehingga terhindar dari perilaku konsumtif dan kesejahteraan ekonomi dapat tercapai.

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Selain literasi keuangan, pengelolaan keuangan yang mengarah pada perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh faktor sistem pembayaran PayLater. Fitur PayLater menjadi salah satu tren yang belakangan ini diminati oleh kalangan milenial. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platform mereka yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit. Bukan rahasia lagi kalau program PayLater memiliki sistem yang memiliki fitur dan manfaat yang sama persis dengan kartu kredit. Konsep dasar di balik fitur pembayaran modern ini adalah “Beli Sekarang, Bayar Nanti”. Masyarakat didorong untuk dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya seperti berbelanja dan jalan-jalan kesana kemari tanpa harus menunggu atau memiliki cukup uang karena kini telah hadir fungsi pembayaran kartu kredit digital PayLater. Dalam artian, fitur PayLater kini menjadi pilihan pembayaran yang disukai masyarakat (Safitri, 2022).

Dengan adanya aspek PayLater menawarkan kemudahan. Namun, itu bisa membuat kita "kecanduan" dan menggunakannya setiap saat. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Amri et al, 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan sistem PayLater berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang bisa menghambat kemajuan generasi milenial Kota Lubuklinggau juga dipengaruhi oleh faktor gaya hidup. Gaya hidup seseorang juga memiliki peran yang penting dalam menentukan perilaku keuangan yang baik. Gaya hidup mengacu pada pola aktivitas, minat, serta

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

cara seseorang membelanjakan uang dan waktu mereka. Generasi Milenial saat ini cenderung mengikuti tren dan perkembangan zaman, terutama dalam hal gaya hidup yang diadopsi negara-negara maju. Dengan demikian, gaya hidup yang dijalani dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka dalam mengelola keuangan. Seseorang yang mampu mengatur keuangannya dengan baik kemungkinan besar tidak akan menghadapi kesulitan di masa depan. Mereka cenderung berperilaku dengan bijak dan memprioritaskan apa yang menjadi kebutuhan mereka (Angelista et al., 2024). Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Anggraeni & Darma, 2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kehidupan di perkotaan khususnya di kota Lubuklinggau yang penuh dengan berbagai macam *trend* dan kemajuan teknologi perlahan membentuk pola aktivitas generasi milenial seperti nongkrong, liburan maupun berbelanja sehingga menciptakan perilaku konsumtif pada generasi milenial.

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Lubuklinggau, penggunaan sistem pembayaran PayLater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Lubuklinggau, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Lubuklinggau, serta literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan sistem pembayaran PayLater terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Lubuklinggau.

1.2 Identifikasi Masalah

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Berdasarkan latar belakang dan pengamatan yang dilakukan peneliti, maka dapat diidentifikasi masalah dalam penelitian ini :

a. Literasi keuangan

Masih kurangnya pengetahuan para generasi milenial tentang literasi keuangan dan pemahaman tentang pengelolaan dalam menggunakan sumber daya ekonomi (uang) yang tidak dilandaskan pada perencanaan terkait kesejahteraan dimasa depan membuatnya sulit untuk menabung dan berinvestasi, malah cenderung menggunakan produk pinjaman secara tidak bijak.

b. Sistem pembayaran PayLater

Pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan penunjang kebutuhan lainnya yang memunculkan peluang untuk menggunakan fitur PayLater oleh Generasi Milenial yang sangat mudah digunakan sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif dalam berbelanja.

c. Gaya hidup

Meskipun dengan tingkat literasi keuangan yang baik, generasi millennial berada pada usia remaja akhir. dimana pada rentang usia tersebut generasi millennial memiliki gaya hidup yang kekinian, hedonisme dan dinamise, serta rasa penasaran yang tinggi. Sehingga timbul adanya kecenderungan untuk membeli produk tanpa direncanakan yang dapat berperilaku konsumtif, termasuk ketika pemenuhan produk gaya hidup dilakukan menggunakan fitur PayLater.

1.3 Rumusan masalah **Protected by PDF Anti-Copy Free** (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Penelitian yang membahas tentang pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan dup terhadap perilaku konsumtif sudah banyak dilakukan, namun yang didapatkan pada beberapa penelitian terdahulu menunjukkan adanya hasil penelitian yang beragam. Hasil penelitian yang beragam menunjukkan bahwa ada *research gap* tentang pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater, gaya hidup dan perilaku konsumtif. Beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan diantaranya:

1. Putra & Sinarwati, (2023) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Putri & Priantilianingtiasari (2024) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Feb Uin Satu Tulungagung, yang berarti bahwa tingkat literasi keuangan pada mahasiswa masih relatif rendah sehingga membuat perilaku konsumtif meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila kemampuan mahasiswa mengenai literasi keuangan semakin tinggi dapat mengurangi angka berperilaku konsumtif sehingga mahasiswa dapat lebih bijak lagi menggunakan dan memanfaatkan uang yang dimiliki.
3. Rahmawati & Mirati (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *shopee PayLater* pada generasi millennial di DKI Jakarta

Protected by PDF Anti-Copy Free
 dengan arah positif. Artinya gaya hidup memiliki hubungan yang searah,
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 dimana apabila gaya hidup meningkat maka akan berpengaruh pada

semakin meningkatnya perilaku konsumtif dalam menggunakan *shopee*
PayLater pada generasi milenial.



4. Saragih & Lestari (2022) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna PayLater pada generasi millennial dengan arah hubungan yang negatif. Hal ini membuktikan bahwa kalangan remaja memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan sebagai pengetahuan tetapi tidak menjamin bahwa kalangan remaja dapat mengaplikasikannya dengan baik.

Berdasarkan uraian dari beberapa hasil penelitian di atas, maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau ?
2. Apakah sistem pembayaran PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau ?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau ?
4. Apakah literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau ?

1.4 Batasan Masalah **Protected by PDF Anti-Copy Free** (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Agar penelitian ini lebih terarah dan fokus, maka peneliti menetapkan batasan masalah hanya  Pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan  hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau.
2. Untuk mengetahui apakah sistem pembayaran PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau.
3. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau.
4. Apakah literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial Kota Lubuklinggau ?

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya :

1. Bagi Penulis **Protected by PDF Anti-Copy Free**

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater, gaya hidup dan perilaku konsumtif.

2. Bagi Pembaca

- a. Sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dalam hal pengembangannya di bidang penelitian khususnya yang terkait dengan pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Lubuklinggau.
- b. Sebagai sarana dan media untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan sebagai bahan literatur untuk menambah wawasan baru bagi para pembaca.

2.1 Literatur



2.1.1 Theory of planned behaviour (TPB)

Teori perilaku perencanaan diperkenalkan oleh Icek Ajzen melalui artikelnya “From Intention to Actions: a Theory of Planned Behavior.” Teori ini dikembangkan dari teori tindakan beralasan, yang juga diperkenalkan oleh Icek Ajzen dan koleganya Martin Fishbein pada tahun 1975. Theory of Planned Behavior ini merupakan teori tindakan beralasan dan teori perilaku perencanaan adalah sebuah teori yang dirancang untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku dalam konteks yang spesifik (Ajzen 1991). Teori ini mengasumsikan bahwa perilaku seseorang tidak hanya dikendalikan oleh dirinya sendiri (kontrol penuh individual), tetapi juga membutuhkan kontrol yaitu ketersediaan sumber daya dan kesempatan bahkan ketrampilan tertentu, sehingga perlu ditambahkan konsep kontrol perilaku (perceived behavioral control) yang dipersepsikan akan memengaruhi niat dan perilaku.

Perilaku manusia disebabkan oleh alasan-alasan atau kemungkinan yang berbeda, hal ini berarti bahwa keyakinan seseorang tentang konsekuensi dari sikap perilaku, keyakinan akan ekspektasi terhadap orang lain dan adanya faktor-faktor yang mungkin menghalangi perilaku tersebut. Teori ini menunjukkan bahwa latar belakang seperti gender, usia, pengalaman, pengetahuan akan mempengaruhi keyakinan seseorang

Protected by PDF Anti-Copy Free
 terhadap sesuatu yang pada akhirnya akan mempengaruhi perilaku
 seseorang tersebut (Azizah, 2020).
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Pada penelitian ini menggunakan  of Planned Behaviour (TPB) digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumtif generasi milenial Kota Lubuklinggau.

2.1.2 Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Keuangan adalah aspek penting yang melekat dalam kehidupan masyarakat luas. Pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang dapat membantu individu tersebut dalam menentukan keputusan dalam menentukan produk finansial yang dapat mengoptimalkan keputusan keuangannya. Pemahaman dan Pengetahuan tentang keuangan menjadi sangat penting bagi seseorang agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangan nantinya. Jika Pemahaman dan pengetahuan tentang keuangan yang mereka miliki kurang, akan mengakibatkan kerugian bagi individu tersebut, baik sebagai akibat dari adanya inflasi maupun penurunan kondisi perekonomian di dalam maupun di luar negeri.

Kesalahpahaman menyebabkan banyak orang mengalami kerugian keuangan, sebagai akibat dari pengeluaran yang boros dan konsumsi, tidak bijaksana dalam penggunaan kartu kredit, dan menghitung perbedaan antara kredit konsumen dan pinjaman bank. Selain itu, kurangnya pengetahuan tentang keuangan menyebabkan

Protected by PDF Anti-Copy Free
seseorang sulit untuk melakukan investasi atau mengakses ke pasar
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
keuangan (Yuliani, 2023).

Menurut peraturan literasi keuangan No 76 (2016), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang menentukan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan mencakup edukasi keuangan dan pengembangan infrastruktur, yang kurang lebih mencakup pengelolaan keuangan, jenis industri jasa keuangan, produk dan layanan jasa keuangan termasuk manfaat, biaya, risiko atas produk dan layanan jasa keuangan, hak dan kewajiban nasabah, mekanisme akses produk dan layanan jasa keuangan, serta informasi lainnya terkait dengan mekanisme transaksi produk dan layanan jasa keuangan seperti pajak (Ismanto et al, 2019).

Literasi keuangan ini merupakan wawasan serta keahlian individu perihal ilmu keuangan yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam pengambilan keputusan sehingga mampu mengelola keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan berperan penting bagi masyarakat dalam memilih menggunakan produk jasa keuangan sesuai dengan kebutuhan sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan. Apabila masyarakat telah memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi diharapkan dapat mendorong percepatan pembangunan ekonomi suatu bangsa (Meylina, 2023).

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Literasi keuangan merupakan keharusan bagi setiap individu agar terhindar dari masalah keuangan. Masalah keuangan seringkali terjadi karena kurangnya individu mengenai pengetahuan keuangan dan kebijakan pengaturan keuangan yang buruk. Hal ini bisa dilihat dari pola gaya hidup yang tidak seimbang dengan penghasilan, manajemen hutang yang caruk maruk, defisit keuangan yang berkesinambungan, tidak melakukan pencatatan dengan benar dan tidak memiliki tujuan keuangan. Gaya hidup yang tidak disesuaikan dengan kemampuan keuangan juga terkadang menyebabkan seseorang melakukan segala cara. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang (Azizah, 2020).

Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik akan mampu mengelola keuangannya dengan baik. Kemampuan tersebut terjadi bukan karena kurangnya pendapatan yang diterima, tetapi bisa juga muncul jika mengalami kesalahan dalam membuat rincian keuangan dan tidak adanya perencanaan keuangan yang baik. Seseorang dapat dikatakan memiliki literasi keuangan yang baik, minimal memiliki lima indikator yaitu pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengetahuan penganggaran keuangan, pengetahuan suku bunga dan kredit, dapat membandingkan keunggulan penawaran yang diberikan oleh jasa keuangan, yang terakhir dapat mengkomunikasikan tentang konsep keuangan (Kurnia et al,2023).

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)


Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan yakni literasi keuangan sebagai pengetahuan serta keterampilan dalam bidang keuangan meliputi keuangan, manajemen keuangan dan pengelolaan keuangan. Dengan mempelajari literasi keuangan mampu membantu keahlian perorangan maupun kelompok dalam mengatur keuangan menjadi lebih baik dan tepat, membantu individu untuk memahami konsep keuangan yang sebenarnya dan literasi keuangan tak hanya berfokus pada pengetahuan dan keterampilan namun juga sikap dan kesadaran perorangan dalam mengendalikan keuangannya dengan efektif, tepat dan juga mandiri. Kegunaan literasi keuangan yaitu meningkatkan kualitas individu dalam mengambil keputusan serta pengelolaan keuangan terhadap keuangan pribadinya dan terjadinya peralihan tindakan maupun sikap dalam mengatur keuangan menjadi lebih baik daripada sebelumnya.

b. Manfaat Dan Tujuan Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Literasi keuangan erat kaitannya dengan manajemen keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka makin baik pula manajemen keuangan seseorang tersebut. Literasi keuangan merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas seperti bagaimana

Protected by PDF Anti-Copy Free
 memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 memenuhi kebutuhan hidup (Setiadi, 2024).

Adapun tujuan literasi keuangan meliputi :

- 
- a). Meningkatnya kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi
- b). untuk meningkatkan kemampuan dalam pengambilan keputusan dan mengubah sikap dan perilaku dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik.

c. Aspek-Aspek Literasi Keuangan

Chen dan Volpe (1998) menyatakan bahwa literasi keuangan dibagi dalam 4 (empat) aspek, yaitu:

1. *General Personal Finance Knowledge*, meliputi pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar tentang keuangan pribadi.
2. *Saving and borrowing*, bagian ini meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
3. *Insurance*, bagian ini meliputi pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.
4. *Investment*, bagian ini meliputi pengetahuan tentang suku bunga pasar, reksadana dan risiko investasi.

d. Faktor-Faktor yang mempengaruhi literasi keuangan
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Setiap orang memiliki tingkat literasi yang berbeda-beda, Monticone yang dikutip oleh (Setiadi, 2024), menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Karakteristik Demografi

Perempuan dan etnis minoritas memiliki pengetahuan yang rendah, sementara individu yang berpendidikan memiliki pengetahuan finansial/ melek keuangan yang lebih besar. Pengetahuan tentang keuangan berkorelasi positif dengan kekayaan atau penghasilan. Laki-laki memiliki pengetahuan keuangan dan ekonomi makro yang lebih baik.

2. Latar Belakang Keluarga

Selain faktor sosio-demografis, melek finansial/ pengetahuan tentang keuangan dipengaruhi oleh latar belakang keluarga, terutama pendidikan orang tua. Bahwasannya pendidikan orang tua mempengaruhi pengetahuan seseorang tentang keuangan.

3. Kekayaan

Individu yang kaya memiliki insentif yang lebih besar untuk memiliki pengetahuan finansial (financial literacy).

4. Preferensi Waktu

Pada preferensi waktu, individu dapat menjelaskan siapa yang akan dan siapa yang tidak akan memilih untuk memiliki pengetahuan finansial.

e. Indikator Literasi keuangan

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Menurut *Organization for Economic Cooperation and Development* atau OECED mengungkapkan bahwa dalam pengukuran terhadap literasi keuangan ditentukan oleh tiga komponen atau indikator, yaitu :

- 1). *financial knowledge*; dalam terminology indikator ini adalah terkait dengan pengetahuan dasar-dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, resiko, serta asuransi.
- 2). *financial behavior*; merupakan hal yang terkait dengan perilaku dalam menyusun anggaran, menghemat serta mengontrol uang, investasi dan pembayaran kewajiban tepat pada waktunya.
- 3). *financial attitude*; adalah terkait bagaimana dengan sikap seseorang terhadap uang, dan bagaimana perencanaan untuk dimasa depan.

2.1.3 Sistem Pembayaran PayLater

a. Pengertian PayLater

PayLater merupakan fasilitas keuangan yang menggunakan metode pembayaran dengan cara mencicil tanpa kartu kredit. Fitur PayLater merupakan salah satu tren yang mampu mengikat kaum milenial yang cukup besar. Terdapat limit pemakaian maksimal dan

Protected by PDF Anti-Copy Free
 jatuh tempo untuk pembayarannya yang umumnya digunakan dengan
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 bayar sekali atau beberapa kali seperti kartu kredit (Salsabila, 2023).

Fitur PayLater adalah salah satu tren yang belakangan ini diminati oleh kalangan milenial. Adanya fitur paylater membuat sistem transaksi online menjadi semakin praktis. Baik dari segi persyaratan, pendaftaran, maupun proses pengaktifan yang terbilang singkat menjadikan PayLater sebagai metode pembayaran yang lebih unggul dibandingkan bank. Semakin meluasnya e-commerce, masyarakat didorong untuk bisa memenuhi semua keinginan dan kebutuhan, yang mana memiliki prioritas tersendiri untuk memenuhinya. Kemampuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan tersebut sangat terbatas karena tidak semua orang mampu membayar secara tunai (Saragih & Lestari, 2022).

PayLater sudah diketahui secara umum bahwa aplikasi PayLater ini memiliki kerangka kerja dengan kapasitas dan keunggulan yang hampir sama seperti kartu kredit. ide prinsip komponen angsuran saat ini adalah beli sekarang bayar nanti. PayLater termasuk sangat terkenal pesat karena mendorong inovasi sistem cicilan di para raksasa bisnis internet seperti shopee, tokopedia, traveloka, bukalapak, kredo, akulaku, gojek dan lain sebagainya yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk mencoba. dan rasakan keuntungan dari highlight PayLater. dapat dikatakan bahwa PayLater kini telah menjadi kegemaran masyarakat milenial. komponen PayLater memang bisa menjadi pilihan yang lebih sederhana dan lebih

Protected by PDF Anti-Copy Free
 membantu bagi individu dalam mengakses tanpa kartu. karena,
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 pendaftaran kartu kredit di bank pada umumnya setiap kali digunakan
 dengan hati-hati, tetapi sistem pembayaran ini termasuk siap untuk
 mendukung ekspansi di Indonesia (Saragih & Lestari, 2022).



Salah satu toko online yang menawarkan fitur PayLater adalah aplikasi belanja Shopee. Akibat kemajuan teknologi tersebut dan lahirnya aplikasi e-commerce seperti Shopee, dimana aktivitas e-commerce dilakukan melalui aplikasi tersebut, belum lagi aplikasi tersebut telah mengeluarkan fitur terbarunya yaitu Shopee PayLater. Berdasarkan laporan Fintech Daily Social 2021, Shopee PayLater menjadi layanan PayLater atau bayar kemudian yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Tercatat 78% responden akan menggunakan aplikasi ini pada tahun 2021. Pemasar membidik remaja sebagai sasaran empuk, di sisi lain remaja tersebut hidup berdampingan dengan budaya konsumtif yang tinggi, sehingga mempengaruhi perilaku konsumen (Amry et al, 2023).

Shopee PayLater adalah salah satu fitur dari aplikasi shopee yang saat ini banyak digunakan dan dimanfaatkan oleh sebagian orang. Shopee PayLater ialah cara pembayaran yang tersedia di aplikasi shopee. Fitur ini memiliki dua pilihan tenggat waktu pembayaran, yakni “bayar nanti” yang dapat dibayar ketika tagihan diterbitkan dan sistem kredit dengan beberapa waktu pembayaran. Mekanisme penggunaan shopee PayLater ini cukup mudah. Pengguna hanya perlu memilih barang yang akan di beli kemudian memilih

metode pembayaran shopee PayLater kemudian memilih tenggat waktu yang akan di ambil. Ada pilihan tenggat waktu yang dapat di bayar selama beberapa bulan. Opsi yang ada yaitu 3 kali pembayaran/tiga bulan, 6 kali pembayaran dan 12 kali pembayaran. Menurut Kurniasri dan Fisabilillah dikutip dalam Chusnul dan Mifta bahwa bunga cicilan pada fitur ini sebanyak 2,95% untuk pembelian dengan bayar nanti dalam kurun waktu satu bulan. Setiap transaksi akan dikenakan biaya penanganan 1% dan apabila ada keterlambatan pembayaran maka akan dikenakan denda sebesar 5% (Putri & Priantilianingtiasari, 2023).

b. Manfaat Dan Kerugian Penggunaan PayLater

Pakar keuangan dan penganggaran konsumen Andrea Woroch mengatakan salah satu manfaat menggunakan paylater adalah Anda mengetahui secara pasti jumlah utang setiap bulannya dan kapan akan dilunasi karena total pembelian dipecah menjadi beberapa pembayaran yang sama. Ini tidak seperti kartu kredit, di mana Anda membayar sesuai keinginan atau kemampuan setiap bulan seiring dengan meningkatnya bunga (Kompas.com,2024).

Adapun kerugian dalam penggunaan PayLater yaitu :

1. Bisa membentuk kebiasaan buruk, karena banyaknya opsi PayLater di setiap titik pembayaran semakin memudahkan seseorang untuk mengambil keputusan impulsif untuk membeli sesuatu yang tidak mampu dan tidak mereka butuhkan.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2. Dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan jika tidak diawasi secara bertanggung jawab, dimana Penggunaan yang berlebihan

dapat menghamburkan kas dan jika beralih ke kartu kredit berbunga tinggi untuk menutupi kekurangan uang. Pada akhirnya akan berutang lebih banyak

c. Indikator Penggunaan PayLater

Menurut Rahima (2022), berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan PayLater:

- 1). Lama penggunaan, yaitu seberapa lama seseorang telah menggunakan PayLater.
- 2). Intensitas, merupakan pemahaman yang diberikan seseorang saat menggunakan PayLater.
- 3). Durasi, yaitu seberapa lama waktu yang digunakan seseorang dalam menggunakan PayLater sekali waktu.
- 4). Kemudahan pengoperasian, yaitu apakah fitur PayLater dapat dengan mudah digunakan oleh orang.
- 5). Kepuasan produk, yaitu kepuasan seseorang terhadap fitur PayLater karena bisa memenuhi kebutuhan seseorang dalam bertransaksi.

2.1.4 Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dari gaya hidup seseorang, termasuk bagaimana seseorang dalam menggunakan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang di ekspresikan dalam aktifitas, minat, dan hobi. Secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Putri et al, 2023).

Pada hakikatnya perkembangan zaman dan teknologi berkaitan erat dengan gaya hidup. Perkembangan teknologi yang semakin canggih, akan menjadikan semakin berkembangnya penerapan gaya hidup oleh manusia terutama di dalam kehidupan sehari-hari. Dewasa ini, seringkali gaya hidup justru sering disalahgunakan oleh sebagian besar generasi muda terutama golongan mahasiswa yang berada di kota. Generasi Milenial tersebut sering kali memiliki kecenderungan bergaya hidup dengan cara mengikuti mode yang lagi tren atau booming. Dapat dikatakan bahwa mereka cenderung lebih menyukai suatu pola hidup dimana yang aktivitasnya hanya bertujuan untuk mencari kesenangan. Gaya hidup seperti inilah yang disebut dengan gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis merupakan suatu gaya hidup yang dapat berupa penampilan baik melalui media iklan, modeling dari artis yang diidolakan sehingga menuntut mereka untuk dapat meniru para idolanya dengan cara mengikuti fashion dan mode (Haryana, 2020).

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan pola konsumtif yang menggambarkan pilihan seseorang untuk bagaimana ia mempergunakan waktu dan uangnya. Jadi definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya (Azizah,2020).

Gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Asisi & Purwantoro, 2020).

Gaya hidup merupakan karakteristik hidup seseorang yang dapat diperlihatkan pada aktivitas, minat, serta opininya yang mencerminkan dirinya tersebut ketika berinteraksi pada lingkungan sekitarnya (Kotler, 2016). Berada di usia remaja akhir, generasi millennial akan memiliki rasa penasaran yang tinggi dan berorientasi pada tren hingga tuntutan sosial yang dapat membuat pola konsumsi

Protected by PDF Anti-Copy Free
 mereka menjadi berlebihan. Pada generasi milenial, perilaku konsumtif dalam menggunakan shopee paylater dapat diamati melalui kebiasaan-kebiasaan konsumsi untuk memenuhi gaya hidup seperti dalam makanan, pakaian, make up, dan yang berkaitan mengenai penampilan, travelling dan lain sebagainya (Rahmawati & Mirati, 2022).

Generasi milenial cenderung mengikuti tren dan perkembangan zaman, terutama dalam hal gaya hidup yang diadopsi negara-negara maju. Dengan demikian, gaya hidup yang dijalani oleh seseorang dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan mereka dalam mengelola keuangan. Seseorang yang mampu mengatur keuangannya dengan baik kemungkinan besar tidak akan menghadapi kesulitan di masa depan. Gaya hidup yang dianut oleh Generasi milenial saat ini nampaknya sudah menjadi hal yang sulit dihindari. Biasanya, generasi milenial berbelanja baik secara online maupun offline bukan didasarkan atas kebutuhannya melainkan untuk kepuasan pribadi dan untuk menjalani gaya hidup tertentu, yang pada akhirnya dapat menyebabkan perilaku boros (Angelista et al, 2024).

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu sikap dan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup sangat banyak, namun secara umum Menurut Priansa, (2017) dalam (Rinati,

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2020), faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang terdiri dari dua faktor yaitu:

1. Faktor Internal Kejiwaan Itu Sendiri

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

a. Sikap

Sikap merupakan kondisi jiwa yang merupakan refleksi dari pengetahuan dan cara berpikir konsumen untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya. Kondisi tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan, serta lingkungan sosialnya.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling erat terkait. Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tingkah laku dan perbuatan konsumen di masa lampau serta dapat dipelajari melalui interaksi dengan orang lain yang selanjutnya menghasilkan pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial tersebut dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

c. Kepribadian
Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu konsumen dan berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari satu individu.

d. Konsep Diri

Konsep diri erat kaitannya dengan citra merek dari produk yang dikonsumsi. Bagaimana konsumen secara individu memandang tentang dirinya akan sangat mempengaruhi minatnya terhadap suatu objek. Konsep diri merupakan inti dari pola kepribadian yang akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal timbulnya perilaku yang ditampilkan oleh konsumen.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan dan keinginan yang menyertainya. Konsumen membutuhkan dan menginginkan untuk merasa aman serta memiliki prestise tertentu. Jika motif konsumen terhadap kebutuhan akan prestise lebih besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Persepsi merupakan proses dimana konsumen memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang diterimanya untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2. Faktor Eksterna
Faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup konsumen terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Masalah yang diuraikan sebagai berikut:



a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku konsumen. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana konsumen tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana konsumen tidak menjadi anggota di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku konsumen. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c. Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota dalam setiap jenjang tersebut memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang

Protected by PDF Anti-Copy Free
 sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan.

Kedudukan seseorang adalah tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prahaknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

d. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh konsumen sebagai individu yang merupakan bagian dari anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikits merasakan dan bertindak.

c. Indikator Gaya Hidup

Indikator gaya hidup dalam kotler dan keller (2018) sebagai berikut :

1) Kegiatan (Activity)

Kegiatan dengan pertanyaan apa yang dikerjakan seseorang, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya. Kegiatan biasanya dapat diamati.

Protected by PDF Anti-Copy Free

2) Minat (Interest)

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup. Minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau hal tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi seseorang, menjadi pusat perhatian.

3) Opini (Opinion)

Opinion merupakan pendapat pandangan dan perasaan seseorang dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternative.

2.1.5 Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengonsumsi sesuatu tanpa batas dan individu lebih mementingkan keinginan dan ditandai oleh kehidupan yang mewah dan berlebihan. Atau dapat juga diartikan sebagai perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan

Protected by PDF Anti-Copy Free
rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif dapat berbentuk upaya
agar individu mampu menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar
sehingga muncul keinginan membeli secara berlebihan dan cenderung
tidak rasional (Salsabila,2023).

Perilaku konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin modern, teknologi yang berkembang pesat serta kehidupan manusia yang dinamis diiringi dengan tingkat pendapatan yang semakin meningkat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer, berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan cenderung bersikap konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan yang telah bergeser tersebut sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan yang selaras dengan lingkungannya.

Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Tindakan konsumsi yang irasional dan kompulsif dapat dideskripsikan seperti ketika individu membeli barang atau layanan jasa dengan tidak berdasarkan kebutuhan prioritas namun sekedar memenuhi hasrat dan keinginannya saja. Perkembangan teknologi komunikasi, elektronik dan keuangan juga



Protected by PDF Anti-Copy Free
 mendukung masyarakat memiliki akses yang tanpa batas terhadap
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 informasi mengenai produk atau layanan yang diinginkan sehingga
 lebih mudah terp... untuk bertindak konsumtif (Asisi &
 Purwantoro, 2020).



Kenyataan yang banyak dijumpai saat ini juga terjadi pada kelompok masyarakat diantaranya yaitu generasi milenial yang saat ini juga menjadi sasaran dari beberapa produsen sebagai konsumen sasarannya, karena adanya kecenderungan generasi milenial yang meniru gaya hidup konsumtif yang serba up to date. Gaya hidup generasi milenial telah berubah, dimana perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan tapi lebih dipengaruhi oleh adanya perubahan gaya hidup akibat dari perkembangan dunis sosial media yang serba mempertontonkan gaya hidup yang serba konsumtif. Pada masa sosial media saat ini orang tua bukan lagi menjadi model, melainkan orang-orang di media sosial yang usianya sama yang menjadi model utama (Ardiyanti & Nasikah, 2022).

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif mengarah kepada sifat hedonisme dan materialis yang merupakan keinginan untuk memiliki barang-barang secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan dan pengeluaran hanya untuk memenuhi kesenangan semata.

Protected by PDF Anti-Copy Free
b. Manfaat Mempelajari Ilmu Perilaku Konsumtif
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Perilaku konsumtif tidak hanya berdampak negatif bagi pelakunya, namun  memberikan dampak yang positif juga. Mempelajari ilmu  konsumen akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupannya sehari-hari. Berikut Menurut (Rinati, 2021) manfaat dari mempelajari ilmu perilaku konsumtif adalah:

1. Dalam mengkaji ilmu perilaku konsumtif, akan dapat mendalami dan berhasil apabila dapat memahami aspek-aspek psikologis manusia secara keseluruhan, kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip ekonomis serta strategi pemasaran.
2. Membantu dalam pembuatan keputusan pembelian yang lebih baik.

c. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif

Menurut Kotler (2000) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu :

1. Faktor kebudayaan

a. Budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan dan norma-norma yang berlaku dimasyarakat.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

b. Sub-budaya

Setiap budaya memiliki kelompok-kelompok sub-budaya yang lebih kecil, yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk pe-anggotanya.



c. Kelas sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat. Kelas sosial dapat dikategorikan ke dalam *upper-upper class* (kelas puncak atas; golongan ningrat), *lower-upper class* (kelas puncak bawah; orang-orang kaya), *upper-middle class* (kelas menengah atas; orang yang sukses dengan profesinya), *lower-middle class* (kelas menengah bawah; pekerja non manajerial), *upper-lower class* (kelas bawah atas; orang berpenghasilan relatif cukup untuk kehidupan sehari-hari), *lower-lower class* (kelas bawah rendah; pekerja-pekerja kasar) tingkat sosial ini sangat berkaitan dengan kecenderungan perilaku pembelian.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapatan, norma, dan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi kelompok referensi yang menjadi anggotanya atau yang dicita-citakan. Pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku konsumen antara lain

Protected by PDF Anti-Copy Free
 dalam menentukan produk atau merek yang mereka gunakan
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 sesuai dengan aspirasi kelompok.

b. Keluarga



Keluarga dideskripsikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.

c. Peranan dan status

Setiap orang pasti berpartisipasi dengan banyak kelompok sepanjang hidupnya. Posisi orang dalam setiap kelompok inilah disebut sebagai peran dan status. Orang-orang memilih produk yang mengkomunikasikan peran dan status dalam masyarakat.

3. Faktor Pribadi

a. Usia dan tahap daur hidup

Manusia memerlukan barang dan jasa sepanjang hidupnya. Perilaku ini berubah-ubah sesuai perkembangan siklus keluarga. Para pemasar sering menetapkan pasar sasarannya berupa kelompok-kelompok dari tahap kehidupan tertentu dan mengembangkan produk dan rencana pemasaran yang tepat bagi kelompok tersebut.

b. Pekerjaan

Pekerjaan dapat mempengaruhi jenis konsumsi seseorang. Manajer pemasaran perlu mengidentifikasi kebutuhan keluarga sesuai dengan pekerjaan, kemudian dapat

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

c. Macam-macam ekonomi

Keadaan ekonomi mempengaruhi pilihan produk meliputi: pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, hutang, kekuatan untuk meminjam dan pendirian terhadap belanja dan menabung.

d. Gaya hidup

Gaya hidup seseorang dapat ditangkap dari kegiatan yang diikuti, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan dan mencerminkan sesuatu yang lebih luas dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain.

e. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat dipengaruhi oleh pengaruh internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berpikir dan presesi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli. Sedangkan, Konsep diri yaitu cara seseorang melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Para ahli psikologi membedakan

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata ialah bagaimana seseorang melihat diri dengan

sebenarnya dan konsep diri ideal adalah bagaimana diri manusia

yang diinginkan.



4. Faktor psikologis

a. Motivasi

Motivasi adalah keadaan yang ada pada diri seseorang yang mendorong orang tersebut untuk bertindak. Suatu kebutuhan menjadi satu dorongan bila kebutuhan itu muncul hingga mencapai taraf intensitas yang cukup atau mendesak.

b. Persepsi

Persepsi mempengaruhi tindakan seseorang pada situasi dan kondisi yang sama dan apabila persepsi ada situasi berbeda maka tindakannyapun berbeda. Tantangan yang dihadapi pemasar adalah membuat rangsangan yang diperhatikan orang sehingga pesan tersebut dapat diterima oleh konsumen.

c. Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan pembelian.

d. Kepercayaan dan sikap.

Sikap adalah suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya

Protected by PDF Anti-Copy Free
 cenderung ke arah berbagai objek atau ide. Sikap dapat juga
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 berarti sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu
 tindakan atau sikap. Sikap mempengaruhi keyakinan begitu
 pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.



d. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (1987) yaitu:

a. Pemenuhan keinginan

Rasa puas pada manusia tidak berhenti pada satu titik saja melainkan selalu meningkat. Oleh karena itu dalam pengkonsumsian suatu hal, manusia selalu ingin lebih, untuk memenuhi rasa puasnya, walaupun sebenarnya tidak ada kebutuhan akan barang tersebut.


b. Barang diluar jangkauan

Jika manusia menjadi konsumtif, tindakan konsumsinya menjadi kompulsif dan tidak rasional. Ia selalu merasa “belum lengkap” dan mencari-cari kepuasan akhir dengan mendapatkan barang-barang baru. Ia tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang itu bagi dirinya.

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Jika pengkonsumsian barang menjadi berlebihan maka kegunaan

konsumsi menjadi  as.

d. Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika ia memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Manusia mendapatkan barang-barang untuk memilikinya. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman “pemuasan angan-angan” untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.

2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut hasil penelitian relevan yang digunakan dalam penelitian ini :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Fifie Dea Angelista, Leriza Desitama Anggraini, Andini Utari Putri. 2024	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee PayLater	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (Y). Gaya Hidup (X2) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Y). Sikap keuangan (X3) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan (Y). Literasi keuangan, gaya hidup dan sikap keuangan secara simultan berpengaruh

Protected by PDF Anti-Copy Free

- (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
- 2 Vira Rahma Yuliani. 2023
- Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Interaksi Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna Shopee *PayLater* (Survey Mahasiswa Di Purwokerto)
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh negatif dan signifikan dari variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif para pengguna shopee *PayLater*; (2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif para pengguna shopee *PayLater*; (3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel intensitas penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif para pengguna shopee *PayLater*.
- 3 Putri Zulfa Ers Meylina. 2023
- Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi-Z Di Kota Mataram
- Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Generasi-Z, dengan hasil uji regresi t bahwa nilai *probability sig* untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,035 < 0,05$ dan $t\text{-Statistic } 2,1394 > t\text{-tabel } 1,6611$. Adapun pengaruh variabel Penggunaan *E-money* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif terhadap perilaku Konsumtif (Y) pada Generasi-Z, dengan hasil uji regresi t dengan nilai *probability sig* untuk pengaruh (X2) terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $t\text{-Statistic } 4,5539 > t\text{-tabel } 1,6611$. Sedangkan secara simultan Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) dan Penggunaan *E-money* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Generasi-Z di Kota Mataram berpengaruh secara signifikan bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada generasi-z dengan nilai $F\text{-Statistic}$ sebesar $18.1792 > F\text{-tabel } 2,759$. Sedangkan nilai signifikansi *probability F-Statistic* $0,000 < 0,05$.
- 4 Wenseslaus Ngampus, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Fridayana Yudiaatmaja. 2023
- Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar, (2) gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial Kota Denpasar, (3) penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)




		<p>lapat Unpayfalka Samun dalam penggunaannya harus dilakukan secara bijaksana sehingga</p> <p>terhindar dari keburukan yang dilarang Allah SWT. Batasan dan</p> <p>ajaran dalam ekonomi islam mengajarkan kita agar tidak berperilaku konsumtif.</p>
8	<p>Wulan Dwi Putri, Amy Fontanella, Desi Handayani. 2023</p>	<p>Pengaruh Penggunaan <i>Financial Technology</i>, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa</p>
9	<p>Farah Dilla Wanda Damayanti, Clarashinta Canggih. 2021</p>	<p>Pengaruh Penggunaan Pembayaran Shopee PayLater Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya</p>
10	<p>Phyta Rahima Dan Irwan Cahyadi. 2022,</p>	<p>Pengaruh Fitur <i>Shopee PayLater</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram</p>
		<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan financial technology berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa artinya jika seseorang memanfaatkan financial technology maka akan berdampak pada bagaimana dia melakukan pengelolaan keuangannya. Variabel gaya hidup tidak terbukti berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa sedangkan pendapatan orang tua berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan mahasiswa.</p> <p>bahwa variabel kemudahan secara signifikan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kepercayaan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya. Begitu juga dengan pengaruh antara variabel memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumsi islam generasi milenial di Surabaya</p> <p>Pengaruh penggunaan Fitur Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Mataram, sesuai dengan hasil Uji hipotesa diperoleh angka 0,152 yang berarti H0 diterima, yaitu; Tidak Terdapat Hubungan antara Pengaruh Penggunaan Fitur Shopee PayLater terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Universitas Mataram. Koefisien Determinasi sebesar 2,3%, ini menunjukkan hubungan yang rendah. Hal ini terjadi karena penggunaan Fitur</p>

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



- penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa Terdapat hubungan antara literasi keuangan dengan perilaku keuangan milenial, dimana tingginya tingkat literasi keuangan yang dimiliki milenial makasemakin tinggi tingkat perilaku keuangannya.Terdapat hubungan antara gaya hidup dengan perilaku keuangan, semakin baik milenail mengatur gaya hidup yang benar dan tepat maka perilaku keuangan mahasiswa akan semakin bagus dalam pengelolaannya.Terdapat hubungan antara literasi keuangan dan gaya hidup karena semakin baik tingkat literasi dan kepercayaan maka semakin tinggi perilaku keuangan.
- 11 Nurul Safura Azizah, 2020. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial
- 12 Rahmatika Tri Wulandari And Sylviana Maya Damayanti. 2022 *The Importance Of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior In Buy-Now-Pay-Later Mode*
- 13 Kurnia, Goso Goso, Muh. Halim, 2023 Pengaruh Fintech (PayLater), Literasi Keuangan Dan Perilaku Komsumtif Terhadap Perilaku Keuangan
- The results show that financial literacy and behavior, digital financial literacy, and factors that underlie the use of paylater have a positive influence on impulsive buying behavior using the buy now pay later payment method by 28.90%.*
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fintech (PayLater) berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa, perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Fintech (PayLater), literasi keuangan,


Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- | | | | |
|----|---|---|--|
| 14 | Karina Putri Restike,
Dinar Prasasti, Desfi
Intan Fitriani,
Monika Kussetya
Ciptani. 2024 | 
Pengaruh Literasi
Keuangan, Inklusi
Keuangan Dan
Gaya Hidup
Terhadap
Penggunaan
Shopee PayLater
Gen Z | <p>Dengan menggunakan 200 responden Gen Z kelahiran Indonesia, diperoleh hasil</p> <p>bahwa literasi keuangan dan perilaku pembelian impulsif berpengaruh terhadap penggunaan</p> <p>Shopee PayLater pada Gen Z. Sedangkan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap penggunaan</p> <p>Shopee PayLater pada Gen Z</p> |
| 15 | Sufyati Hs, Alvi
Lestari. 2022 | Pengaruh Literasi
Keuangan, Inklusi
Keuangan Dan
Gaya Hidup
Terhadap Perilaku
Keuangan Pada
Generasi Milenial | <p>Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi milenial di Jakarta Selatan, hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan yang dimiliki generasi milenial maka perilaku keuangannya akan semakin baik dan meningkat. Inklusi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi milenial di Jakarta Selatan, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi inklusi keuangan atau akses ke lembaga keuangan maka membuat perilaku keuangan generasi milenial semakin baik dan meningkat. Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada generasi milenial di Jakarta Selatan, hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang baik dan bijak akan mempengaruhi perilaku keuangan individu.</p> |
| 16 | Siti Nurjanah,
Saparudin Mukhtar,
Elsi Ulfatmi, Nining
Triningsih.

2019 | Pengaruh Literasi
Ekonomi Dan Self
Control Terhadap
Perilaku
Konsumtif
Mahasiswa
Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri
Jakarta | <p>Hasil perhitungan menyimpulkan terdapat pengaruh literasi ekonomi dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi di Universitas Negeri Jakarta</p> |
| 17 | Elpa Julita, Idwal B,
Herlina Yustati.

2022 | Pengaruh
Penggunaan
Shopee PayLater
Terhadap Perilaku
Konsumtif
Mahasiswa | <p>Berdasarkan hasil dari tabel diketahui nilai Signifikansi (Sig) sebesar $0,062 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_0 yang menyatakan penggunaan Shopee PayLater berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi</p> |

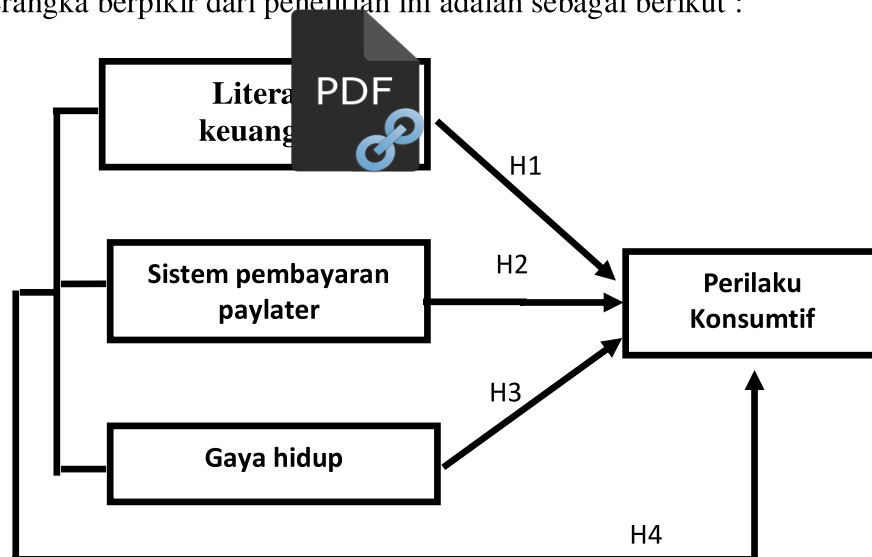
Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- 
- 18 Dini Eka Setiawati,
Iskandar Ali Alam.
2023
- The Influence Of Income, Financial Literacy On the Consumptive Behavior of Shopee Paylater Users in Generation Z in Bandar Lampung City*
- The results of the analysis concluded that partially, income (X1) has a positive influence on consumptive behavior (Y). Financial literacy (X2) partially has a positive influence on consumptive behavior (Y). In addition, simultaneously, income and financial literacy have an impact on the consumptive behavior of generation Z Shopee Paylater users in Bandar Lampung City*
- 19 Eva Purnamasari,
Rifah Dwi Astuti,
Sri Wahyuni, Sandi
Supaya, Ana Putri
Nastiti.
2024
- Analysis Of The Influence Of Financial Literacy, Risk Perceptions, And Lifestyle On Transaction Decisions Through Fintech Payment Paylater On Students In The City Of Semarang*
- The results of this research show that there is an influence of Financial Literacy, Risk Perception and Lifestyle together on the decision to make transactions via fintech payment paylater among students in Semarang City. However, partially, only lifestyle variables influence the decision to make transactions using fintech payment paylaters.*
- 20 Renna Ardiyanti, M.
Oktaviannur.
2024
- The Influence Of Paylater Use And Lifestyle On Consumptive Behavior In Bandar Lampung City*
- The results of the research show that the use of paylater has a positive and significant influence on consumptive behavior as well as lifestyle giving a positive and significant influence on consumptive behavior. Simultaneously the use of paylaters and lifestyle provide a positive and significant influence on consumer behavior.*

2.3 Kerangka Berpikir

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Kerangka berpikir dari penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir

**“Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran
Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku
Konsumtif Pada Generasi Milenial Di Kota
Lubuklinggau**

2.4 Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial

Literasi Keuangan adalah tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan yang mampu memengaruhi perilaku dan sikap dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan (OJK, 2017). Pemahaman literasi keuangan berpengaruh dalam pengelolaan keuangan sehingga bisa mengatur keuangan dengan baik. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Salsabila, 2023) yaitu pemahaman mengenai literasi keuangan berpengaruh positif terhadap

perilaku konsumtif. Selain itu didukung dengan hasil penelitian dari (Meylina, 2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut



H1: Diduga Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

b. Pengaruh sistem pembayaran PayLater terhadap perilaku konsumtif

Fitur PayLater menjadi salah satu tren yang belakangan ini diminati oleh kalangan milenial. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platform mereka yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit. Bukan rahasia lagi kalau program PayLater memiliki sistem yang memiliki fitur dan manfaat yang sama persis dengan kartu kredit. Konsep dasar di balik fitur pembayaran modern ini adalah 'Beli Sekarang, Bayar Nanti' Masyarakat didorong untuk dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya seperti berbelanja dan jalan-jalan kesana kemari tanpa harus menunggu atau memiliki cukup uang karena kini telah hadir fungsi pembayaran kartu kredit digital PayLater. Dalam artian, fitur PayLater kini menjadi pilihan pembayaran yang disukai masyarakat (Safitri, 2022).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Amry et al, 2023) yaitu penggunaan sistem pembayaran Shopee PayLater bayar nanti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Selain itu didukung dengan hasil penelitian dari (Zuliansyah et al, 2024) menjelaskan bahwa

Protected by PDF Anti-Copy Free
 penggunaan PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H2: Diduga Sistem Pembayaran PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

c. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif

Gaya hidup adalah cara yang dijalankan seseorang untuk kelangsungan hidupnya dan dapat dilihat melalui aktivitas, minat dan opininya kemudian tersalurkan melalui penggunaan uang dan waktu yang mengarah pada kesenangan serta kepuasan diri semata. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang tentang bagaimana seseorang mampu mengalokasikan waktu maupun dalam hal membelanjakan uangnya dengan baik.

Gaya hidup saat ini sangat cenderung konsumtif terhadap keuangannya sehingga mereka tidak mampu dalam mengontrol keuangannya sendiri. Gaya hidup yang tinggi dikarenakan lingkungan sekitar membuat mereka lupa akan pentingnya uang dimasa yang akan datang. Sehingga mereka salah dalam penggunaan uang yang tepat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Haryana, 2020) yaitu pemahaman mengenai Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Selain itu didukung dengan hasil penelitian dari (Angelista et al, 2024) menjelaskan bahwa Gaya hidup berpengaruh positif

terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut:

H3: Diduga Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

d. Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran PayLater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari pengamatan yang peneliti lihat, peneliti menemukan adanya fenomena gaya hidup dalam perilaku keuangan dikalangan milenial, yang mengakibatkan milenial banyak yang mengikuti zaman dengan gaya hidup kekinian atau hedonisme akan tetapi minim literasi keuangan yang diterapkan. Hedonisme ini merupakan sifat seseorang untuk perilaku hidup mewah. Adanya kehidupan hedonisme ini dikalangan milenial dapat terlihat dari kehidupan sehari-hari seperti sering berfoya-foya seperti suka jalan-jalan, beli gadget, nongkrong di cafe, beli barang branded dengan harga selangit, beli kopi mahal untuk posting instagram. Apalagi ditunjang dengan adanya fitur PayLater yang memudahkan dalam bertransaksi saat ini. Berdasarkan penjelasan tersebut diperoleh hipotesis sebagai berikut :

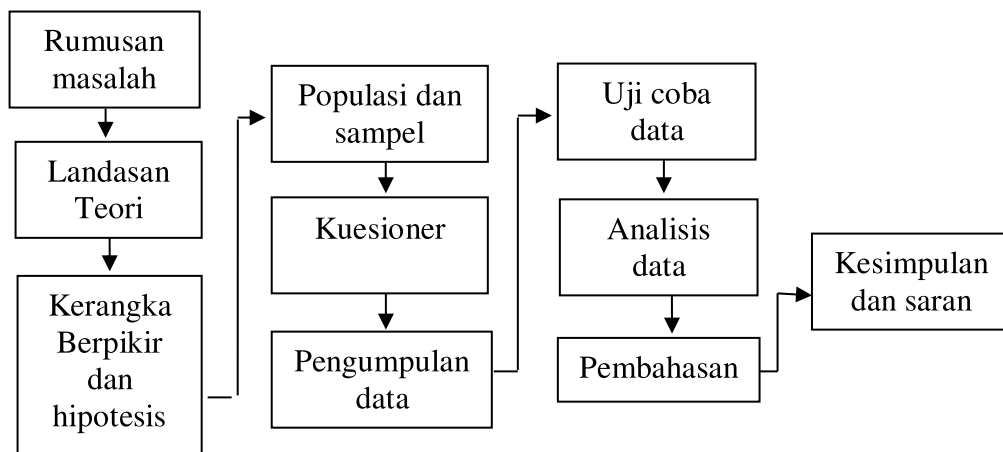
H4: Diduga Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran PayLater Dan Gaya Hidup Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Lubuklinggau.

3.1 Desain Penelitian



Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. penelitian kuantitatif menekankan pada fenomena-fenomena objektif dan dikaji secara kuantitatif. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian kuantitatif menurut desain penelitian kuantitatif menurut Sukmadinata (2009) dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Metode penelitian yang tergolong ke dalam penelitian kuantitatif bersifat noneksperimental adalah Deskriptif, Survei, Expostfacto, Komparatif, Korelasional, (Rimbano et al., 2022).

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, dengan prosedur penelitian sebagai berikut :



Gambar 3. 1 Desain Penelitian

Protected by PDF Anti Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Berikut penjelasan dari desain penelitian diatas, sebagai langkah awal dalam penelitian ini adalah mengidentifikasi dan merumuskan masalah pada penelitian, selanjutnya merumuskan Landasan teori, dilanjutkan dengan membuat kerangka berfikir dan merumuskan hipotesis berdasarkan penelitian terdahulu yang relevan dan membuat instrumen penelitian berupa kuesioner (angket), uji coba data dengan validitas/reliabilitas, menganalisis data, dilanjutkan dengan pembahasan hasil penelitian, merumuskan kesimpulan hasil penelitian dan langkah terakhir adalah memberikan saran atau masukan dari hasil yang didapat dari penelitian.

3.2 Definisi Variabel Penelitian Dan Operasionalisasi Variabel

a. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen (bebas)

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain yang sifatnya berdiri sendiri. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan (X1), Sistem pembayaran PayLater (X2) dan Gaya hidup (X3).

b. Variabel Dependen (Terikat)
Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi oleh beberapa variabel lain. Artinya tidak dapat berdiri sendiri (bebas).
 Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).


b. Definisi Operasionalisasi Variabel

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Literasi Keuangan (X1)	Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK/07/2016 mendefinisikan literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill) dan keyakinan (confidence) yang memengaruhi sikap dan tindakan, dengan tujuan untuk meningkatkan kemampuan individu dalam membuat keputusan keuangan yang lebih baik dan mengelola aset mereka, dengan akhirnya mencapai kesejahteraan (OJK, 2018).	Menurut <i>Organization for Economic Cooperation and Development</i> atau OECD mengungkapkan bahwa dalam pengukuran terhadap literasi keuangan ditentukan oleh tiga komponen atau indicator, yaitu : a). <i>financial knowledge</i> ; dalam terminologi indikator ini adalah terkait dengan pengetahuan dasar-dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, resiko, serta asuransi. b). <i>financial behavior</i> ; merupakan hal yang terkait dengan perilaku dalam menyusun anggaran, menghemat serta mengontrol uang, investasi dan pembayaran kewajiban tepat pada waktunya. c). <i>financial attitude</i> ; adalah terkait bagaimana dengan sikap seseorang terhadap uang, dan bagaimana perencanaan untuk dimasa depan.	Likert

Protected by PDF Anti-Copy Free

Menurut Rahima (2022),
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

			berikut adalah indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan PayLater:	
		Fitur PayLater merupakan layanan pinjaman online tanpa kartu kredit yang memungkinkan konsumen membayar suatu transaksi dikemudian hari, baik dengan sekali bayar atau dengan mencicil (Ramadanti, 2022).	 <ol style="list-style-type: none"> 1) Lama penggunaan, yaitu seberapa lama seseorang telah menggunakan PayLater. 2) Intensitas, merupakan pemahaman yang diberikan seseorang saat menggunakan PayLater. 3) Durasi, yaitu seberapa lama waktu yang digunakan seseorang dalam menggunakan PayLater sekali waktu. 4) Kemudahan pengoperasian, 5) Kepuasan produk, yaitu kepuasan seseorang terhadap fitur PayLater karena bisa memenuhi kebutuhan seseorang dalam bertransaksi. 	
2	Sistem pembayaran PayLater (X2)			Likert
<hr/>				
3	Gaya hidup (X3)	Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup mencakup kemampuan individu dalam berinteraksi dengan lingkungannya, cara mengelola pengeluaran finansial dan pemanfaatan waktu luang. Pendapat Kotler dan Keller tentang gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang yang	Indikator gaya hidup dalam kotler dan keller (2018) sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> 1) Kegiatan (Activity) 2) Minat (Interest) 3) Opini (Opinion) 	Likert

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

cermin dan aktivitas, minat, dan pandangan mereka terhadap dunia (Hidayat, 2022).



4	Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Effendi, 2016).	Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan (Effendi, 2016).	Indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (1987) yaitu: 1) pemenuhan keinginan 2) barang diluar jangkauan 3) barang tidak produktif 4) status	Likert
---	--	--	--	--------

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut (Sugiyono, 2019) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasinya adalah generasi milenial di Kota Lubuklinggau yang lahir pada tahun 1980 hingga 2000 saat ini. Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 78.960 orang. Data tersebut disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3.2 Data Jumlah Penduduk Berdasarkan Kelompok Umur Kota Lubuklinggau
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Kelompok umur 5 tahunan	Jumlah penduduk menurut kelompok umur kota Lubuklinggau
	2024
20-24	19.850
25-29	20.250
30-34	19.740
35-39	19.120
Jumlah	78.960

Sumber: <https://lubuklinggaukota.bps.go.id>

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel nonprobability sampling yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan pendekatan purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014). Adapun karakteristik sampel penelitian sebagai berikut:

- a. Responden yang berusia 25-39 tahun
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

b. Generasi milenial yang menggunakan PayLater

Jika Populasi yang di teliti jumlahnya cukup besar, maka digunakan tingkat kesalahan 10% (0,1). Dengan menggunakan perhitungan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui (N) pada taraf signifikan α adalah sebagai berikut.

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

Keterangan:

n = Sampel Minimal

N = Banyaknya Populasi

α = Taraf Signifikan

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka jumlah sampel dari penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{78.960}{1 + (78.960 \times 0,1 \times 0,1)}$$

$$n = \frac{78.960}{790,6}$$

n = 99,87 (dibulatkan ke atas menjadi 100 Responden)

3.4 Sumber Data **Protected by PDF Anti-Copy Free** (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Sumber data penelitian ada 2, (Rimbano et al., 2022)

Berdasarkan sumbernya, data dapat dikelompokkan dalam dua jenis yaitu data primer dan data



- a. Data primer, adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer primer antarlain observasi, wawancara, diskusi terfokus (focus grup discussion FGD) dan penyebaran kuesioner.
- b. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tanganan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS), buku, laporan, jurnal, dan lainlain

3.5 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini ada 3 yaitu, (Rimbano et al., 2022) di antaranya sebagai berikut :

- a. Observasi, dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan


sebagai instrumen. Format yang disusun berisi item-item tentang
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 kejadian atau tingkah laku yang digambarkan akan terjadi. Peranan

yang paling penting menggunakan metode observasi adalah
 pengamat. Pengamatan yang dilakukan dalam mengamati adalah menatap
 kejadian, gerak atau proses. Mengamati bukanlah pekerjaan yang
 mudah karena manusia banyak dipengaruhi oleh minat dan
 kecenderungan-kecenderungan yang ada padanya. Padahal hasil
 pengamatan harus sama, walaupun dilakukan oleh beberapa orang.
 Dengan lain perkataan, pengamatan harus objektif.

- b. Kuesioner, sebagian besar penelitian umumnya menggunakan kuesioner sebagai metode yang dipilih untuk mengumpulkan data. Kuesioner atau angket memang mempunyai banyak kebaikan sebagai instrumen pengumpul data. Prosedur penyusunan kuesioner:
 - 1). Merumuskan tujuan yang akan dicapai dengan kuesioner.
 - 2). Mengidentifikasi variabel yang akan dijadikan sasaran kuesioner.

- c. Dokumentasi, tidak kalah penting dan metode-metode lain, adalah metode dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda, dan sebagainya. Dibandingkan dengan metode lain, maka metode ini tidak begitu sulit, dalam arti apabila ada kekeliruan sumber datanya masih tetap, belum berubah. Dengan metode dokumentasi yang diamati bukan benda hidup tetapi benda mati. Seperti telah

Protected by PDF Anti-Copy Free
 dijelaskan, dalam menggunakan metode dokumentasi ini peneliti
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 memegang chek-list untuk mencari variabel yang sudah ditentukan.

Apabila terdapat/muncul variabel yang dicari, maka peneliti tinggal
 membubuhkan tanda  atau tally di tempat yang sesuai. Untuk
 mencatat hal-hal yang bersifat bebas atau belum ditentukan dalam daftar
 variabel peneliti dapat menggunakan kalimat bebas.

3.6 Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian jenis kuantitatif, dimana peneliti akan menggunakan instrumen untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Instrumen yang akan digunakan adalah pernyataan yang berkaitan dengan indikator berupa angket. Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan jalan melakukan pembagian daftar pertanyaan langsung atau tidak langsung ke objek penelitian sehingga data yang penulis kumpulkan benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada saat penelitian berlangsung. Penelitian ini menggunakan Skala Likert dan responden tinggal mengisi dengan tanda ceklis (\checkmark) pada kolom yang telah disediakan. Skala Likert merupakan metode yang mengukur dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek, objek atau kejadian tertentu. Untuk mendapatkan Hasil yang diinginkan, maka jawaban dari pernyataan diberi skor. Adapun penjelasan skor jawaban sebagai berikut :

1. Sangat setuju (SS) , 5 Point

2. Setuju (S), 4 Point
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
3. Kurang setuju (KS), 3 Point
4. Tidak setuju (TS), 2 Point
5. Sangat tidak setuju (STS), 1 Point



Selanjutnya, dalam penelitian ini kuesioner terdiri atas pernyataan yang didasarkan pada indikator masing-masing variabel dan setiap item pernyataan diberikan alternatif pernyataan. Instrumen penelitian ini menggunakan total item pernyataan dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Pernyataan setiap indikator	Jumlah pernyataan
1	Literasi Keuangan (X1)	1. <i>Financial Knowledge</i>	1	7
		2. <i>Financial Behavior</i>	3	
		3. <i>Financial Attitude</i>	3	
2	Sistem pembayaran PayLater (X2)	1. Lama Penggunaan,	1	7
		2. Intensitas	1	
		3. Durasi	1	
		4. Kemudahan Pengoperasian	3	
		5. Kepuasan Produk	1	
3	Gaya hidup (X3)	1. Aktivitas	3	7
		2. Minat	3	
		3. Opini		
4	Perilaku konsumtif (Y)	1. Pemenuhan Keinginan	2	7
		2. Barang Diluar Jangkauan	2	
		3. Barang Tidak Produktif	1	
		4. Status	2	

3.7 Uji Instrumen Penelitian

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Uji instrumen penelitian yang dilakukan terdiri dari 2 jenis uji instrumen yaitu sebagai berikut:



a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sah) atau tidak valid, (Yuliana, 2023). Uji Validitas digunakan untuk menunjukkan tingkat keandalan atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan dan mengukur apa yang seharusnya diukur (Meylina, 2023). Untuk mengukur validitas suatu data digunakan rumus sebagai berikut :

Rumus 1. Uji Validasi

$$r_{XY} = \frac{n(XY) - (\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :



r_{XY} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

n = Jumlah Responden

X = Skor Variabel

Y = Skor Total dari Variabel Untuk Responden ke-n

b. Uji Reliabilitas **Protected by PDF Anti-Copy Free**
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana yang masuk pengujian ini ada  valid saja. Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu  telah dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika respons terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dan digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dapat dipercaya untuk pengumpulan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner menggunakan *Alpha Cronbach*. Data dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* tersebut lebih besar dari 0,60 ($>0,60$).

3.8 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas, Pengujian ini untuk mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak, (Mardiatmoko, 2020). Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik Normal PP (Plot of regression standardized) sebagai dasar pengambilan keputusannya. Jika menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka model regresi tersebut telah normal dan layak dipakai untuk memprediksi variabel bebas dan

sebaiknya. Cara lain uji normalitas adalah dengan metode uji One Sampel Kolmogorov Smirnov. Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- Jika nilai Signifikansi ($Asym Sig 2 tailed$) $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- Jika nilai Signifikansi ($Asym Sig 2 tailed$) $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal.



b. Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas bertujuan untuk mengetahui dan menguji apakah model regresi ditemukan adanya hubungan yang kuat yakni antara variabel independen. Jika terjadi kolerasi maka dinamakan problem Multikoleniaritas. Untuk mendeteksi adanya multikoleniaritas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Faktor). Apabila nilai VIF lebih kecil dari 0.10 atau lebih besar dari 10 maka terjadi Multikoleniaritas, sebaliknya tidak terjadi Multikoleniaritas antar variabel independen apabila nilai VIF berada pada kisaran 0,10 sampai 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas merupakan pengujian asumsi klasik yang digunakan untuk melihat apakah terdapat penyimpangan asumsi pada model regresi. Penyimpangan ini disebabkan oleh ketidaksamaan varian dari residual untuk pengamatan dalam model regresi. Syarat yang harus terpenuhi adalah tidak adanya penyimpangan heteroskedastisitas.

3.9 Metode Analisis Data **Protected by PDF Anti-Copy Free**
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

a. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, (Mardiatmoko, 2020).

Rumus 2. Uji Regresi Linier Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = perilaku konsumtif

X1 = literasi keuangan

X2 = sistem pembayaran PayLater

X3 = gaya hidup


a = Konstanta

b1 b2 = Koefisien Regresi

e = Error

b. Uji Hipotesis **Protected by PDF Anti-Copy Free**
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1). Uji t

Uji t digunakan  mengetahui apakah model regresi variabelindependen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabeldependen, (Mardiatmoko, 2020).

Rumus 3. Uji t

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

Keterangan :

r = Nilai Korelasi

n = Jumlah Sampel

Hipotesis Uji T dengan kepercayaan dan kebenaran 95% atau signifikan 0,05 dengan ketentuan sebagai berikut :

Ho : Tidak ada pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup secara parsialterhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

Ha : Ada pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup secara parsialterhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

Kriteria pengambilan keputusan dikatakan signifikan jika:

Ho diterima bila Signifikansi > 0,05 (tidak berpengaruh)

Protected by PDF Anti-Copy Free
 Ho tidak ada Signifikansi < 0,05 (berpengaruh).

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

2). Uji F



Uji F adalah teknik analisis data yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Pada penelitian ini uji F digunakan untuk menguji pengaruh Literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup secara simultan terhadap perilaku konsumtif, rumus uji F adalah sebagai berikut :

Rumus 4. Uji F

$$F_{hitung} = \frac{\{(RX1, X2, X3Y)\}^2 (n-m-1)}{m(1-R^2 X1, X2, X3, Y)}$$

Keterangan :

R² = Koefisien Determinasi

m = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Responden

Untuk mengetahui besaran nilai yang diperoleh, dengan ketentuan pengujian hipotesis sebagai berikut :

Ho : Menunjukkan tidak ada pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran PayLater dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

Ha : Menunjukkan ada pengaruh literasi keuangan, sistem pembayaran
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 PayLater dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap perilaku

konsumtif generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima bila Signifikansi > 0,05 (tidak berpengaruh)

Ho ditolak bila Signifikansi < 0,05 (berpengaruh).

3). Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen, (Mardiatmoko, 2020).

Adapun rumus uji koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

Rumus 7. Uji Koefisien Determinasi

$$KD = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

r = Koefisien korelasi

3.10 Tempat Dan Waktu Penelitian

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

a. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Lubuklinggau yang dimana Generasi Milenial sebagai responden dari penelitian ini.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dari bulan agustus 2023 sampai dengan agustus 2024 dengan rincian jadwal sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Rencana Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu pelaksanaan / bulan			
		Juli 2023	Juni 2024	Juli 2024	Agustus 2024
1	Pengajuan judul				
2	Pengajuan dan revisi proposal				
3	Seminar proposal				
4	Revisi setelah seminar proposal				
5	Pengajuan revisi BAB I, II, III dan Kuesioner				
6	Pengumpulan data				
7	Pengolahan data				
8	Pengajuan BAB IV dan V				
9	Revisi BAB IV dan V				
10	Ujian Komprehensif				

4.1 Gambaran Umum Objek



Generasi Millennial atau biasanya disebut juga generasi Y, Netters, dan Nexters merupakan generasi yang berkembang dimana banyak inovasi-inovasi ilmu teknologi informasi. Menurut Haroviz (2012), generasi Y atau yang disebut sebagai generasi millennial adalah sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an. Generasi milenial ini lahir bersamaan dengan munculnya teknologi informasi dan komunikasi yang membuat mereka mengenal gawai, mengakses komputer dan memiliki sosial media. Generasi ini juga nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi online untuk tetap terkoneksi dengan teman-temanya. generasi ini lebih fleksibel terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang mungkin terjadi, sehingga sering digambarkan sebagai generasi yang sangat nyaman dengan perubahan.

Generasi millennial adalah masyarakat sosial yang melek dan adaptable pada teknologi. Mereka cenderung suka memanfaatkan teknologi untuk mempermudah segala aktivitas, tak terkecuali aktivitas belanja. Dengan kemajuan teknologi cara pembayaran membuat generasi ini makin cashless (cenderung tak membawa uang tunai). Hal tersebut membentuk karakter yang kreatif dan inovatif dalam pemanfaatan teknologi.

Protected by PDF Anti-Copy Free

Berikut adalah karakter dari milenial:

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

1. Milenial memiliki tingkat pendidikan yang baik, cerdas teknologi
2. Berani, inovatif, dan modern.
3. Lebih terbuka terhadap perubahan
4. Jadwal kerja yang fleksibel
5. Pengembangan karir sebagai faktor yang penting
6. Punya ekspektasi yang tinggi
7. Menuntut dapat jawaban yang instan
8. Berpikiran terbuka
9. Memiliki keterampilan yang beragam
10. Mampu mengerjakan pekerjaan yang banyak dalam waktu yang bersamaan
11. Tidak sabar
12. Partisipatif

4.2 Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap Generasi Milenial yang ada di Kota Lubuklinggau, dengan jumlah kuesioner yang disebar 100 kusioner. Data kuesioner dapat terkumpul, setelah semua kuesioner terkumpul dan kemudian dilakukan analisis.

a. **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	61	61%
2	Perempuan	39	39 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu 61 responden dengan presentase 61%, sedangkan responden perempuan berjumlah 39 responden dengan persentase 39%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	23	34	34 %
2	24	19	19 %
3	25	17	17 %
4	26	10	10 %
5	27	4	4 %
6	28	7	7 %
7	29	4	4 %
8	30	1	1 %
9	31	1	1 %
10	32	2	2 %
11	37	1	1 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Protected by PDF Anti-Copy Free

Pada tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa responden berdasarkan Usia, didominasi oleh generasi milenial berusia 23 tahun dengan persentase 34 %, oleh generasi berusia 24 tahun dengan persentase 19 % dan generasi berusia 25 tahun, dan seterusnya dapat dilihat pada tabel.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	Mahasiswa	5	5 %
2	Wiraswasta	25	25 %
3	PNS	2	2 %
4	Lainnya	68	68 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa responden berdasarkan Pekerjaan, didominasi oleh Jenis pekerjaan lainnya yang tidak tercantum pada kuesioner yang dibagikan dengan persentase 68 %, Wiraswasta sebanyak 25 %, mahasiswa 5 % dan Pns sebanyak 2 %.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Jumlah	Presentase
1	<1.000.000	1	1 %
2	1.000.000-2.000.000	69	69 %
3	2.000.000-3.000.000	27	27 %
4	>3.000.000	3	3 %
Total		100	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Protected by PDF Anti-Copy Free

Pada tabel 4.4 data dapat dilihat bahwa responden berdasarkan Penghasilan, didominasi oleh responden yang berpenghasilan 1.000.000-2.000.000 sebesar 69 %, penghasilan 2.000.000-3.000.000 sebanyak 27 %, penghasilan > 3.000.000 sebanyak 3 % dan < 1.000.000 hanya 1 %.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk melakukan pengujian untuk menunjukkan seberapa baik suatu ukuran dapat mengukur apa yang ingin diukur. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaannya dinyatakan valid. Apabila tidak, $r_{hitung} < r_{tabel}$, pertanyaannya tidak valid. Uji validitas pada penelitian ini dimaksudkan untuk menentukan besarnya r_{hitung} . Adapun r_{tabel} dengan rumus $df = N-2$ sehingga diperoleh $df = 100-2 = 98$. Maka nilai r_{tabel} nya adalah 0,165. Berikut adalah tabel hasil uji validitas data kuesioner yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS Versi 26 sebagai berikut :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Variabel	item	r_hitung	r_tabel	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,402	0,165	Valid
	X1.2	0,616	0,165	Valid
	X1.3	0,433	0,165	Valid
	X1.4	0,418	0,165	Valid
	X1.5	0,343	0,165	Valid

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Sistem pembayaran PayLater (X2)	X1.6	0,521	0,165	Valid
	X1.7	0,393	0,165	Valid
	X2.1	0,591	0,165	Valid
		0,394	0,165	Valid
		0,442	0,165	Valid
		0,496	0,165	Valid
		0,518	0,165	Valid
	X2.6	0,515	0,165	Valid
X2.7	0,450	0,165	Valid	
Gaya Hidup (X3)	X3.1	0,211	0,165	Valid
	X3.2	0,474	0,165	Valid
	X3.3	0,630	0,165	Valid
	X3.4	0,285	0,165	Valid
	X3.5	0,431	0,165	Valid
	X3.6	0,411	0,165	Valid
	X3.7	0,556	0,165	Valid
Perilaku konsumtif (Y)	Y.1	0,293	0,165	Valid
	Y.2	0,379	0,165	Valid
	Y.3	0,619	0,165	Valid
	Y.4	0,431	0,165	Valid
	Y.5	0,476	0,165	Valid
	Y.6	0,356	0,165	Valid
	Y.7	0,400	0,165	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS 26, 2024

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner telah dianggap reliabel atau dapat dipercaya jika respons terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dan digunakan untuk mengetahui apakah instrument yang digunakan dapat dipercaya untuk pengumpulan data. Data dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* tersebut lebih besar dari 0,60 (>0,60).

Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas data kuesioner diolah menggunakan aplikasi SPSS 26 sebagai berikut :

Protected by PDF Anti-Copy Free

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	nilai <i>Alpha Cronbach</i>	standar nilai <i>Alpha Cronbach</i>	keterangan
Literasi keuangan (X1)	0.619	> 0,600	Reliabel
Sistem pembayaran (x2)	0.680	> 0,600	Reliabel
gaya hidup (x3)	0.638	> 0,600	Reliabel
perilaku konsumtif (y)	0.638	> 0,600	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS 26,2024

Hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa *Cronbach's Alpha* variabel Literasi Keuangan sebesar 0,619, Variabel sistem pembayaran paylater sebesar 0,680, variabel Gaya Hidup sebesar 0,638, variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,615. Nilai ini lebih besar dari nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,60, atau r hitung $> 0,60$. Dari sini dapat disimpulkan bahwa semua peralatan penelitian dianggap dapat diandalkan dan mendekati kenyataan untuk mendapatkan data yang konsisten.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang dianalisis terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*. Uji *Kolmogorov Smirnov* adalah uji beda antara data yang diuji normalitasnya dengan data normal. Yang dimaksud data normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk *ZScore*. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Dasar

pengambilan keputusan dalam uji normalitas sebagai berikut: Jika nilai signifikan > 0.05 , maka data tersebut terdistribusi normal. Jika nilai signifikan < 0.05 , maka data tersebut tidak terdistribusi normal.. Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		Literasi Keuangan	PayLater	Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif
N		100	100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	27.4700	27.5700	24.7600	24.4600
	Std. Deviation ^b	1.93983	1.66403	2.06916	1.17078
Most Extreme Differences	Absolute	.060	.063	.050	.063
	Positive	.036	.043	.050	.035
	Negative	-.060	-.063	-.046	-.063
Test Statistic		.060	.063	.050	.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.200 ^{c,d}	.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 : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig. (2-tailed) semua variabel sebesar $0,200 > 0.05$. maka sesuai dengan pengambilan keputusan dalam uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov. Dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

2). Uji multikolinieritas
Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Uji multikolinieritas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan di dalam sebuah model tidak ada interkorelasi atau kolinieritas antar variabel bebas. Interkorelasi dapat dilihat dengan melihat nilai koefisien korelasi dari nilai VIF dan Tolerance. Berikut hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS 26 dengan metode koefisien korelasi nilai VIF :

Tabel 4. 8 Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.977	1.024
	PayLater	.993	1.007
	Gaya Hidup	.982	1.018

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : Hasil olah data SPSS 26,2024

Pengambilan keputusan, dengan Melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor):

- 1) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya Tidak terjadi Multikolinieritas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya Terjadi Multikolinieritas terhadap data yang di uji.

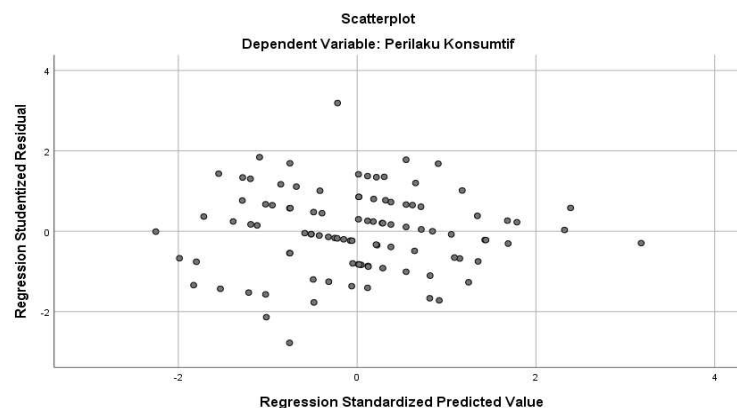
Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel tidak terjadi multikolinieritas pada data yang diolah dalam penelitian ini. Dikarenakan nilai signifikansi *tolerance* dari seluruh

Protected by PDF Anti-Copy Free
 variabel lebih besar dari 0,01 dan nilai VIF seluruh variabel lebih kecil
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 dari 10.

3) Uji Heterokedastisita



Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui suatu model regresi tidak terdapat kesamaan varians dari residual antara pengamatan satu dan pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini, digunakan dengan cara melihat grafik scatterplot pada hasil output menggunakan SPSS 26. Berikut hasil output grafik Scatterplot:



Gambar 4. 1 Uji Heteroskedestisitas

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas dengan grafik Scatterplot adalah:

- 1) Jika terdapat pola tertentu pada grafik Scatterplot, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola gelombang, melebar kemudian menyempit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Metode Analisis Data

1) Uji Regresi Linear berganda

Tabel 4. 9 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.965	4.793		5.626	.000
	Literasikeuangan	-.170	.104	-.158	-1.628	.107
	PayLater	-.172	.125	-.132	-1.375	.172
	Gaya Hidup	.278	.096	.281	2.895	.005

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa nilai konstanta (α) sebesar 26.965 sedangkan nilai literasi keuangan sebesar -0,170, Sistem pembayaran paylater sebesar -0,172 dan Gaya hidup sebesar 0,278. Sehingga didapatkan untuk persamaan regresinya ditulis sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Dari hasil uji regresi linier berganda dapat dideskripsikan sebagai berikut :

- a) Nilai konstanta (α) 26,965 artinya variabel literasi keuangan (X1), sistem pembayaran paylater (X2) dan Gaya hidup(X3) dalam keadaan tetap atau bernilai 0 maka variabel perilaku konsumtif (Y) sebesar 26,965 %.
- b) Nilai koefisien regresi Literasi Keuangan (X1) sebesar -0,170 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1% maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Sebesar -0,170. Karena bernilai negatif maka literasi keuangan dan perilaku konsumtif saling bertolak belakang, sehingga apabila nilai perilaku konsumtif naik maka nilai literasi keuangan akan turun. Begitupun sebaliknya apabila nilai perilaku konsumtif menurun maka nilai literasi keuangan akan turun.
- c) Nilai koefisien regresi sistem pembayaran paylater (X2) sebesar -0,172 artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1% maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Sebesar -0,172. Karena bernilai negatif maka sistem pembayaran paylater dan perilaku konsumtif saling bertolak belakang, sehingga apabila nilai perilaku konsumtif naik maka nilai sistem pembayaran paylater akan turun. Begitupun sebaliknya apabila nilai perilaku konsumtif menurun maka nilai sistem pembayaran paylater akan turun.
- d) Nilai koefisien regresi Gaya hidup (X3) sebesar 0,278, artinya setiap terjadi peningkatan sebesar 1% maka akan berpengaruh terhadap

perilaku konsumtif (Y) sebesar 0,278. Koefisien bernilai positif menunjukkan bahwa Gaya hidup dan perilaku konsumtif saling berhubungan, sehingga jika nilai perilaku konsumtif naik maka nilai Gaya hidup juga akan naik. Begitupun sebaliknya apabila nilai perilaku konsumtif menurun maka nilai Gaya hidup juga akan turun.

d. Uji Hipotesis

1) Uji t

Pengujian hipotesis pada uji statistik uji t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh tingkat hubungan dan pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat didalam penelitian ini. Dengan ketentuan :

1. Apabila tingkat signifikan $< \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Apabila tingkat signifikan $> \alpha$ (0,05), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika signifikan $> \alpha$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Pengujian hipotesis tersebut menggunakan Program Statistical For Sosial Sceiences (SPSS) versi 26 dapat dilihat pada tabel berikut:

- a). Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap perilaku konsumtif (Y)
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 4. 10 Hasil Uji t (Hipotesis 1)

Coefficients ^a						
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	26.965	4.793		5.626	.000
	Literasi keuangan	-.170	.104	-.158	-1.628	.107

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung untuk variabel literasi keuangan sebesar -1.628 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan dk = n-k (100-2=98), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung > t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (-1.628) < t tabel (1,660), sehingga H0 diterima. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Sehingga nilai probabilitas t yakni sig 0,107 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05 maka nilai sig 0,107 > 0,05. hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau

Hasil keputusan uji yaitu H0 diterima, karena thitung < ttabel, yaitu -1.628 < 1,660 dan nilai signifikansi > 0,05 yaitu 0,107.

b). Pengaruh Sistem pembayaran PayLater terhadap Perilaku Konsumtif
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Tabel 4. 11 Hasil Uji t (tesis 2)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
Model	PayLater	-.172	.125	-.132	-1.375	.172

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung untuk variabel literasi keuangan sebesar -1.375 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-k$ ($100-2=98$), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara Sistem Pembayaran PayLater dengan perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (-1.375) $<$ t tabel (1,660), sehingga H_0 diterima. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara Sistem Pembayaran PayLater dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Sehingga nilai probabilitas t yakni sig 0,172 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05 maka nilai sig 0,172 $>$ 0,05. hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara Sistem Pembayaran PayLater dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau

Hasil keputusan uji yaitu H_0 diterima, karena $t_{hitung} <$ t_{tabel} , yaitu $-1.375 <$ 1,660 dan nilai signifikansi $>$ 0,05 yaitu 0,172.

- c). Pengaruh Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 Tabel 4. 12 Hasil Uji t (Hipotesis 3)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized	Standardized			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
	Gaya Hidup	.278	.096	.281	2.895	.005

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

Sumber : Hasil olah data SPSS 26, 2024

Berdasarkan tabel diatas diperoleh t hitung untuk variabel gaya hidup sebesar 2,895 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan dk = n-k (100-2=98), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung > t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (2,895) > t tabel (1,660), sehingga H0 ditolak. hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Sehingga nilai probabilitas t yakni sig 0,005 sedangkan taraf signifikan yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05 maka nilai sig 0,005 < 0,05. hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Hasil keputusan uji yaitu H0 ditolak, karena thitung > ttabel, yaitu 2,895 > 1,660 dan nilai signifikansi < 0,05 yaitu 0,005.

2) Uji F **Protected by PDF Anti-Copy Free** (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Uji F (*simultan*) digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (*independen*) bersama-sama berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (*dependen*) dan sekaligus juga menguji hipotesis kedua. Uji f dilakukan dengan menggunakan bantuan software analisis SPSS 26.

Tabel 4. 13 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40.664	3	13.555	4.142	.008 ^b
	Residual	314.176	96	3.273		
	Total	354.840	99			
a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Sistem pembayaran PayLater, Literasikeuangan						

Sumber : Hasil olah data SPSS 26,2024

Kriteria Pengujiannya :

- Jika nilai probability signifikansi $F\text{-statistic} < 0,05$, dan $F\text{ hitung} > F\text{ tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, artinya semua variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- Jika nilai probability signifikansi $F\text{-statistic} > 0,05$ dan $F\text{ hitung} < F\text{ tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak, artinya semua variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menganalisis hasil uji F pada tabel di atas, akan dihitung terlebih

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 dahulu nilai dari F tabel yaitu $df_1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$.

Sehingga diperoleh nilai tabel yaitu 2,70. Berdasarkan tabel di atas Uji F dapat diperoleh keputusan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat dilihat dari nilai signifikansi probability *F-statistic* $0,008 < 0,05$ dan Fhitung $4,142 > 2,70$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan independen meliputi literasi keuangan, Sistem Pembayaran Paylater Dan Gaya hidup memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif pada Generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen.

Tabel 4. 14 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.339 ^a	.115	.087	1.809
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Sistem pembayaran PayLater, Literasi keuangan				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber : Hasil olah data SPSS 26,2024

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa koefisien determinasi yaitu (*Adjusted R Square*) adalah sebesar 0,087 atau 8,7 % semakin besar angka *Adjusted R Square* maka akan semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Dapat disimpulkan bahwa 8,7 %

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
 variabel literasi keuangan, sistem pembayaran paylater dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumtif. Sedangkan sisanya 91,3 % dipengaruhi oleh variabel yang lain. Dielaskan oleh variabel yang tidak masuk dalam penelitian ini.



4.3 Pembahasan

H1: Diduga Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

Berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu t hitung untuk variabel literasi keuangan sebesar -1.628 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-k$ ($100-2=98$), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (-1.628) $<$ t tabel (1,660), sehingga H_0 diterima. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Literasi keuangan sendiri yaitu pengetahuan serta keterampilan dalam bidang keuangan meliputi rencana keuangan, manajemen keuangan dan pengelolaan keuangan. Dengan mempelajari literasi keuangan maka mampu membantu keahlian perorangan maupun kelompok dalam mengatur keuangan menjadi lebih baik dan tepat. Karena Semakin baik kemampuan dalam mengelola keuangannya, maka akan lebih selektif dalam membelanjakan uang tersebut sehingga dapat terhindar dari perilaku

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

konsumtif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota lubuklinggau. Hal ini menunjukkan bahwa generasi milenial sebagai responden dalam penelitian ini banyak yang memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan dengan baik dan mampu mengelola keuangannya dengan baik juga, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Lestari et al, 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan dengan mahasiswa yang memiliki pengetahuan keuangan dengan baik tidak selalu dapat mengelola keuangannya dengan baik. Sebagai contoh, mahasiswa yang sudah memiliki bekal mata kuliah mengenai literasi keuangan akan tetapi tidak dapat menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari sehingga mahasiswa tidak bisa mengendalikan pengeluarannya dan berperilaku konsumtif.

hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Winarta et al, 2019) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, bisa saja seorang dengan literasi keuangan tinggi tetap memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, dan sebaliknya. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, misalnya keadaan finansial. Seseorang dengan keadaan finansial yang kuat bisa saja memiliki literasi keuangan yang tinggi, sudah menabung uang yang dimilikinya dan juga sudah menginvestasikan

asetnya, namun masih memiliki dana sisa. Dana sisa inilah yang digunakan untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, namun hanya sekedar untuk cuci mata. Hal ini menunjukkan bahwa indikator dari literasi keuangan yang dipakai dalam penelitian ini adalah kesadaran, pengetahuan, kemampuan, sikap dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang bijak. Bisa saja seseorang yang telah memiliki kesadaran, pengetahuan, dan kemampuan yang memadai untuk mengelola finansialnya dengan baik, belum mewujudkan hal tersebut dalam bentuk aksi nyata. Seseorang bisa saja mengerti pentingnya menabung dan investasi, namun memutuskan untuk tidak melakukan kedua hal tersebut dan menggunakan dana yang ada untuk hal-hal konsumtif

H2: Diduga Sistem pembayaran PayLater berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

Berdasarkan Hasil yang diperoleh yaitu t hitung untuk variabel Sistem pembayaran PayLater sebesar -1.375 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n - k$ ($100 - 2 = 98$), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara Sistem Pembayaran PayLater terhadap perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (-1.375) $<$ t tabel (1,660), sehingga H_0 diterima. hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh antara Sistem Pembayaran PayLater dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Protected by PDF Anti-Copy Free

Fitur PayLater menjadi salah satu tren yang belakangan ini diminati oleh kalangan milenial. Beberapa perusahaan aplikasi besar gencar mempromosikan fitur ini di platform mereka yang menawarkan fasilitas kredit tanpa kartu kredit. Tidak ada kerahasiaan lagi kalau program PayLater memiliki sistem yang memiliki fitur dan manfaat yang sama persis dengan kartu kredit. Konsep dasar di balik fitur pembayaran modern ini adalah 'Beli Sekarang, Bayar Nanti'. Masyarakat didorong untuk dapat memenuhi segala keinginan dan kebutuhannya seperti berbelanja dan jalan-jalan kesana kemari tanpa harus menunggu atau memiliki cukup uang karena kini telah hadir fungsi pembayaran kartu kredit digital PayLater. Dalam artian, fitur PayLater kini menjadi pilihan pembayaran yang disukai masyarakat (Safitri, 2022).

sudah diketahui secara umum bahwa aplikasi PayLater ini memiliki kerangka kerja dengan kapasitas dan keunggulan yang hampir sama seperti kartu kredit. ide prinsip komponen angsuran saat ini adalah beli sekarang bayar nanti. PayLater termasuk sangat terkenal pesat karena mendorong inovasi sistem cicilan di para raksasa bisnis internet seperti shopee, tokopedia, traveloka, bukalapak, kredivo, akulaku, gojek dan lain sebagainya yang dapat membuat masyarakat tertarik untuk mencoba dan rasakan keuntungan dari highlight PayLater. dapat dikatakan bahwa PayLater kini telah menjadi kegemaran masyarakat milenial. Kemudahan dalam sistem pembayaran melalui paylater membuat kita terjebak dalam penggunaannya dan tidak menutup kemungkinan jika fitur tersebut nantinya menjadi bumerang bagi penggunanya. Kemudahan paylater

sebagai pilihan metode pembayaran di berpotensi mendorong perilaku konsumtif.
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

Namun, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pembayaran PayLater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Yang berarti generasi milenial yang dijadikan responden dalam penelitian ini banyak yang memahami tentang pentingnya masa depan dengan menghindari perilaku konsumtif pada pemakaian PayLater.

H3: Diduga Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau

Berdasarkan hasil yang diperoleh yaitu t hitung untuk variabel gaya hidup sebesar 2,895 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-k$ ($100-2=98$), diperoleh t tabel 1,660. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat ada pengaruh antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif, dalam hal ini t hitung (2,895) $>$ t tabel (1,660), sehingga H_0 ditolak. hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif pada generasi milenial di kota Lubuklinggau.

Gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktunya. Gaya hidup

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
mempengaruhi pembelian, kebiasaan yang berubah dan perilaku pembelian yang cenderung konsumtif. Hal ini tak terelakkan, salah satunya dikarenakan trend masa ini begitu mudah dijangkau melalui media manapun sehingga kerap tak jarang banyak yang selalu mengikuti perkembangan trend demi mendapatkan status dan kelas sosial. Seperti saat mereka menggunakan produk terbaru yang mahal maka akan ada kemungkinan banyak mata yang memandang dan memuji gaya busana mereka. Peristiwa ini akan memberikan mereka kepuasan tersendiri sehingga cukup banyak orang yang mengikuti trend demi sebuah pujian dan strata sosial.

Hasil penelitian ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Ngampus et al, 2023; Restike et al, 2024; Putra & Sinarwati, 2023; Rahmawati & Mirati, 2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif artinya semakin baik gaya hidup maka perilaku konsumtif semakin baik dalam perkembangannya.

Hasil kajian ini juga selaras dengan konsep theory of planned behavior (TPB) yang menunjukkan bahwa penerapan gaya hidup yang tinggi berimplikasi pada perubahan sikap generasi milenial Kota Lubuklinggau yang menjadi lebih konsumtif. Generasi milenial sangat sulit untuk tidak mengikuti trend yang mendominasi setiap lini kehidupan. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik responden generasi milenial dengan rentang usia 23 sampai 39 tahun, yang diketahui memiliki ruang lingkup

lebih luas berkaitan dengan mode atau trend dalam kehidupan bermasyarakat sehingga memicu kecenderungan mengikuti.

H4: Diduga Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran PayLater Dan Gaya Hidup Berpengaruh Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial di Kota Lubuklinggau.

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan, sistem pembayaran paylater dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif pada Generasi milenial di Kota lubuklinggau. Dapat dilihat dari nilai Fhitung 4,142 > Ftabel 2,70 dengan signifikansi probability *F-statistic* 0,008 < 0,05. fenomena gaya hidup dalam perilaku keuangan dikalangan milenial, yang mengakibatkan milenial banyak yang mengikuti zaman dengan gaya hidup kekinian atau hedonisme akan tetapi minim literasi keuangan yang diterapkan. Hedonisme ini merupakan sifat seseorang untuk perilaku hidup mewah. Adanya kehidupan hedonisme ini dikalangan milenial dapat terlihat dari kehidupan sehari-hari seperti sering berfoya-foya seperti suka jalan-jalan, beli gadget, nongkrong di cafe, belibarang branded dengan harga selangit, beli kopi mahal untuk posting instagram. Apalagi ditunjang dengan adanya fitur PayLater yang memudahkan dalam bertransaksi saat ini sehingga menyebabkan perilaku konsumtif.

Gaya hidup merupakan sesuatu yang tidak akan dapat dipisahkan dalam kehidupan masyarakat karena tanpa disadari pergaulan, lingkungan, serta kebiasaan orang yang ada disekitar kita akan sangat mempengaruhi gaya hidup kita. Selain kepribadian seseorang dan lingkungan yang ada

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

disekitarnya faktor yang sangat mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah penghasilan yang dimilikinya dan pengetahuan tentang literasi keuangan yang mereka miliki. Gaya hidup yang cenderung konsumtif adalah pola hidup seseorang yang ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa batas, dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta ditunjukkan dalam pembelian atau penggunaan produk mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik tanpa memikirkan masa depan.

Gaya hidup yang berlebihan atau mengikuti tren maka akan ditakutkan akan mengalami kesulitan ekonomi untuk pengelolaan keuangan dimasa depan. Oleh sebab itu setiap individu harus bisa menyamaratakan gaya hidup dan pemahaman literasi keuangan agar terhindar terjadinya perilaku konsumtif yang akan merugikan.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan penelitian (putri & Priantilianingtiasari, 2023) yang menerangkan bahwa secara simultan literasi keuangan, penggunaan shopee PayLater dan life style berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti bahwa ketiga variabel membuat taraf perilaku konsumtif menjadi meningkat.

A. Kesimpulan



Berdasarkan hasil analisis maka dalam penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial dikota lubuklinggau dengan nilai t-statistik -1,628 dan nilai signifikansi $0.107 > 0.05$.
2. Sistem Pembayaran Paylater tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai t-statistik -1,375 dan nilai signifikansi $0.172 > 0.05$.
3. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan nilai t-statistik 2.895 dan nilai signifikansi $0.005 < 0.05$.
4. literasi keuangan, sistem pembayaran paylater dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan dengan secara simultan terhadap variabel dependen perilaku konsumtif pada Generasi milenial di Kota lubuklinggau. Dapat dilihat dari nilai Fhitung $4,142 > Ftabel 2,70$ dengan nilai signifikansi probability F-statistic $0,008 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian diatas, peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan didalam penulisan ini. Untuk itu, peneliti memberikan saran untuk menjadi bahan pertimbangan sebagai bentuk

penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian yang serupa. Beberapa saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Generasi Milenial



- a. Untuk para Generasi Milenial agar selalu bisa dan mampu mengelola keuangannya dengan baik, benar dan tidak boros.
- b. Untuk para Generasi Milenial agar lebih memperhatikan literasi-literasi keuangan yang dapat menunjang pengelolaan keuangan dengan baik.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk para peneliti selanjutnya, sebaiknya memperluas variabel penelitian sehingga memperoleh informasi yang lebih lengkap tentang perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Lubuklinggau.

3. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan tambahan referensi bagi pihak akademik Universitas Bina Insan maupun mahasiswa lainnya sebagai bahan acuan penelitian selanjutnya yang membahas terkait dengan perilaku konsumtif. Sehingga diharapkan dapat memperluas dan meningkatkan pengetahuan mahasiswa.

- A'yunina, Putri Hayati. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Ntt Di Surakarta.
- Adinda Syahla. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan E-Commerce Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Akuntansi Di Universitas Lampung. [Http://Digilib.Unila.Ac.Id/75063/](http://Digilib.Unila.Ac.Id/75063/)
- Amri, A. D., Fattahillah, A. Al, Amanda, C., Putri, H. T. M., Adila, N., & Alkautsar, P. S. (2023). Pengaruh Penggunaan Paylater Terhadap Sikap Konsumtif Mahasiswa Universitas Jambi Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 227. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3168>
- Angelista, F. D., Anggraini, L. D., & Putri, A. U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Pengguna Shopee Paylater. *Journal Of Trends Economics And Accounting Research*, 4(3), 696–705. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i3.1197>
- Anggraeni, N. P. N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Di Indonesia. *Jpek (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625–639. <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.21450>
- Ardiyanti, R., & M. Oktaviannur. (2024). The Influence Of Paylater Use And Lifestyle On Consumptive Behavior In Bandar Lampung City. *International Journal Of Economics, Business And Innovation Research (Ijebir)*, Vol. 3 No(Vol. 3 No. 02 (2024): *International Journal Of Economics, Business And Innovation Research (Ijebir)*), 983–989.
- Armelia, Y., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 418. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Azhari, Dina Aunu Rahmah. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dangaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Batanghari Jambi.
- Azizah, Nurul Safura. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01, 92–101. <https://doi.org/10.1558/ecotheology.v9i1.124>

- Baroroh. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Santri Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. Skripsi. [https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Eprint/11062/1/Full Skripsi.Pdf](https://Eprints.Walisongo.Ac.Id/Eprint/11062/1/Full%20Skripsi.Pdf)
- Boy Singgih Gitayuda, M. (2020). Manajemen Keuangan Perspektif Financial Management Behavior Pada Mahasiswa. <https://tubuklinggaukota.bps.go.id>
- Bps Kota Lubuklinggau , <https://tubuklinggaukota.bps.go.id>
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(03), 1905–1915.
- Dilasari, Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang. *Jass (Journal Of Accounting For Sustainable Society)*, 2(02), 56–77. <https://doi.org/10.35310/Jass.V2i02.671>
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/Equilibrium.V16i1.805>
- Hs, S., & Lestari, A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430. <https://doi.org/10.55927/Mudima.V2i5.396>
- Indriani, D. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa Di Kota Medan. 1–118.
- Julita, E., B, I., & Yustati, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2953. <https://doi.org/10.29040/Jiei.V8i3.6775>
- Karo-Karo, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prof. Dr. Moestopo (Beragama). 1–151.
- Kartika, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Man 5 Bogor). Skripsi Pada Uin Syarif Hidayatullah Jakarta, 1–194.
- Khaerunisa, R. (2024). Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi Iain Syekh Nurjati Cirebon) Kementrian Agama Republik Indonesia Institut Agama Islam Negeri (Iain) Syekh Nurjati Cirebon 1445 H / 2024 M.
- Kurnia, Goso, G., & Halim, M. (2023). Pengaruh Fintech (Paylater), Literasi

Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.
 Seiko : Journal Of Management & Business, 6(1), 704–711.
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
<https://doi.org/10.37531/Sejaman.V6i1.3996>

- Kusumawati, D. (2023). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, Dan Motivasi Uang Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Indonesia Dan Dampaknya Terhadap Penggunaan Paylater.
- Leonita, D., & Wulandari, S. (2024). Pengaruh Fitur Shopee Paylater, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Di Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Pelita Bangsa Progam Studi Manajemen Angkatan 2020). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(02), 554–566. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V13i02.33657>
- Maulani, S. (2016). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Aktif Semester Genap Tahun 2015/2016). *Economic Education Analysis Journal*, 1(1), 1–18.
- Meylina, P. Z. E. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Mataram. *Ekonomi, Fakultas Bisnis, D A N Alauddinmakassar, U I N*, 113–134.
- Musdalifah. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Pancur Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir). <https://dataindonesia.id/sector-riil/detail/angka-konsumsi-ikan-ri-naik-jadi-5648-kgkapita-pada-2022>
- Ngampus, W., Telagawathi, N. L. W. S., & Yudiaatmaja, F. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 10(3), 971–985.
- Noviani, A. D. E. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Manajemen Universitas Islam Riau.
- Nurjanah, S., Mukhtar, S., Ulfatmi, E., & Triningsih, N. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *Parameter: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/Parameter.312.05>
- Ojk. (2021). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Snlki) 2021 - 2025. [Ojk.Go.Id, 1–130. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/strategi-nasional-literasi-keuangan-indonesia-2021-2025.aspx](https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/pages/strategi-nasional-literasi-keuangan-indonesia-2021-2025.aspx)
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, & Rahman. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9, 1–11.

<https://ejournal.unneska.ac.id/index.php/jis/article/view/68587>

- (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *Journal of Business and Management*, 6(2), 1498–1508. <https://doi.org/10.33395/jbm.v6i2.777>
- Purnamasari, E., Astuti, R. D., S., Supaya, S., & Nastiti, A. P. (2024). Analysis Of The Influence Of Financial Literacy, Risk Perceptions, And Lifestyle On Transaction Decisions Through Fintech Payment Paylater On Students In The City Of Semarang. *Ijebir International Journal Of Economics Business And Innovation Research*, 3(1), 77–87.
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Putri, A. L., & Priantilianingtiasari, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Al-Kharaj: *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 1245–1261. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3740>
- Putri, W. D., Fontanella, A., & Handayani, D. (2023). Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 51–72. <https://doi.org/10.30630/jam.v18i1.213>
- Putriyani, P. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perpektif Islam Dengan Pengendalian Diri Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Siswa Kelas Xi Sma It Bina Amal). <https://lib.unnes.ac.id/29614/1/7101413025.pdf>
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Jaf- Journal Of Accounting And Finance*, 3(1), 46. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Rahima, P., & Cahyadi, I. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30812/target.v4i1.2016>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Milenial. *Prosiding Snam Pnj*, 1–10.
- Raihani, R. (2023). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater, Purchase Intention Dan Spirituality Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pengguna E- Commerce Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Uin Walisongo Semarang). <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/Nbk558907/>

- Ramadanti, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Fitur Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Uin Raden Intan Lampung Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. [Http://Repository.Radenintan.Ac.Id/21127/%0ahttp://Repository.Radenintan.Ac.Id/21127/1/Skripsi Bab 5.Pdf](http://Repository.Radenintan.Ac.Id/21127/%0ahttp://Repository.Radenintan.Ac.Id/21127/1/Skripsi%20Bab%205.Pdf)
- Restike, K. P., Presasti, D., F. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Impulsif, dan Gaya Hidup Terhadap Penggunaan Shopee Paylater Gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113. <https://doi.org/10.24167/Jab.V22i1.11609>
- Rimbano, D., Sardiyono, F., Famalika, A., Nadziro, N., & Diana, Henny Satria. (2022). Metodologi Penelitian. In Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (Prci).
- Rinati, A. E. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Kedokteran Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. 1–93.
- Safitri, N. R. (2022). Sistem Shopee Paylater Dalam Pembayaran Jual Beli Online Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri.
- Saragih, F. I., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Adanya Paylater Di Kalangan Remaja Di Sumatera Utara. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen*, 1(4), 191–198. <https://doi.org/10.30640/Inisiatif.V1i4.526>
- Setiadi, D. (2024). Analisis Dampak Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Iain Metro. [Http://Repository.Metrouniv.Ac.Id/Id/Eprint/9217/%0ahttp://Repository.Metrouniv.Ac.Id/Id/Eprint/9217/1/Skripsi Dian Setiadi - 1903021019 - Pbs.Pdf](http://Repository.Metrouniv.Ac.Id/Id/Eprint/9217/%0ahttp://Repository.Metrouniv.Ac.Id/Id/Eprint/9217/1/Skripsi%20Dian%20Setiadi%20-%201903021019%20-%20Pbs.Pdf)
- Setiawati, D. E., & Alam, Iskandar Ali. (2024). The Effect Of Income And Financial Literacy On The Consumptive Behavior Of Shopee Paylater Users In Generation Z In Bandar Lampung City. 3(3), 84–95.
- Sofyan, M., & Andrayanti, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen Stiami). *Indonesian Journal Of Finance And Strategy Inside*, 3(1), 67–74. <https://doi.org/10.53363/Yud.V3i1.61>
- Suciana, A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Finansial Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Uin Suska Riau. Skripsi. <https://medium.com/@Arifwicaksanaa/Pengertian-Use-Case-A7e576e1b6bf>
- Utomo, Sulisty Budi, Hamka, Burhanuddin, Yuliantina, D., & Munizu, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 1(02), 1–10.
- Wardani, Eka Widayau, & Th, M. (2017). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi

Protected by PDF Anti-Copy Free
 Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Fakultas
 Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- Wulandari, R. Tri, & Damayanti, S. M. (2022). The Importance Of Digital Financial Literacy To Anticipate Impulsive Buying Behavior In Buy-Now-Pay-Later Mode. *International Journal Of Business And Economy (Ijbec)*, 4(3), 170–182.
[Http://Myjms.Mohe.Gov.My/Index.Php/Ijbecjournalwebsite](http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbecjournalwebsite):[Http://Myjms.Mohe.Gov.My/Index.Php/Ijbec](http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijbec)
- Yuliani, V. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Intentitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna Shopee Paylater.
- Zuliyansah, Z., Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Motekar: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 31–43.
[Https://Doi.Org/10.57235/Motekar.V2i1.2115](https://doi.org/10.57235/Motekar.V2i1.2115)

Protected by PDF Anti-Copy Free

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

KUESIONER PENELITIAN

**Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran
Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku
Konsumtif Pada generasi milenial dikota Lubuklinggau**

Yth. Saudara/saudari Responden
Di Tempat,

Dengan hormat,

Perkenalkan saya Annisah Tata Hastina mahasiswa Fakultas Ilmu Ekonomi Dan Sosial Humaniora, Universitas Bina Insan Jurusan Manajemen. saat ini saya sedang melakukan pengumpulan data untuk penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir saya yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Sistem Pembayaran Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Lubuklinggau” bersama dengan ini saya melampirkan kuesioner penelitian untuk mengumpulkan data terkait penelitian tersebut. Mohon kesediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan sebenar-benarnya guna kelancaran penelitian saya. Adapun hasil dari kuesioner ini akan digunakan sebagai bahan penyusunan penulisan tugas akhir.

Semua informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja. Jika ada pertanyaan dapat menghubungi saya melalui *whatsapp:me/081541160050*.

Saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan saudara/saudari yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan pengisian kuesioner ini.

Hormat Saya,

Annisah Tata Hastina

I. IDENTITAS RESPONDEN

Protected by PDF Anti-Copy Free

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

- Nama :
- Usia :
- Jenis kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
- Pekerjaan
 - Mahasiswa
 - Wiraswasta
 - PNS
 - Lainnya
- Penghasilan/uang saku perbulan
 - < 1.000.000
 - 1.000.000 – 2.000.000
 - 2.000.000– 3.000.000
 - > 3.000.000
- Apakah anda menggunakan PayLater ?
 - Ya
 - Tidak



II. PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda Checklist (√) pada salah satu jawaban yang telah disediakan pada pernyataan yang terdapat pada kuesioner. Adapun 4 pilihan jawaban yang wajib diisi salah satu oleh responden, sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju (5 point)

S = Setuju (4 point)

KS = Kurang Setuju (3 point)

TS = Tidak Setuju (2 point)

STS = Sangat Tidak Setuju (1 point)

III. DAFTAR PERNYATAAN

Protected by PDF Anti-Copy Free

A. Literasi Keuangan

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya memiliki pengetahuan yang baik tentang keuangan					
2	Saya menggunakan perencanaan keuangan untuk mempertimbangkan biaya pengeluaran sehari-hari					
3	Saya selalu membuat penganggaran untuk pengeluaran minggu/bulan depan					
4	Saya selalu membandingkan dengan cermat harga produk sebelum membelinya					
5	Saya selalu menyisihkan uang yang saya punya					
6	Saya menggunakan bank untuk menyimpan tabungan					
7	Saya mengetahui tujuan asuransi untuk perlindungan akibat risiko yang tak terduga					

B. Sistem Pembayaran PayLater

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya telah lama menggunakan PayLater					
2	Saya berminat menggunakan PayLater karena mudah dipelajari					
3	Saya berminat menggunakan PayLater karena tidak membutuhkan waktu yang lama dalam penggunaannya					
4	Saya berminat menggunakan PayLater karena memudahkan dalam bertransaksi ketika kita tidak memegang uang					
5	Saya berminat menggunakan PayLater karena memiliki pengendalian yang baik					

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	dalam melindungi data pribadi saya					
6	Walaupun terdapat resiko finansial, saya tetap menggunakan PayLater					
7	Saya berminat menggunakan PayLater karena banyak penawaran promo yang menarik					

C. Gaya Hidup

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya sering berbelanja dan jalan-jalan karena merupakan kegiatan yang saya sukai					
2	Saya membeli produk mahal untuk menjaga <i>image</i> diri saya					
3	Saya membeli baju yang bermerek untuk menjaga gengsi					
4	Saya biasa membeli produk mahal agar tampil percaya diri					
5	Saya lebih memilih membeli barang import bermerk (<i>branded</i>) yang mahal					
6	Saya biasa berbelanja online karena sangat memudahkan					
7	Saya suka berbelanja online dengan dua produk sejenis tetapi dengan harga yang berbeda					

D. Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	SS (5)	S (4)	KS (3)	TS (2)	STS (1)
1	Saya membeli barang/jasa karena iming-iming diskon					
2	Saya membeli barang atau jasa karena kemasan menarik					

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

3	Saya membeli barang atau jasa untuk menjaga penampilan diri dan gengsi					
4	Saya membeli barang atau jasa karena simbol status					
5	Saya membeli barang atau jasa karena mengidolakan model yang ada					
6	Saya selalu membeli barang atau jasa yang sedang menjadi trending topik					
7	Saya selalu membeli produk terbaru supaya tidak ketinggalan trend					

Lampiran 2 Data Responden

No	Nama	Usia	L/P	Pekerjaan	Penghasilan	Pengguna PayLater
1	Tia Purbo Lestari	25	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
2	Lilis Purwo Ningsih	28	P	Wiraswasta	>3.000.000	Ya
3	Bagus Pramana Putra	23	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
4	Rian Kusnadi	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
5	Fredy Sugara	25	L	PNS	2.000.000-3.000.000	Ya
6	Bayu	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
7	Kikim Sambora	26	L	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
8	Akbar	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
9	Rahmad Juliansyah	24	L	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
10	Edgar adi Wibawa	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
11	Hadi Prayitno	37	L	Wiraswasta	>3.000.000	Ya
12	Meidina	25	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
13	Ari Jasuma	26	P	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

14	Yanti	24	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
15	Dwi Setiawan	26	P	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
16	Mardan	32		Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
17	Bambang	28		Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
18	Dimas Sanjaya	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
19	Kelvin Febrian	24	L	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
20	Dendatra	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
21	Desti Yuliana	28	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
22	Aida R	26	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
23	Trimojoyo	25	L	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
24	Heri Seprian	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
25	Sandi Cristian	23	L	Lainnya	<1.000.000	Ya
26	Alwing	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
27	Eddo	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
28	Purwanto	27	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
29	Wahrisupra Yogi	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
30	Aprianto	26	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
31	Rivaldo	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
32	Siska Muhartini	24	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
33	Elli Nuriya	23	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
34	Marpiyansah	29	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
35	Jumari	25	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
36	Nimas	26	P	Lainnya	2.000.000-	Ya

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	Galuh				3.000.000	
37	Risky Yolanda	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
38	Anggun Indah Sari	24		Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
39	Erliza Yanda P.	23		Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
40	Era Raesita A	24	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
41	Wawan	27	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
42	Indra Darmawan	26	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
43	Singgih	29	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
44	Yudi	31	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
45	Ariono	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
46	Sudarwadi	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
47	dadang	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
48	Dila Permata Sari	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
49	Yolanda	24	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
50	Siti Komariah	23	P	Mahasiswa	1.000.000-2.000.000	Ya
51	Bastari	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
52	Ferdiansyah	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
53	Aditia	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
54	Putra Sembada	23	L	Mahasiswa	1.000.000-2.000.000	Ya
55	Rismayani	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
56	Komala S	29	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
57	Rina Indriani	24	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
58	Meli	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

59	Mayang Sari	24	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
60	Febriansyah	28	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
61	Robby	25		Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
62	Diki	24		Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
63	Mahi	26	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
64	Yusup	28	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
65	Rio Pratama	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
66	Aldi	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
67	Ahmad Farhan	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
68	Andreas	23	L	Mahasiswa	1.000.000-2.000.000	Ya
69	Ryan Contesa	23	L	Mahasiswa	1.000.000-2.000.000	Ya
70	Raihan	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
71	Eka	25	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
72	Maharani	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
73	Rahma Dewi	29	P	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
74	Yudi Nugroho	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
75	Joko	24	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
76	Siswono	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
77	Adison	30	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
78	Yuni	26	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
79	Anggita	23	P	Mahasiswa	1.000.000-2.000.000	Ya
80	Della Revica	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
81	Ardi	26	L	Wiraswasta	2.000.000-	Ya

Protected by PDF Anti-Copy Free
 (Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

	Sampurna	Ya				
82	Nanda Saputra	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
83	Peni	24		Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
84	Lilis	27		Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
85	Rika Absari	28	P	PNS	2.000.000-3.000.000	Ya
86	Indiki Harianto	23	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
87	Zefanya	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
88	Ringga Vinando	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
89	Zahra Apipi	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
90	Alda Pratama	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
91	Candra Ramadhan	32	L	Wiraswasta	>3.000.000	Ya
92	Sandi Kurniawan	25	L	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
93	Rendra	28	L	Wiraswasta	2.000.000-3.000.000	Ya
94	Haptato	24	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
95	Sofyan haidir	27	L	Wiraswasta	1.000.000-2.000.000	Ya
96	Rumi	25	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
97	Dita Pramudia	25	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
98	Nurul Alfi Sahrinniati	25	P	Lainnya	2.000.000-3.000.000	Ya
99	Ella Feriyanti	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya
100	Elli Feriyani	23	P	Lainnya	1.000.000-2.000.000	Ya

Lampiran 3 Tabulasi Data **Protected by PDF Anti-Copy Free**

a. Literasi keuangan (X1) **(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)**

No	Literasi Keuangan (X1)							Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	5	4	4	4	4	4	4	30
2	5	5	4	4	4	5	4	31
3	4	4	4	5	4	3	4	28
4	4	4	4	5	4	4	4	29
5	4	4	4	4	3	4	4	27
6	5	4	4	4	5	3	4	29
7	4	4	4	4	5	3	4	28
8	4	4	4	4	3	4	4	27
9	4	4	4	4	3	4	4	27
10	5	4	4	4	5	4	4	30
11	5	4	4	4	5	4	2	28
12	4	2	3	4	4	4	2	23
13	4	3	2	4	4	4	3	24
14	5	4	4	5	4	3	2	27
15	5	4	4	5	4	4	3	29
16	4	4	4	5	4	3	3	27
17	5	4	4	5	4	3	2	27
18	4	4	4	5	3	4	3	27
19	4	4	4	4	3	3	2	24
20	4	4	5	4	4	4	2	27
21	4	4	5	4	3	3	3	26
22	5	5	4	4	4	3	4	29
23	4	5	4	4	5	3	4	29
24	5	4	4	4	5	3	4	29
25	4	4	4	4	4	3	4	27
26	5	4	4	4	4	3	4	28
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	5	4	4	4	4	4	4	29
29	4	2	2	4	4	4	3	23
30	5	3	2	5	5	4	4	28
31	4	3	3	4	5	4	3	26
32	4	4	3	5	4	4	4	28
33	4	4	3	4	4	4	4	27
34	4	4	4	5	4	2	4	27
35	4	5	4	4	5	4	4	30
36	4	5	4	4	5	3	4	29
37	4	5	4	4	4	2	4	27
38	5	4	4	4	4	3	3	27

	Protected by PDF Anti-Copy Free							
39	5	4	4	4	5	2	4	28
40	(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)							29
41	4	4	4	4	4	2	4	26
42	4	5	5	5	4	4	3	29
43	4	5	5	5	5	3	4	30
44	5	4	5	5	4	4	4	30
45	5	4	4	4	4	3	4	28
46	5	5	4	4	4	4	4	30
47	5	5	4	5	5	3	4	31
48	5	5	4	5	3	4	4	30
49	5	5	4	5	3	3	4	29
50	4	5	5	4	3	4	4	29
51	4	3	3	4	4	4	4	26
52	4	4	3	4	4	3	4	26
53	4	4	4	4	3	3	3	25
54	4	4	4	4	4	3	4	27
55	4	4	4	4	4	3	3	26
56	5	4	4	4	3	2	4	26
57	4	4	4	4	4	3	3	26
58	5	4	4	4	3	4	4	28
59	5	4	4	5	4	3	3	28
60	5	4	4	5	3	4	4	29
61	4	4	4	4	4	3	3	26
62	5	4	4	4	4	2	4	27
63	4	4	4	4	4	3	4	27
64	5	4	4	4	3	3	4	27
65	4	4	4	4	4	3	4	27
66	5	3	3	3	4	3	4	25
67	4	5	3	3	4	4	4	27
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	4	5	4	4	5	3	4	29
70	5	5	4	4	5	3	4	30
71	5	4	4	4	5	4	4	30
72	5	4	4	4	4	3	4	28
73	4	4	4	4	4	2	3	25
74	4	4	4	4	5	2	4	27
75	5	4	4	4	4	2	3	26
76	4	3	4	3	4	4	4	26
77	4	4	4	4	4	2	3	25
78	4	4	5	4	4	4	4	29
79	4	4	4	4	4	4	3	27
80	4	5	4	4	5	4	4	30
81	5	5	4	4	5	4	3	30

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

82	5	4	4	4	3	4	29
83	5	4	4	4	2	3	27
84	4	3	2	4	4	3	24
85	4	5	4	4	3	3	27
86	4	5	4	4	2	4	27
87	4	5	4	4	2	3	26
88	4	4	4	4	4	4	28
89	5	4	4	2	4	3	25
90	4	5	4	2	4	2	25
91	4	5	4	4	4	4	29
92	4	3	3	2	4	3	23
93	5	4	4	2	3	4	26
94	5	4	4	3	4	4	28
95	4	4	4	3	5	4	28
96	5	4	4	4	4	3	28
97	4	4	4	4	3	4	27
98	5	4	4	4	3	4	28
99	4	4	4	4	3	3	26
100	4	4	4	5	4	3	28

b. Sistem pembayaran PayLater

No	Sistem Pembayaran PayLater (X2)							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	5	4	4	4	4	3	5	29
2	4	4	4	5	4	4	4	29
3	4	4	4	5	4	4	4	29
4	5	4	4	4	4	4	4	29
5	4	4	4	5	4	4	4	29
6	5	4	4	4	4	4	4	29
7	4	4	4	5	4	4	4	29
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	5	4	4	4	29
10	5	4	4	4	4	4	4	29
11	4	4	4	5	3	3	4	27
12	4	4	3	5	4	4	4	28
13	4	4	3	5	4	4	4	28
14	4	4	4	5	4	4	4	29
15	5	4	3	5	4	3	4	28
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	4	4	3	5	3	4	4	27
18	4	4	3	4	3	4	4	26
19	4	4	3	4	4	4	4	27

Protected by PDF Anti-Copy Free								
20	4	4	3	5	4	4	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	5	4	4	5	3	3	4	28
23	5	4	4	4	3	3	4	27
24	5	4	4	4	3	4	4	29
25	5	4	4	4	4	4	4	30
26	5	4	4	4	4	4	4	30
27	5	4	3	5	4	4	4	29
28	4	4	4	5	3	4	4	28
29	4	4	3	4	4	4	4	27
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	4	4	3	5	4	4	4	28
32	4	4	4	5	4	4	4	29
33	3	4	3	4	4	4	4	26
34	4	4	4	5	3	4	4	28
35	3	4	3	4	4	3	4	25
36	4	4	4	5	4	4	4	29
37	3	4	3	4	3	4	4	25
38	4	4	4	5	3	4	4	28
39	3	4	4	5	4	4	4	28
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	4	4	4	5	3	4	4	28
42	4	4	4	5	4	4	4	29
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	4	4	4	5	4	4	4	29
45	3	4	4	4	3	3	4	25
46	3	4	4	5	3	4	4	27
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	3	5	4	4	4	28
49	3	4	3	4	3	3	4	24
50	4	4	3	5	3	3	4	26
51	3	4	4	5	4	3	4	27
52	4	4	4	5	4	3	4	28
53	4	4	4	5	3	3	4	27
54	3	4	3	5	3	4	4	26
55	4	4	4	4	3	3	4	26
56	4	4	3	5	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	4	4	3	5	4	4	4	28
59	4	4	4	4	4	3	4	27
60	4	4	3	5	3	3	4	26
61	4	4	4	4	4	3	4	27
62	4	4	3	5	4	4	4	28

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

63	4	4	4	5	4	4	4	29
64	4	4	4	5	4	4	4	29
65	4	4	4	4	4	4	4	28
66	4	4	5	4	4	4	4	29
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	4	4	3	4	4	27
69	4	4	4	4	3	4	4	27
70	4	4	3	4	3	3	4	25
71	4	4	4	4	4	3	4	27
72	3	4	3	4	3	4	4	25
73	4	4	4	5	3	3	4	27
74	3	4	3	4	4	3	4	25
75	4	4	4	5	4	3	4	28
76	3	4	3	4	3	3	4	24
77	4	4	4	5	4	3	4	28
78	4	4	3	4	4	4	4	27
79	5	5	4	5	4	4	5	32
80	4	4	3	4	4	4	4	27
81	4	4	4	5	4	4	4	29
82	4	5	4	4	4	4	5	30
83	4	4	3	5	4	4	4	28
84	4	4	4	3	3	3	4	25
85	4	4	4	4	4	3	4	27
86	4	4	3	4	3	3	3	24
87	4	4	4	5	4	4	4	29
88	4	4	3	5	4	3	4	27
89	4	5	4	5	4	3	4	29
90	4	4	4	5	4	3	4	28
91	4	4	4	5	4	4	4	29
92	4	4	4	4	3	4	4	27
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	4	4	3	4	4	4	27
95	4	4	4	4	4	3	3	26
96	4	3	4	4	4	3	4	26
97	4	3	4	4	4	3	3	25
98	4	4	4	3	4	4	4	27
99	4	4	3	4	4	4	4	27
100	4	3	4	4	3	4	4	26

c. Gaya Hidup (X3) **Protected by PDF Anti-Copy Free**

(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

No	Gaya Hidup (X3)							Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
1	4	3	4	4	3	5	4	26
2	4	2	4	4	3	4	4	25
3	4	4	4	4	3	4	4	26
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	3	4	3	4	4	26
6	5	3	4	4	3	4	4	27
7	4	3	4	4	3	4	4	26
8	3	4	4	4	3	4	4	26
9	4	4	4	4	3	4	4	27
10	4	3	4	3	4	4	3	25
11	4	3	2	3	4	4	3	23
12	3	3	2	4	4	4	3	23
13	4	4	2	3	4	4	4	25
14	4	4	4	5	4	4	3	28
15	4	4	3	4	4	4	3	26
16	4	4	2	4	4	4	4	26
17	4	4	1	3	3	4	4	23
18	3	3	2	4	4	4	3	23
19	4	3	4	4	3	4	3	25
20	3	3	3	4	4	4	2	23
21	3	4	5	4	3	4	2	25
22	3	4	4	4	3	4	3	25
23	3	4	4	4	3	4	4	26
24	3	3	4	4	3	4	3	24
25	3	4	4	4	3	4	3	25
26	3	5	4	4	4	4	3	27
27	4	4	3	4	4	4	3	26
28	3	3	2	4	3	4	4	23
29	4	4	4	4	5	4	4	29
30	3	4	2	4	4	4	4	25
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	3	3	3	4	3	4	4	24
33	4	4	5	4	4	4	4	29
34	3	3	4	4	4	4	4	26
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	3	4	5	5	4	4	4	29
37	4	3	4	4	4	4	4	27
38	4	4	2	4	4	4	4	26
39	4	4	3	4	4	4	4	27

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

40	4	4	2	4	4	4	4	26
41	4	4	3	4	4	4	4	27
42	3	4	3	4	4	4	4	26
43	4	4	4	2	4	4	4	25
44	4	3	4	3	4	4	4	26
45	4	3	4	3	4	4	4	25
46	3	4	4	3	4	4	4	23
47	4	4	3	4	4	4	4	27
48	3	3	2	4	3	4	4	23
49	4	3	3	4	3	4	3	24
50	3	3	2	4	3	4	4	23
51	4	3	1	4	4	4	3	23
52	4	3	2	4	3	4	4	24
53	4	3	1	4	4	4	2	22
54	4	4	2	4	3	4	3	24
55	4	4	1	4	4	4	2	23
56	4	4	1	4	3	4	3	23
57	4	4	1	4	4	4	4	25
58	4	4	2	4	3	4	3	24
59	4	4	2	4	3	4	4	25
60	4	4	2	4	4	4	3	25
61	4	3	3	4	4	4	2	24
62	4	3	1	4	3	4	4	23
63	4	3	1	4	4	4	3	23
64	4	3	1	4	3	4	4	23
65	4	3	2	4	3	4	2	22
66	4	3	3	4	3	4	3	24
67	4	4	1	4	3	4	4	24
68	4	4	1	4	4	4	4	25
69	4	4	3	4	3	4	4	26
70	4	4	2	4	3	4	4	25
71	4	4	3	4	3	4	4	26
72	4	4	2	4	4	4	4	26
73	4	4	4	4	4	4	2	26
74	4	4	2	4	4	4	4	26
75	4	4	4	3	4	4	2	25
76	4	4	4	3	4	4	4	27
77	4	4	2	4	4	4	3	25
78	3	4	1	4	4	4	3	23
79	3	4	2	4	4	4	2	23
80	3	4	2	4	3	4	2	22
81	3	4	2	4	3	4	2	22
82	3	3	3	4	3	4	4	24

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

83	3	3	2	4	3	4	4	23
84	3	4	2	4	3	4	3	23
85	4	4	2	4	4	4	4	26
86	4	3	3	3	4	3	3	23
87	4	3	3	3	3	3	3	22
88	4	3	4	4	4	2	2	23
89	4	3	3	3	3	2	2	20
90	4	3	2	4	2	3	2	20
91	3	3	2	4	4	4	2	22
92	3	3	4	4	4	4	3	25
93	3	4	4	4	3	4	4	26
94	3	3	4	4	2	4	4	24
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	4	3	3	4	2	4	3	23
97	4	3	2	4	4	4	4	25
98	4	4	3	4	3	4	3	25
99	4	3	2	4	2	3	3	21
100	4	4	2	4	3	4	3	24

d. Perilaku Konsumtif

No	Perilaku Konsumtif (Y)							Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	
1	5	4	3	2	3	4	3	24
2	4	3	1	2	3	4	4	21
3	4	3	3	1	3	4	5	23
4	4	4	2	3	4	4	5	26
5	4	4	3	3	3	4	4	25
6	4	4	3	2	4	4	5	26
7	4	4	3	3	4	5	4	27
8	4	3	3	2	3	4	4	23
9	4	3	4	3	4	4	4	26
10	4	3	4	3	3	5	3	25
11	4	3	4	4	4	4	4	27
12	4	4	4	4	3	4	4	27
13	4	4	4	4	4	4	4	28
14	3	3	4	3	3	4	4	24
15	3	3	4	3	4	5	4	26
16	3	3	3	4	4	5	4	26
17	4	3	3	3	4	5	3	25
18	4	4	4	4	4	5	5	30
19	4	3	4	3	4	4	5	27
20	4	4	3	4	3	3	4	25
21	3	3	4	3	4	3	4	24
22	4	4	3	2	3	5	5	26
23	4	3	4	3	4	4	3	25
24	4	4	3	2	3	4	4	24

Protected by PDF Anti Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

25	4	4	4	2	3	3	3	24
26	4	4	4	3	4	3	3	25
27	4	3	4	2	3	4	5	25
28	4	4	4	2	4	3	4	25
29	4	3	3	3	3	5	5	26
30	4	3	3	4	4	3	4	24
31	4	3	3	3	3	4	5	26
32	4	4	3	4	4	3	4	26
33	4	3	4	3	3	5	5	27
34	4	3	2	3	4	4	5	25
35	4	4	3	3	3	3	5	25
36	4	3	3	3	4	5	3	25
37	4	3	4	3	3	5	4	26
38	4	4	3	3	4	5	5	28
39	3	3	4	3	3	5	4	25
40	4	4	2	3	4	4	5	26
41	3	3	3	3	3	5	3	23
42	4	4	2	3	4	4	3	24
43	3	4	3	3	4	5	4	26
44	3	4	2	3	4	4	4	24
45	3	4	4	3	4	5	4	27
46	4	4	3	3	4	4	4	26
47	4	4	2	3	3	4	4	24
48	4	4	3	3	4	4	4	26
49	4	3	4	2	3	4	4	24
50	4	3	3	2	4	5	4	25
51	4	3	4	2	3	4	4	24
52	4	3	2	2	4	5	4	24
53	4	4	2	3	3	5	4	25
54	4	4	4	2	4	4	5	27
55	2	4	3	2	3	5	4	23
56	3	3	2	2	3	4	5	22
57	2	4	3	3	4	5	4	25
58	3	3	2	2	4	5	5	24
59	2	4	3	3	4	4	5	25
60	2	3	4	2	4	4	4	23
61	2	4	3	3	4	3	5	24
62	3	3	1	2	3	4	3	19
63	4	4	3	3	4	3	4	25
64	3	4	2	2	3	4	3	21
65	3	4	3	3	4	3	4	24
66	4	4	1	2	3	4	4	22
67	3	4	3	3	4	3	4	24
68	4	3	2	2	3	4	4	22
69	3	3	3	3	4	3	4	23
70	4	3	2	2	4	4	4	23
71	4	4	3	3	3	3	3	23
72	5	4	2	3	4	3	3	24
73	5	4	3	3	4	3	4	26
74	4	4	2	3	4	4	3	24
75	4	4	4	3	4	3	4	26

Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

76	4	3	3	3	4	4	4	26
77	4	3	3	3	3	4	4	24
78	3	4	1	3	4	2	3	20
79	3	3	1	2	3	5	4	21
80	4	3	2	2	4	4	4	24
81	3	3	4	4	4	5	4	23
82	5	4	3	3	3	4	3	24
83	3	4	3	3	3	3	4	23
84	4	4	3	2	4	4	4	25
85	3	4	2	3	4	3	4	23
86	4	4	3	3	4	4	4	26
87	4	4	3	3	4	4	4	26
88	4	3	3	3	4	3	3	23
89	4	3	1	3	3	4	4	22
90	4	3	2	3	3	3	3	21
91	4	3	2	3	3	3	4	22
92	4	4	3	3	4	3	4	25
93	4	3	3	3	3	3	3	22
94	3	2	3	3	4	3	4	22
95	4	3	3	3	3	5	4	25
96	3	2	3	3	3	4	3	21
97	4	3	2	3	4	3	3	22
98	5	4	4	3	4	4	3	27
99	5	4	3	3	4	5	3	27
100	4	3	3	3	4	3	3	23

Lampiran 4 Dokumentasi Penyebaran Angket



Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)



Protected by PDF Anti-Copy Free
(Upgrade to Pro Version to Remove the Watermark)

