



SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN
UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***

Diajukan dalam rangka Penyelesaian Studi Strata 1
untuk mencapai Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:
Neha Shintya
NPM. 20810316

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PGRI SEMARANG
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neha Shintya

NPM : 20810316

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul “**Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel *Intervening***” yang saya buat ini adalah hasil karya saya sendiridan belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada Program Studi Manajemen .

Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada di tangan saya.

Semarang, 2 Agustus 2024



Neha Shintya

PERSETUJUAN PENYELESAIAN BIMBINGAN SKRIPSI


Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan Skripsi yang
berjudul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN UANG
ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING***

Di susun Oleh:
Neha Shintya
20810316

Telah menyelesaikan Bimbingan Skripsi

Pembimbing I



Dr. Drs. Sutrisno, S.E., M.M., M.Pd.
NIP. 196011211987031001

Pembimbing II



Rita Meiriyanti, S.E., M.M.
NPP. 218601571

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nila Ervilyana

NPM : 20810310

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SCARLETT WHITENING* DI SHOPEE

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji:

Tanggal : 1 Agustus 2024

Dewan Penguji


Penguji I : Dr. Bayu Kurniawan, S.Kom., M.M.
NPP. 219001572

(.....)


Penguji II : Rita Meiriyanti, S.E., M.M.
NPP. 218601571

(.....)


Penguji III : Dr. Drs. Sutrisno, S.E., M.M., M.Pd.
NIP. 196011211987031001

(.....)


PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan skripsi yang berjudul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN
UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL
*INTERVENING***


Disusun oleh:

Neha Shintya


NPM. 20810316

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi,
Pada tanggal 2 Agustus 2024
dan dinyatakan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk
memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
pada Program Studi Manajemen Universitas PGRI Semarang

Pembimbing I


Dr. Drs. Sutrisno, S.E., M.M., M.Pd.
NIP. 196011211987031001

Pembimbing II


Rita Meiriyanti, S.E., M.M.
NPP. 218601571


Mengetahui

Dekan



Dr. Heri Prabowo, S.E., M.M.
NPP. 187901540

Ketua Program Studi


Dr. Bayu Kurniawan, S.Kom., M.M.
NPP. 219001572

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kesuksesan bukanlah akhir dari perjalanan, melainkan awal dari pencapaian yang lebih besar.” – Nelson Mandela.

“Pengetahuan tanpa tindakan adalah sia-sia, dan tindakan tanpa pengetahuan adalah kegilaan.” – Abu Hamid Al Ghazali.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirabbil alamin, puji syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah menganugerahkan akal, kesehatan, serta kemudahan ketika menjalankan proses penyelesaian tugas akhir skripsi. Skripsi ini saya persembahkan sepenuhnya kepada:

1. Dua orang hebat dalam hidup saya, Bapak dan Ibu. Keduanya yang telah membuat segalanya menjadi mungkin sehingga saya bisa sampai pada tahap di mana skripsi ini akhirnya selesai.
2. Keluarga besar yang senantiasa memberi dukungan dan do'a.
3. Teruntuk sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa memberikan support dan motivasi sehingga dapat bersama-sama menyelesaikan tugas akhir ini.
4. Selain itu, untuk seluruh teman-teman seangkatan dari Program Studi Manajemen, khususnya teman-teman satu kelas saya. Mudah-mudahan tali silaturahmi kita tidak akan berakhir setelah lulus. Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung saya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and electronic money on consumptive behavior both directly and through self-control in students mediated by self-control. This study applies a quantitative method with primary data obtained from questionnaire data which is then processed using SmartPLS 3.0 software. The population of this study is students of the Faculty of Economics and Business of Universitas PGRI Semarang with a sample of 314 students. The sampling technique used is a simple random sampling technique.

The test results showed that financial literacy did not have a significant effect on consumptive behavior. Meanwhile, lifestyle and electronic money have a positive and significant effect on consumptive behavior and self-control. Self-control has a positive and significant effect on consumptive behavior. Then financial literacy and electronic money do not have a significant effect on consumptive behavior with self-control as an intervening variable. Meanwhile, lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior with self-control as an intervening variable for FEB students of PGRI University Semarang.

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

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif baik secara langsung maupun melalui kontrol diri pada mahasiswa yang di mediasi oleh kontrol diri. Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh dari data kuesioner yang kemudian diolah dengan menggunakan *software* SmartPLS 3.0. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang dengan sampel sebanyak 314 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling*.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan gaya hidup dan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan kontrol diri. Kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian literasi keuangan dan uang elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening. Sedangkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel intervening Mahasiswa FEB Universitas PGRI Semarang.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Uang Elektronik, Perilaku Konsumtif

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME yang telah memberikan kesempatan kepada penulis sehingga Skripsi yang berjudul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN UANG ELEKTRONIK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN KONTROL DIRI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*” dapat terselesaikan dengan baik. terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari peran berbagai pihak, itulah sebabnya, dalam dan melalui kesempatan ini penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sri Suciati, M.Hum. selaku Rektor Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi pada Program Studi Manajemen Universitas PGRI Semarang.
2. Dr. Heri Prabowo, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi pada Program Studi Manajemen Universitas PGRI Semarang.
3. Dr. Bayu Kurniawan, S.Kom., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi pada Program Studi Manajemen Universitas PGRI Semarang.
4. Dr. Drs. Sutrisno, S.E., M.M., M.Pd. selaku Pembimbing I yang selama proses penyusunan Skripsi ini telah memberikan komentar, saran, kritik, dan koreksi dengan penuh perhatian sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya Skripsi ini.
5. Rita Meiriyanti, S.E., M.M. selaku Pembimbing I yang selama proses penyusunan Skripsi ini telah memberikan komentar, saran, kritik, dan koreksi dengan penuh perhatian sejak awal penyusunan proposal hingga selesainya Skripsi ini.
6. Kedua Orangtua yang sangat saya cintai yang senantiasa memberikan do'a serta dukungannya setiap waktu.

7. Teman-teman yang senantiasa membantu dan memberikan semangat satu sama lain dari mulai mengerjakan Proposal Skripsi sampai dengan Skripsi ini selesai.
8. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu disini dan semua responden yang sudah berkenan meluangkan waktunya untuk mengisi angket yang penulis berikan, sehingga didapat data penelitian. Dengan itu, Skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sadar akan banyaknya kekurangan, keterbatasan pengetahuan, dan pengalaman peneliti dalam menjalankan penelitian, sehingga tugas akhir ini masih jauh dari ideal. Sehingga, dalam proses penyempurnaan naskah penelitian ini dengan harap berikan kritik serta saran yang sifatnya membangun. Selain itu, penulis berharap skripsi ini mampu memberikan manfaat terhadap orang yang membaca naskah penelitian ini.

Semarang, 1 Agustus 2024

Neha Shintya

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
PERSETUJUAN PENYELESAIAN BIMBINGAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Masalah Penelitian	15
1.3 Pertanyaan Penelitian	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	18
1.5 Manfaat Penelitian.....	19
1.6 Sistematika Proposal Skripsi	20
BAB II LANDASAN TEORI	22
2.1 Perilaku Konsumtif	22
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	22
2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	23
2.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif	24
2.2 Literasi Keuangan	25
2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan.....	25
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan	26

2.2.3 Indikator Literasi Keuangan	29
2.3 Gaya Hidup	31
2.3.1 Pengertian Gaya Hidup.....	31
2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	32
2.3.3 Indikator Gaya Hidup	33
2.4 Uang Elektronik	33
2.4.1 Pengertian Uang Elektronik.....	33
2.4.2 Unsur-unsur dan Jenis Uang Elektronik.....	34
2.4.3 Indikator Uang Elektronik	35
2.5 Kontrol Diri	37
2.5.1 Pengertian Kontrol Diri	37
2.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri.....	37
2.5.3 Indikator Kontrol Diri.....	38
2.6 Kajian Penelitian Terdahulu	40
2.7 Pengaruh antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	43
2.8 Model Empiris Penelitian	54
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Desain Penelitian	55
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	56
3.3 Pengembangan Pengukuran Variabel Penelitian.....	60
3.4 Teknik Pengumpulan Data	62
3.5 Teknik Analisis Data	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Pengumpulan Data di Lapangan	66
4.2 Deskripsi Umum Objek/Tempat Penelitian	67
4.3 Deskripsi Karakteristik Responden	67
4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	69
4.5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Penelitian.....	73
4.6 Hasil Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	79
4.7 Hasil Pengujian Hipotesis	81

4.8 Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	40
Tabel 3. 1 Data Mahasiswa FEB UPGRIS angkatan 2020-2023.....	57
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel.....	61
Tabel 4. 1 Data Kuesioner.....	66
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi	68
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Tahun Angkatan.....	68
Tabel 4. 5 <i>Outer Loadings</i>	70
Tabel 4. 6 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	71
Tabel 4. 7 Uji Validitas Diskriminan	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 9 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan	74
Tabel 4. 10 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup	75
Tabel 4. 11 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Uang Elektronik	76
Tabel 4. 12 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kontrol Diri.....	77
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif.....	78
Tabel 4. 14 Hasil Pengukuran <i>R-Square</i>	79
Tabel 4. 15 Hasil Pengukuran <i>F-Square</i>	80
Tabel 4. 16 Hasil Pengujian <i>Direct Effect</i> (Pengaruh Langsung)	82
Tabel 4. 17 Hasil Pengujian <i>Indirect Effect</i> (Pengaruh Tidak Langsung)	84
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian <i>Total Effect</i> (Pengaruh Total)	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 13 Hasil Pra Survei.....	3
Gambar 1. 2 Hasil Pra Survei.....	4
Gambar 1. 3 Hasil Pra Survei.....	5
Gambar 1. 4 Hasil Pra Survei.....	5
Gambar 1. 5 Hasil Pra Survei.....	6
Gambar 1. 6 Hasil Pra Survei.....	7
Gambar 1. 7 Hasil Pra Survei.....	8
Gambar 1. 8 Hasil Pra Survei.....	8
Gambar 2. 1 Pengembangan Model Penelitian	54
Gambar 4. 1 Model Persamaan Struktural	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Pernyataan Kuesioner.....	108
Lampiran II. Tabulasi Jawaban Responden	115
Lampiran III. Hasil Analisis Data	151

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di tengah pesatnya pertumbuhan teknologi dan internet di Indonesia, perkembangan teknologi digital merambah sampai pada dunia bisnis, terutama dalam kegiatan bertransaksi. Dalam kegiatan bertransaksi, penerapan teknologi layanan keuangan sangat membantu dalam melakukan interaksi. Saat ini, fenomena inovasi pada industri jasa keuangan merubah pandangan industri secara global. Akibat perubahan-perubahan tersebut, muncul sebuah fenomena baru, yaitu keuangan yang dahulu bersifat konvensional berubah menjadi digital. Baik kemajuan dari sisi teknologi maupun informasi, serta kehidupan manusia yang cenderung dinamis juga ikut menjadi faktor yang mampu mempengaruhi perilaku konsumtif suatu individu.

Pada saat ini konsumsi di luar kebutuhan pokok telah meningkat di masyarakat saat ini. Konsumsi saat ini lebih menuju ke gaya hidup seseorang dalam hal pemenuhan keinginan daripada kebutuhan. Konsumsi yang tinggi di tingkat masyarakat itu dinilai baik karena mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional, tetapi konsumsi yang tinggi di tingkat individu apabila hanya mengikuti pada keinginan dan kepuasan serta bukan pada kebutuhan dapat menimbulkan permasalahan (Yusri, 2020). Perilaku konsumtif adalah kecenderungan dalam bertingkah laku berlebihan

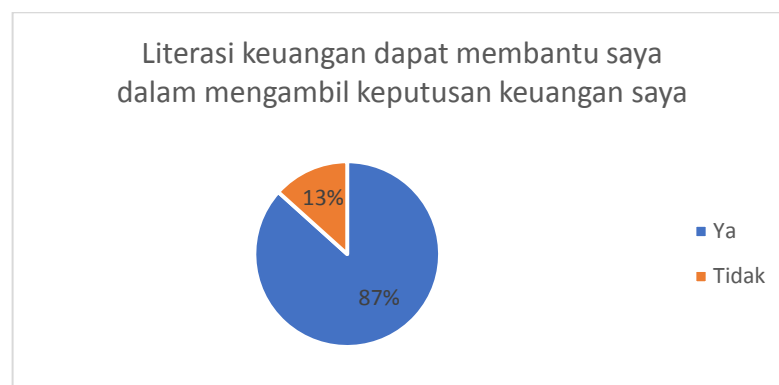
dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan (Aprilia & Firmialy, 2022). Apabila individu membeli produk yang tidak didasarkan pada prioritas kebutuhannya dan hanya memenuhi keinginannya maka kegiatan tersebut gambaran dari tindakan irasional dan kompulsif (Gunawan & Carissa, 2021).

Mahasiswa juga melakukan pembelian yang berlebih untuk hiburan dan membeli fashion terkini yang menyebabkan pemborosan dikarenakan tidak didasarkan pada kebutuhan. Hal ini sesuai dengan penjelasan Izazi et al., (2020), bahwa Fenomena dari perilaku konsumtif mahasiswa yaitu membelanjakan uangnya untuk membeli baju dengan model terkini, nongkrong di cafe, sehingga tidak dapat menyisihkan uangnya untuk hal yang penting dan tidak terduga, sehingga hal itu mengarah pada konsumtif. Sifat konsumtif ini dikarenakan kebanyakan mereka takut ketinggalan tren atau yang bisa disebut sebagai FOMO (*Fear Of Missing Out*), Sehingga secara tidak sadar mereka menjadi masyarakat yang konsumtif.

Fenomena seperti "FOMO" (*Fear of Missing Out*) mendorong mahasiswa untuk terus mengikuti tren terbaru dan merasa perlu membeli produk baru untuk merasa relevan. Hasil penelitian Putri (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa kini cenderung terpapar pada budaya konsumsi yang berpusat pada kepemilikan dan pengalaman instan. Dorongan untuk memiliki barang-barang dan produk terbaru, didorong oleh faktor sosial media dan pengaruh selebritas, telah meningkatkan tingkat konsumsi secara signifikan. Mahasiswa kini lebih terbuka terhadap pilihan

produk yang beragam dan mudah diakses melalui platform digital, yang mengakibatkan mahasiswa sering kali terpapar pada godaan belanja yang berkelanjutan. Perusahaan juga menggunakan berbagai strategi pemasaran dan promosi untuk mendorong konsumsi impulsif, menciptakan lingkungan di mana membeli menjadi lebih menyenangkan daripada sekadar memenuhi kebutuhan. Dengan adanya fenomena-fenomena tersebut perilaku konsumtif mahasiswa menjadi lebih tinggi.

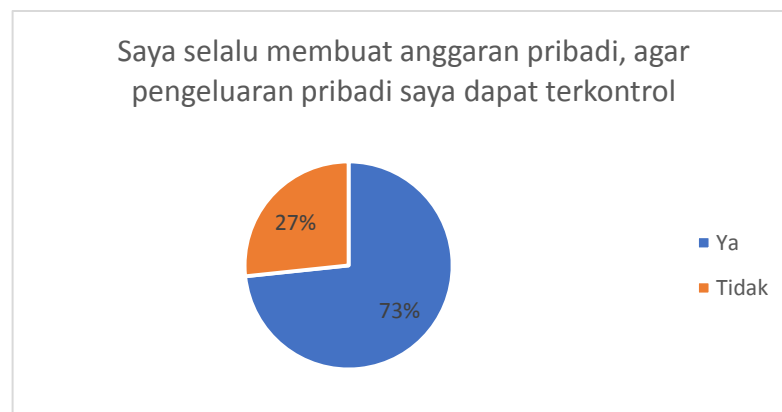
Untuk mengetahui lebih lanjut perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa, peneliti melakukan pra survei terhadap 30 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang dari angkatan 2020-2023. Berdasarkan hasil dari pra survei yang telah dilakukan, penulis terlebih dahulu mengumpulkan informasi melalui angket untuk mendapatkan gambaran perilaku konsumtif para mahasiswa seperti yang tersaji pada gambar berikut :



Gambar 1. 1
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

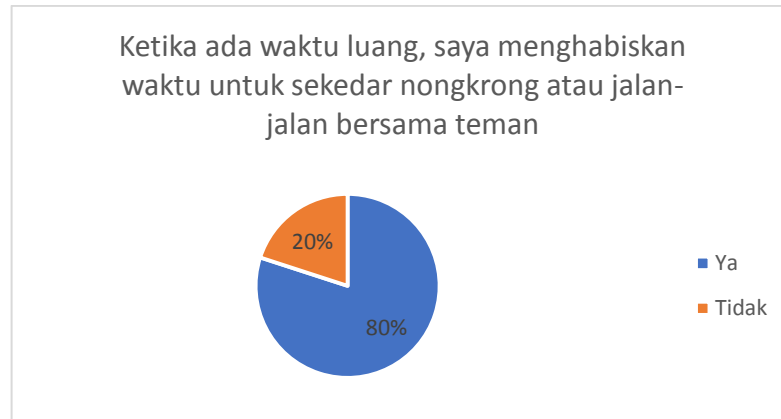
Pada gambar 1.1 menunjukkan bahwa 87% mahasiswa merasa literasi keuangan dapat membantu mereka dalam mengambil keputusan keuangan pribadi mereka. Sedangkan 13% mahasiswa merasa jika literasi keuangan tidak membantu dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi mereka. Bisa dikatakan bahwa mahasiswa menggunakan pengetahuan literasi mereka dalam memutuskan keuangan mereka.



Gambar 1. 2
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

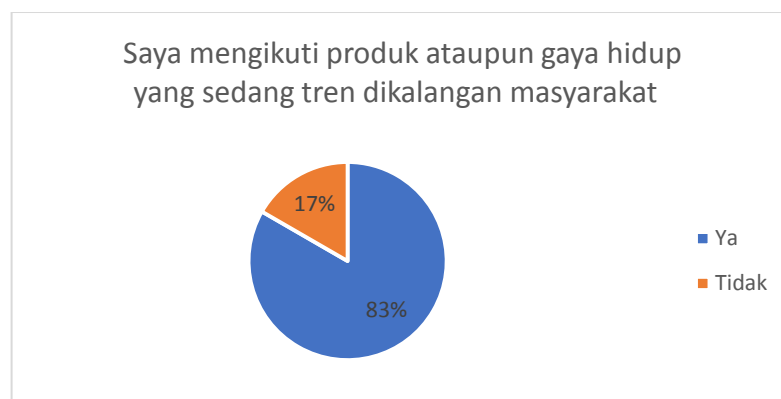
Pada gambar 1.2 menunjukkan sebanyak 73% mahasiswa selalu membuat anggaran pribadi dengan tujuan pengeluaran mereka dapat terkontrol. Sedangkan 27% mahasiswa tidak membuat anggaran keuangan pribadinya. Sebagian banyak mahasiswa membuat anggaran keuangan pribadi guna pengelolaan keuangan yang lebih baik.



Gambar 1.3
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada gambar 1.3 menunjukkan sebanyak 80% mahasiswa memilih menghabiskan waktu untuk sekedar nongkrong atau keluar jalan-jalan bersama teman ketika mempunyai waktu luang. Sedangkan 20% mahasiswa tidak menghabiskan waktu luang mereka untuk sekedar nongkrong atau keluar jalan-jalan bersama teman.

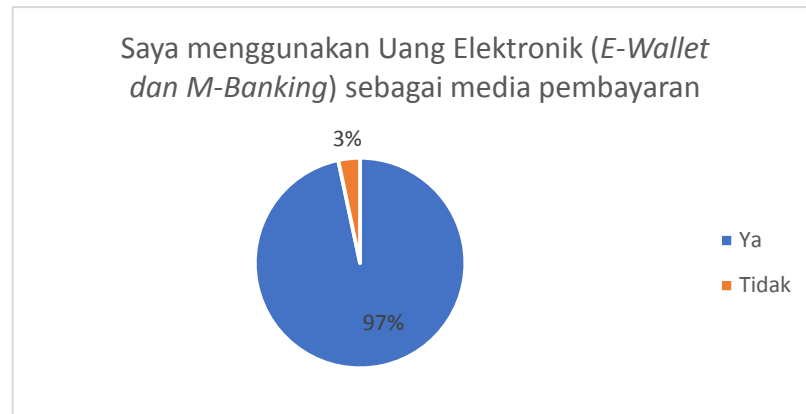


Gambar 1.4
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada gambar 1.4 menunjukkan bahwa sebanyak 83% mahasiswa mengikuti produk ataupun gaya hidup yang sedang *trend* di kalangan

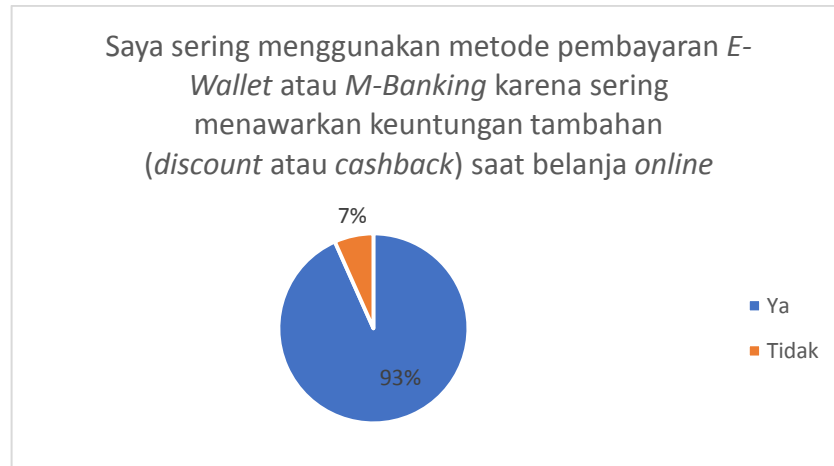
masyarakat. Sedangkan 27% nya tidak mengikuti gaya hidup yang sedang *trend* dikalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar gaya hidup mahasiswa menuju hedonisme.



Gambar 1. 5
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada gambar 1.5 menunjukkan bahwa hampir semua mahasiswa menggunakan uang elektronik (*E-Wallet* dan *M-Banking*) sebagai media pembayaran saat bertransaksi. Sebanyak 97% mahasiswa telah menggunakan uang elektronik sebagai media pembayaran, sedangkan 3% nya tidak menggunakan uang elektronik sebagai media pembayannya saat melakukan suatu transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian banyak mahasiswa menggunakan uang elektronik untuk berbagai transaksi.



Gambar 1. 6
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

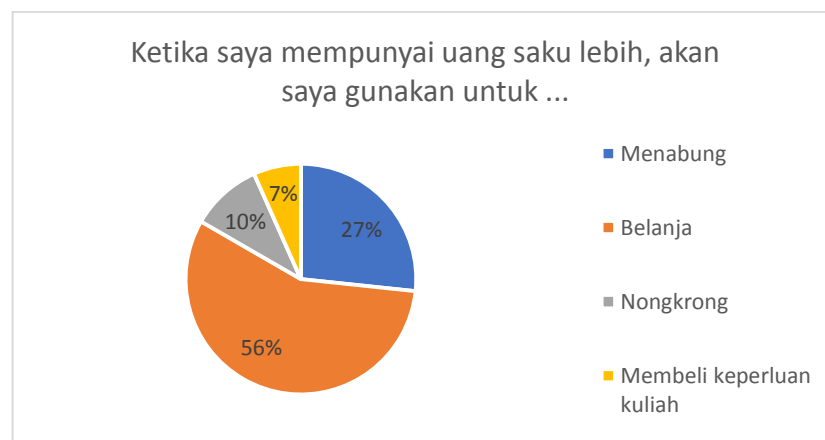
Pada gambar 1.6 menunjukkan bahwa sebanyak 93% mahasiswa sering menggunakan metode pembayaran uang elektronik karena sering menawarkan keuntungan tambahan seperti diskon atau *cashback* saat berbelanja *online*. Sedangkan 7% mahasiswa menggunakan metode pembayaran selain uang elektronik saat berbelanja online. Kemudahan penggunaan uang elektronik menjadikan metode pembayaran dengan menggunakan e-wallet maupun m-banking lebih dipilih dibandingkan metode pembayaran yang lain.



Gambar 1. 7
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada gambar 1.7 menunjukkan bahwa 72% mahasiswa melakukan pembelian produk/barang yang sedang trend agar terlihat menarik. Sedangkan 23% nya tidak melakukan pembelian produk fashion yang sedang trend hanya karena agar terlihat menarik.



Gambar 1. 8
Hasil Pra Survei

Sumber : Data diolah tahun 2024

Pada gambar 1.8 menunjukkan sebanyak 27% mahasiswa memilih menabung, 56% memilih belanja, 10% memilih untuk nongkrong, dan 7%

dari mereka memilih untuk membeli keperluan kuliahnya saat mempunyai uang saku lebih.

Berdasarkan hasil dari survei yang telah di gambarkan diatas, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang yang terdiri dari program studi Manajemen dan Bisnis Digital, tergolong cukup tinggi. Hal tersebut dikarenakan meskipun sebagian banyak mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, akan tetapi mereka cenderung memiliki keinginan untuk mengikuti gaya hidup yang sedang trend dikalangan masyarakat, kemudian penggunaan uang elektronik sebagai metode pembayaran saat belanja *online* karena dengan iming-iming *discount* atau *cashback*. Kemudian ketika merka memiliki uang saku lebih, mereka lebih banyak menggunakannya untuk berbelanja dibandingkan untuk membeli keperluan yang memang dibutuhkan. Sehingga perilaku konsumtif mereka meningkat.

Yusri, (2020) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku dimana seorang konsumen membeli produk hanya dengan sedikit pertimbangan dan dominan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Salsabila, (2023) 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 rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif dapat berbentuk upaya agar individu mampu menyesuaikan keadaan lingkungan sekitar sehingga muncul sikap membeli secara berlebihan dan cenderung tidak rasional (Rahmawati & Mirati, 2022). Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik.

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan yang tepat untuk diri sendiri dan keluarga. Menurut Putri (2022) literasi keuangan merupakan salah satu pengetahuan yang sangat penting dan harus dikuasai oleh setiap individu, agar setiap individu tersebut mampu membuat perencanaan keuangannya, menggunakan sumber daya keuangannya, dan mengelolah keuangannya, sampai kepada pengambilan keputusan keuangan yang tepat dalam menggunakan produk-produk keuangan. Pengertian lain literasi keuangan adalah kemampuan dan pengetahuan tentang cara mengelola uang untuk mencapai tujuan masa depan. Dengan demikian, mahasiswa harus memahami pengelolaan keuangan, termasuk cara menghemat uang dan manfaatnya untuk kehidupan keuangan mereka. Tidak peduli berapa pendapatannya, jika dia bisa mengatur keuangan, dia dapat menurunkan resiko keuangan (Yahya, 2021). Dikatakan bahwasannya semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin

memahami pengelolaan keuangannya dengan baik, sehingga mampu menekan perilaku konsumtif yang muncul pada dirinya sendiri.

Selain literasi keuangan, faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif juga dapat dilihat dari gaya hidup seseorang. Pola konsumsi seseorang yang mengacu pada pencerminan ketika membuang uang dan waktu dapat dikatakan gaya hidup (Haq et al., 2023). Gaya hidup juga dapat berupa segala tindakan seseorang ketika berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga dapat berubah-ubah, terlebih lagi pada mahasiswa yang rentan akan perubahan baik dari keinginan maupun lingkungan. Pada usianya mahasiswa rentan akan perubahan yang tidak disebabkan oleh perubahan kebutuhan, mahasiswa yang menjadikan teman sebaya menjadi acuan untuk menunjukkan diri bahwa mereka mengikuti tren terkini (Rahmawati & Mirati, 2022). Kemudian dalam penelitian Ardiati et al., (2023) dikatakan bahwa mahasiswa kebiasaan mengkonsumsi barang-barang yang bukan kebutuhan dasar. Kebiasaan tersebut bukan merupakan pengetahuan yang kurang melainkan hadir pada gaya hidup mereka yang mewah dampak dari pergaulan yang ada.

Kemudian faktor lain yang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif adalah penggunaan uang elektronik. Menurut Yusri, (2020) Uang elektronik (*E-money*) merupakan suatu alat pembayaran yang sah nontunai dengan nominal uang yang dicantumkan sama terhadap jumlah uang yang disetorkan awalnya oleh pemilik uang elektronik kepada penerbit. Nilai uang akan disimpan secara elektronik ke dalam suatu media seperti server

atau chip, dan bisa ditransfer untuk kebutuhan transaksi pembayaran. Uang elektronik juga diartikan sebagai suatu produk *stored value* atau *prepaid* yang diterapkan untuk negoisasi internet melalui elektronik yaitu dimana uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Umumnya bentuk uang elektronik yang sering digunakan adalah *e-wallet* (DANA, OVO, Gopay, Shopeepay) dan *m-banking*.

Faktor lain yang bisa dikatakan sebagai faktor eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa yaitu kontrol diri. Kontrol diri adalah kemampuan bertindak dalam situasi yang dihadapi dengan mengendalikan apa yang terjadi didalam dirinya (Chairiah & Siregar, 2022). Dapat ditarik kesimpulan *self control* yaitu keahlian mengontrol diri dalam menghadapi situasi yang terjadi dalam hidupnya. Individu dapat membaca situasi yang terjadi untuk mencapai keinginannya dengan mengontrol diri baik kontrol diri internal maupun kontrol diri eksternal (Hikmiyah, 2019). Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat digunakan dan dikembangkan oleh individu dalam menghadapi kondisi di lingkungan sekitar (Kumalasari & Soesilo, 2019). *Self Control* merupakan kemampuan untuk berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki, dimana tidak melakukan pembelian spontan atau dengan kata lain menunda pembelian dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu agar uang tersebut dapat digunakan dengan semestinya sehingga terhindar dari perilaku konsumtif (Sumiarni, 2019). Juga dengan adanya fenomena kemudahan bertransaksi dengan *e-money* akan memberikan dampak positif

dan negatif kepada mahasiswa yang menggunakannya. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah adanya kemungkinan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Untuk itu, kontrol diri diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang dapat menimbulkan masalah keuangan di masa yang akan datang.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis memilih variabel bebas yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik. Diduga terdapat pengaruh yang relatif besar antara variabel bebas terhadap Perilaku Konsumtif. Adapun Kontrol Diri di tambahkan sebagai variabel mediasi untuk mengetahui perbedaan temuan antara literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik. Selain itu alasan lain dari dipilihnya keempat variabel tersebut adalah adanya *research gap* dari penelitian terdahulu, seperti penelitian Yusri, (2020) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Akan tetapi pernyataan tersebut berbeda dengan hasil penelitian Chairiah & Siregar, (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang menandakan bahwa semakin rendah perilaku konsumtif, yang berarti bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai keuangan cenderung memikirkan masa depannya sehingga mengurangi perilaku konsumtifnya (Lailatul Mufidah, 2021).

Dalam penelitian Sari (2022) bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian Pulungan & Febriaty

(2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dengan tindakan konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena gaya yang berlebihan tanpa berpikir rasional.. Haq et al., (2023), menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *E-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan pada penelitian Fatmasari et al., (2019) menyatakan *E-money* memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dikareakan penggunaan *electronic money* memudahkan transaksi pembelian yang dilakukan oleh masyarakat khususnya mahasiswa karena pada usia remaja sehingga membuat rawan akan perilaku konsumtif (Ulayya & Mujiasih, 2020).

Izazi et al., (2020), *self control* dapat memediasi pengaruh literasi keuangan pada perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudian pada penelitian Nasution & Munir (2023) kontrol diri tidak mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Layaman et al., (2022) menyatakan bahwa kontrol diri mampu memediasi antara *e-money* dan perilaku konsumtif pada Mahasiswa. Akan tetapi hasil penelitian Ramadhani, (2019) menunjukkan bahwa kontrol diri tidak mampu memediasi pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dikatakan apabila kontrol diri seseorang meningkat, tidak serta merta berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Sedangkan untuk variabel gaya hidup, belum ada yang meneliti sehingga penulis ingin menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka penulis ingin mengetahui bagaimana literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, yang di mediasi oleh kontrol diri. Apakah dengan adanya pemahaman mengenai literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan uang elektronik pada kehidupan sehari-hari membuat mahasiswa mampu menekan perilaku konsumtifnya yang terkadang muncul tanpa disadarinya. Dengan ini penulis menyimpulkan untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*” dengan studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, bisa disimpulkan bahwa pengetahuan mengenai literasi keuangan mahasiswa dapat menekan adanya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Akan tetapi, pengetahuan tentang literasi keuangan belum sepenuhnya diaplikasikan dengan baik dalam mengatur keuangan pribadi para mahasiswa. Apalagi juga pengaruh gaya hidup yang menjadi sasaran utama dizaman sekarang ini. Dan pandangan orang lebih diutamakan daripada kebutuhan sendiri. Gaya hidup yang

bersifat boros yang hanya mengandalkan iming-iming diskon akan membuat kegagalan dalam mengelola keuangan. Hal tersebut membuat perilaku konsumtif mahasiswa yang semakin tinggi. Mahasiswa lebih mendahulukan keinginannya daripada kebutuhannya. Apalagi juga dengan adanya revolusi digital dalam bertransaksi, seperti *E- money* yang mengakibatkan mahasiswa sering tertarik untuk berbelanja dikarenakan kemudahan dan diskon yang ditawarkan. Kontrol diri diharapkan dapat menekan adanya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Meski begitu, kontrol diri seseorang meningkat tidak serta merta berpengaruh terhadap menurunnya perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini karena mahasiswa merupakan remaja yang belum mampu mengendalikan dirinya dengan stabil. Maka bisa dikatakan pengaruh kontrol diri terhadap perilaku keuangan (*e-money*), dalam hal ini berkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

1.3 Pertanyaan Penelitian

- 1.3.1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.3. Apakah Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?

- 1.3.4. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.5. Apakah Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.6. Apakah Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.7. Apakah Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.8. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.9. Apakah Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?
- 1.3.10. Apakah Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang?

1.4 Tujuan Penelitian

- 1.4.1. Untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.2. Untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.3. Untuk menganalisis pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.4. Untuk menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.5. Untuk menganalisis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.6. Untuk menganalisis Pengaruh Uang Elektronik terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.7. Untuk menganalisis Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

- 1.4.8. Untuk menganalisis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.9. Untuk menganalisis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
- 1.4.10. Untuk menganalisis Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti lain, penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya yang dapat dibandingkan dengan hasil penelitian selanjutnya.

1.5.2. Manfaat Praktis

1. Bagi Universitas

Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengembangkan materi mengenai perilaku konsumtif sebagai bahan ajar mahasiswa di lingkungan Universitas.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca tentang perilaku konsumtif. Selain itu juga

diharapkan dapat menjadi gambaran umum dan menjadi motivasi dalam penentuan topik penelitian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya dengan topik yang hampir serupa dan dapat dikembangkan lebih baik lagi.

4. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan wadah bagi penulis untuk meningkatkan pengetahuan yang lebih luas, serta melatih penulis agar mampu berpikir kritis.

1.6 Sistematika Proposal Skripsi

Adapun sistematika yang di gunakan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pendahuluan yang man menjelaskan tentang latar belangan, permasalahan penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan juga sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang pengertian, faktor-faktor dan indikator dari setiap variabel penelitian. Kemudian juga menjelaskan tentang kajian

penelitian terdahulu, pengaruh antar variabel dan pengembangan hipotesis, serta model empiris penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, pengembangan pengukuran variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi umum dari objek penelitian, hasil penyebaran data penelitian, hasil karakteristik responden, hasil uji instrumen, hasil pengujian hipotesis, dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dari sistematika penulisan skripsi yang menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi pembaca juga penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Ngampus et al., (2023), Perilaku konsumtif merupakan perilaku saat membeli produk barang atau jasa yang tidak berdasar pada pemikiran rasional (dengan pertimbangan yang matang) namun hanya dilandasi keinginan untuk pemenuhan hasrat semata. Keputusan untuk membeli barang atau jasa bahkan hanya didasari aspek viral atau tidaknya produk tersebut (Maulida et al., 2022). Menurut kajian dari Afifa & Yudiantoro (2022), perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang saat menggunakan barang atau jasa yang hanya mengikuti keinginannya semata, bukan berdasarkan kebutuhan.

Perilaku konsumtif adalah suatu sikap seseorang yang cenderung mengkonsumsi barang atau jasa hanya untuk kesenangan tidak memperhatikan manfaatnya dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Dalam pandangan ini dapat disimpulkan bahwa Perilaku konsumtif itu berarti mengkonsumsi barang maupun jasa secara berlebih-lebihan serta membeli produk bermacam macam demi kepuasan diri agar terlihat lebih berbeda dengan individu lain. Perilaku konsumtif merupakan pemenuhan dan pembelian kebutuhan

yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (Yusri, 2020).

2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Yahya (2021), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif diantaranya, yaitu :

1. Menjadi *trend setter*.

Menurut bahasa, *trendsetter* adalah orang yang menciptakan atau menerapkan sebuah tren terbaru. Seorang *trendsetter* akan selalu berusaha membeli produk keluaran terbaru yang memberinya kebanggaan tersendiri karena akan menjadi *role model* untuk orang lain.

2. Memiliki barang *branded*.

Di sadari atau tidak, *Branded* hanyalah suatu anggapan, opini dan/atau asumsi publik dimana masyarakat meyakini suatu produk atau merek hanya di khususkan untuk segmentasi pasar tertentu. Kita dapat merasakan bahwa barang-barang *branded* ini memiliki karakteristik khusus yang dapat di simpulkan meskipun itu relatif di mata sebagian orang.

3. Mengikuti perkembangan zaman.

Seiring perkembangan zaman pada saat ini, tentunya akan selalu memicu munculnya tren-tren baru. Perkembangan ini bisa dari berbagai macam ide, dari teknologi hingga cara berpenampilan. Alur perkembangan tersebut tentunya

menimbulkan rasa ketertarikan tersendiri untuk siapa saja yang melihatnya. Maka dari itu, tidak sedikit orang yang selalu mengikuti perkembangan tren tersebut apalagi di kalangan remaja yang memiliki sifat rasa ingin tahu. Perkembangan zaman saat ini banyak memunculkan istilah-istilah gaul yang digunakan oleh masyarakat dalam penggunaan bahasa sehari-hari..

4. Menarik perhatian orang lain.

Menarik dimata orang lain tentu menjadi hal yang menyenangkan bagi sebagian orang. Dalam hal penampilan tentu akan memunculkan daya tarik tersendiri bagi orang yang memandang.

2.1.3 Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurut Ngampus et al., (2023)

diantaranya:

1. Berbelanja produk atas dasar tren,

Pembelian produk demi menjaga penampilan lebih diutamakan dibandingkan produk yang lebih dibutuhkan.

2. Berbelanja produk atas dasar sampul yang menarik,

Kemasan yang unik dan berbeda dari yang lain akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3. Berbelanja barang atau jasa karena potongan atau iming-iming hadiah,

Pembelian barang dengan tujuan hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

4. Membeli barang atau jasa untuk memperlihatkan status dalam pergaulan.

Pembelian yang beranggapan dengan memiliki barang tersebut memberikan simbol agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.

5. Membeli barang atau jasa karena mengidolakan tokoh tertentu.

Pembelian ini karena adanya ketertarikan dengan model iklan tersebut atau karena model iklan adalah seorang idola dari konsumen tersebut, sehingga ada ketertarikan untuk memiliki suatu produk yang sama.

2.2 Literasi Keuangan

2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan dan keterampilan seseorang dalam memanfaatkan pengetahuan dan menerapkan konsep keuangan, sehingga mampu dengan percaya diri membuat keputusan pribadi yang tepat (Setyorini et al., 2021). Menurut Harahap & Bustami, (2021) Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi. Literasi keuangan adalah suatu keterampilan yang harus dikuasai oleh setiap individu untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan upaya pemahaman terhadap perencanaan dan pengalokasian sumber daya keuangan yang

tepat dan efisien. Pengetahuan individu mengenai pengelolaan keuangan yang baik dapat memberikan manfaat positif bagi penggunaannya dalam pertimbangan pengambilan keputusan produk-produk keuangan.

Literasi keuangan adalah pengetahuan dan keterampilan masyarakat terkait finansial agar mampu mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal. Dengan adanya literasi keuangan, masyarakat diharapkan memiliki bekal edukasi mumpuni terkait finansial sehingga mampu mengambil sikap dan memilih keputusan keuangan secara bijak. Sedangkan pengertian literasi keuangan menurut OJK yaitu ilmu, keahlian, dan keyakinan yang mempengaruhi tingkah laku manusia sebagai bentuk peningkatan kualitas pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan sehingga tercapainya kesejahteraan hidup.

2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Penelitian yang dilakukan Worthington (2006) menyebutkan bahwa jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, etnis atau ras, dan pekerjaan adalah faktor yang mempengaruhi literasi keuangan. Sedangkan pada penelitian Suryanto & Rasmini, (2018) faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan mahasiswa, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Usia

Dari penelitian yang dilakukan oleh Sembiring dan Leon (2021) mengemukakan bahwa usia merupakan faktor yang memengaruhi literasi keuangan, yaitu dengan semakin bertambahnya usia, maka informasi yang diperoleh khususnya mengenai keuangan akan meningkat juga, selain itu bahwa semakin bertambahnya usia secara umum pendapatan akan meningkat, sehingga mereka akan mencari tahu produk keuangan yang akan mereka investasikan nantinya (Sembiring dan Leon, 2021).

2. Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan disebut sebagai dimensi utama literasi keuangan dan sebagian besar dianggap sebagai sinonim dari literasi keuangan (Bucher-Koenen et al., 2016). Pengetahuan mengacu kepada apa yang diketahui individu tentang masalah keuangannya, diukur dengan tingkat pengetahuan tentang berbagai konsep keuangan pribadi (Marsh, 2006). Menurut Herd et al. (2012) pengetahuan keuangan sebagai pengetahuan seseorang tentang situasi keuangannya sendiri, bukan konsep keuangan dasar, dan memperlakukannya sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan keuangan secara efektif.

3. Pendapatan

Menurut Amalia (2019) pendapatan atau income adalah penghasilan pribadi yang dikenal sebagai laba sebelum pajak dan digunakan dalam perhitungan laba kotor disesuaikan individu untuk tujuan pajak dan penghasilan. Komponen terbesar dari total pendapatan adalah upah dan gaji. Kebanyakan masyarakat berasumsi bahwa tingkat pendapatan yang rendah adalah penyebab utama masalah dalam berhutang. Banyak orang yang beranggapan ketika pendapatan suatu keluarga itu tergolong kecil maka kemampuan pengelolaan hutangnya rendah sehingga menyebabkan perilaku dalam berhutang yang tergolong rendah. Apabila tingkat pendapatan tergolong tinggi maka kemampuan untuk mengelola keuangan akan lebih baik karena dana yang tersedia juga lebih banyak dan tentunya bisa digunakan untuk membayar kewajiban-kewajiban sehingga perilaku berhutangnya juga ikut membaik.

4. Tingkat pendidikan

Menurut Scott (2010) pendidikan dapat meningkatkan literasi keuangan yang akan menghasilkan pengambilan keputusan keuangan yang lebih efektif. Pendidikan di sini tidak hanya diperoleh dari pendidikan formal saja seperti yang biasa ditempuh, melainkan pendidikan informal. Sumber sumber pendidikan informal dapat diperoleh dari lingkungan sekitar, keluarga, teman

sekitar, dan juga bisa dengan pengalaman sendiri tiap individu. Semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin tinggi juga tingkat literasi keuangan yang dimiliki, dikarenakan semakin tinggi pendidikan maka semakin lebar akses untuk memiliki berbagai informasi, termasuk keuangan (Sembiring dan Leon, 2021).

2.2.3 Indikator Literasi Keuangan

Indikator – indikator dari literasi keuangan dalam penelitian (Jayanti & Permadhy, 2019), yaitu:

1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan

Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan merupakan pengetahuan terkait dasar-dasar prinsip pengelolaan keuangan yang dimiliki oleh individu untuk digunakan sebagai acuan pengelolaan keuangan pribadi, keluarga, atau usaha yang dimilikinya (Yusup, 2020). Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan menjelaskan bagaimana cara individu dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran serta memahami konsep dasar keuangan yang meliputi perhitungan tingkat bunga, tingkat inflasi, nilai waktu uang, likuiditas, dll. Sedangkan pengelolaan keuangan meliputi pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan setiap individu yang berpengaruh terhadap sikap dan perilaku keuangan (OJK:2017).

2. Pengelolaan kredit

Pengelolaan kredit atau lebih dikenal manajemen kredit merupakan proses dimana pemberi kredit mengatur pinjaman yang dimiliki agar digunakan secara efektif dan efisien sesuai tujuan awal kegiatan kredit dilakukan (Aulia, 2022).

3. Pengelolaan tabungan dan investasi

Menurut OJK ((2017), tabungan merupakan simpanan uang di bank yang penarikannya dapat dilakukan sesuai syarat tertentu, yang umumnya bank akan memberikan buku tabungan dan ATM sebagai informasi seluruh transaksi yang dilakukan. Investasi adalah penanaman modal biasanya dalam jangka panjang untuk pengandaan aktiva lengkap atau pembelian saham-saham dan surat berharga lain untuk memperoleh keuntungan. Pengelolaan investasi menjelaskan bagaimana proses dalam membantu merumuskan kebijakan dan tujuan, sekaligus sebagai pengawas dalam penanaman modal yang melibatkan sejumlah pihak yang memiliki fungsi dan tanggung (OJK:2017).

4. Manajemen risiko

Menurut KMK Nomor 77/KMK.01/2019, manajemen risiko adalah proses sistematis dan terstruktur yang didukung budaya sadar risiko untuk mengelola risiko organisasi tingkat guna memberikan keyakinan dalam pencapaian sasaran organisasi. Tujuan adanya manajemen risiko yaitu meningkatkan pencapaian

visi, misi, sasaran organisasi dan peningkatan kerja, serta melindungi dan meningkatkan nilai tambah organisasi tersebut.

2.3 Gaya Hidup

2.3.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidupnya untuk bertahan hidup, yang dapat dilihat dari aktivitas, minat, dan pendapatnya. Gaya hidup ini kemudian dikomunikasikan melalui penggunaan uang dan waktu yang mengarah pada kesenangan dan kepuasan diri semata (Ngampus et al., 2023). Sudut pandang seseorang, yang tercermin dari hobi dan minat yang mereka pilih merupakan gaya hidup. Pendapat individu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan hidupnya dibentuk oleh aktivitas tersebut. Kegiatan, minat, dan ide seseorang merupakan bentuk realisasi dari gaya hidup mereka. Ini menggambarkan bagaimana seseorang secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya (Rakhman & Pertiwi, 2023).

Dari sudut pandang ekonomi, gaya hidup merupakan kelakuan seseorang terkait bagaimana mempergunakan uangnya, dan mengatur waktunya. Mowen dan Minor juga berpendapat bahwa gaya hidup itu menunjukkan bagaimana seorang konsumen membelanjakan uangnya serta mengatur waktunya. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin cepat mengganti merek dan model pakainnya untuk menyesuaikan dengan perubahan

hidupnya. Intinya gaya hidup seseorang akan mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya termasuk perilaku konsumtif.

2.3.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup negatif yang muncul akibat modernisasi dan perubahan nilai yaitu gaya hidup hedonis. Kehidupan remaja cenderung mengikuti gaya hidup hedonis, gaya hidup ini merupakan pola perilaku yang dapat ditemukan melalui tindakan, ketertarikan dan opini yang mengutamakan pada pemuasan kebutuhan materi untuk mencapai kesenangan hidup. Unsur yang mempengaruhi gaya hidup hedonis menurut (Yahya, 2021) yaitu:

1. Unsur internal, yaitu perasaan untuk memuaskan kesenangan pribadi yang di artikan sebagai usaha seseorang untuk hidup dengan mencari kesenangan sebagai tujuan utamanya, terutama untuk dirinya sendiri (Ariyanti, 2019). Gaya hidup ini hanya mementingkan kesenangan pribadi dan tidak memperdulikan ketidaksenangan.
2. Unsur eksternal, diantaranya masuknya globalisasi sehingga mengubah pandangan dan mengamati kultur serta kebiasaan dari luar. Dengan perkembangan teknologi seperti internet, kesenangan dapat diperoleh dengan mudah sehingga perilaku masyarakat mengalami perubahan (Ariyanti, 2019).

2.3.3 Indikator Gaya Hidup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rakhman & Pertiwi, (2023), indikator gaya hidup yaitu :

1. Kegiatan (*Activity*)

Aktivitas ini dapat berupa hobi, bekerja, hiburan, peristiwa, social, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja. Aktivitas seseorang merupakan karakteristik seseorang tersebut dalam kehidupan sehari-harinya.

2. Minat (*Interest*)

Merupakan faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan Keputusan.

3. Opini (*Opinion*)

Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain,antisipasi sehubungan dengan masa dating dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.4 Uang Elektronik

2.4.1 Pengertian Uang Elektronik

Uang elektronik adalah uang tidak nyata yang disimpan dalam chip atau server dan digunakan untuk bertransaksi dengan mitra penerbit. Untuk mengisi saldonya, pemegang harus memiliki media chip atau server terlebih dahulu memberikan dana kepada penerbit.

Pembayaran berbasis server atau chip disebut *e-money* dan digunakan sebagai alat tukar dalam aktivitas ekonomi (Ngampus et al., 2023). Uang elektronik menurut Bank Indonesia dalam Pasaribu (2021) merupakan uang yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik yang melibatkan penggunaan jaringan computer seperti internet. Menurut Listfield dalam Pasaribu (2021) uang elektronik adalah sistem pembayaran yang efektif, yang memiliki ciri adanya kecepatan pembayaran, kepastian pembayaran, keamanan dalam pembayaran, serta biaya yang rendah.

2.4.2 Unsur-unsur dan Jenis Uang Elektronik

1. Unsur-unsur Uang Elektronik

Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik, uang elektronik adalah instrument pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

- a. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- b. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau clip.
- c. Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai uang elektronik juga merupakan nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip yang dapat

dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

2. Jenis-jenis Uang Elektronik

Seperti yang telah tertera dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loop* dan *open loop*.

- a. *Closed loop*, yaitu uang elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- b. *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

2.4.3 Indikator Uang Elektronik

Menurut pendapat Nainggolan (2022) indikator penggunaan uang elektronik dapat dilihat dari:

1. Manfaat yang didapatkan.

Manfaat penggunaan teknologi informasi berasal dari keyakinan orang yang menggunakannya dalam memutuskan untuk menggunakannya dan percaya bahwa itu akan membantu mereka dalam pekerjaan mereka. Persepsi manfaat mengacu pada sejauh

mana orang percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu aktivitas mereka.

2. Kepraktisan yang diperoleh.

Uang elektronik sudah mulai banyak digunakan karena dinilai sangat praktis. Seseorang bisa melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun dengan memakai uang elektronik. Kepraktisan lain dari uang elektronik yaitu seseorang tidak perlu repot membawa dompet dan uang cash saat akan berbelanja ataupun melakukan transaksi lainnya.

3. Kepercayaan saat memakai.

Karena uang elektronik sangat baru di masyarakat, kepercayaan sangat penting untuk digunakan. Penerbit uang elektronik harus mengutamakan kepuasan pelanggan untuk membuat masyarakat percaya dengan produk mereka.

4. Kemudahan dalam menggunakan.

Salah satu faktor yang menarik perhatian masyarakat saat menggunakan layanan uang elektronik adalah kemudahan penggunaan. Ini didasarkan pada fakta bahwa teknologi informasi tampak relatif sederhana untuk dipahami dan digunakan. Masyarakat dapat belajar dengan cepat mengenai cara menggunakan uang elektronik karena kemudahan yang di tawarkan.

2.5 Kontrol Diri

2.5.1 Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri juga dikenal sebagai *self control*, adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol tingkah lakunya dengan menekan, mengatur, atau mengarahkan keinginan mereka dengan berbagai pertimbangan. Hal ini dilakukan untuk mencegah suatu keputusan yang bertentangan dengan kebiasaan masyarakat. Ketika seseorang memiliki kontrol diri yang lebih baik, mereka memiliki kemampuan untuk mengontrol tingkah laku yang membawa mereka ke perilaku positif. Kontrol diri adalah mekanisme yang dimiliki setiap orang yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilakunya. Selain itu, mahasiswa akan lebih mampu menahan keinginan yang berlebihan jika mereka memiliki kontrol diri (Layaman et al., 2022).

2.5.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Menurut Chairiah & Siregar, (2022) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Self control* dibagi menjadi 2 (dua), yaitu :

1. Faktor Internal.

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Cara orang tua menegakkan disiplin, cara orang tua merespon kegagalan anak, gaya berkomunikasi, cara orang tua mengekspresikan kemarahan (penuh emosi atau mampu menahan diri) merupakan awal anak belajar tentang kontrol diri. Seiring

dengan bertambahnya usia anak, bertambah pula komunitas yang mempengaruhinya, serta banyak pengalaman sosial yang dialaminya, anak belajar merespon kekecewaan, ketidak sukaan, kegagalan, dan belajar untuk mengendalikannya, sehingga lama-kelamaan kontrol tersebut muncul dari dalam dirinya sendiri.

2. Faktor eksternal.

Faktor eksternal ini diantaranya adalah lingkungan dan keluarga. Faktor lingkungan dan keluarga merupakan faktor eksternal dari kontrol diri. Orang tua yang menentukan kemampuan mengontrol diri seseorang. Salah satunya yang diterapkan oleh orang tua adalah disiplin, karena sikap disiplin dapat menentukan kepribadian yang baik dan dapat mengendalikan perilaku pada individu. Kedisiplinan yang diterapkan pada kehidupan dapat mengembangkan kontrol diri dan self directions sehingga seseorang dapat mempertanggung jawabkan dengan baik segala tindakan yang dilakukan.

2.5.3 Indikator Kontrol Diri

Indikator kontrol diri pada penelitian (Dewi et al., 2021), terdiri atas beberapa poin berikut ini :

1. Kontrol perilaku yang merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi sesuatu yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku dibagi menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated*

administration) yang merupakan kemampuan individu untuk mengatur siapa yang mengendalikan situasi, apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku. Jika diri sendiri tidak mampu maka akan menggunakan faktor eksternal untuk mengendalikannya. Berikutnya adalah kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*) yang merupakan kemampuan untuk mengatur stimulus atau respon bagaimana situasi yang tidak di kehendaki dihadapi.

2. Kontrol kognitif (*cognitive control*) yang merupakan kemampuan individu dalam mengontrol informasi yang tidak di kehendaki dengan cara mengintrepretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian kedalam kerangka kognitif untuk mengurangi tekanan. Melakukan penilaian terhadap sesuatu berarti individu telah berusaha menilai atau menafsirkan keadaan dengan memperhatikan segi-segi positif.
3. Kontrol keputusan (*decisional control*) yang merupakan kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan yang diyakini atau disetujuinya. Pengendalian diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

2.6 Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Sumber Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Temuan
1.	Yusri, (2020)	Variabel Bebas: - <i>Financial Literacy</i> (Literasi Keuangan) - <i>Life Style</i> (Gaya Hidup) - <i>Electronic Money</i> (Uang Elektronik) Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif	Regresi Berganda	- <i>Financial literacy</i> berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. - <i>Life style</i> berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. - Penggunaan <i>electronic money</i> berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa. - Terdapat pengaruh <i>financial literacy, life style</i> dan penggunaan <i>electronic money</i> terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
2.	Ngampus et al., (2023)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan - Gaya Hidup - Elektronik Money Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif	Analisis Deskriptif	- Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Penggunaan uang elektronik berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan uang elektronik secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3.	Krismayanti, Hamzah, & Burhan (2023)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan - Gaya Hidup - Uang Elektronik	Analisis data menggunakan SEM melalui aplikasi (PLS).	- Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

		Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif		- Uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
4.	Yahya, (2021)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan - Gaya Hidup Hedonis - Uang Elektronik Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif	Regresi Berganda.	- Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. - Uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
5.	Chairiah & Siregar, (2022)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif Variabel Mediasi: - <i>Self control</i>	Analisis data menggunakan SEM melalui aplikasi (PLS).	- Literasi Keuangan tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. - <i>Self control</i> berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. - <i>Self control</i> memediasi pengaruh antara Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.
6.	(Izazi et al., 2020)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif Variabel Mediasi: - <i>Self control</i>	Analisis data menggunakan SEM melalui aplikasi (PLS).	- Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap <i>self control</i> . - <i>Self control</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan <i>self control</i> sebagai variabel mediasi.
7.	Safira Barry, dan Sofa (2022)	Variabel Bebas: - Literasi Keuangan	Regresi Berganda.	- Literasi Keuangan tidak berpengaruh positif terhadap

		<ul style="list-style-type: none"> - Gaya Hidup - <i>Electronic Money</i> <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku Konsumtif 		<p>perilaku konsumtif.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Electronic Money</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Gaya Hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.
8.	Agasi & Aryani, (2024)	<p>Variabel Bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Literasi Keuangan - Gaya Hidup - <i>E-money</i> <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku Konsumtif <p>Variabel Moderasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontrol diri 	Regresi Berganda.	<ul style="list-style-type: none"> - Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. - Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. - <i>E-money</i> berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. - Literasi keuangan yang dimoderasi oleh kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup yang dimoderasi oleh kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. - <i>E-money</i> yang dimoderasi oleh kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
9.	Dewi et al., (2021)	<p>Variabel Bebas:</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>E-money</i> (Uang Elektronik) <p>Variabel Terikat:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Perilaku Konsumtif <p>Variabel Mediasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kontrol Diri 	Regresi Linear Berganda dan <i>Path Analysis</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Penggunaan <i>E-money</i> berpengaruh langsung secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Kontrol diri berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

				- Kontrol diri mampu memediasi pengaruh <i>e-money</i> terhadap perilaku konsumtif.
10.	Akbar (2023)	Variabel Bebas: - <i>E-money</i> (Uang Elektronik) Variabel Terikat: - Perilaku Konsumtif Variabel Mediasi: - Kontrol Diri	Regresi Linear Berganda dan <i>Path Analysis</i>	- <i>E-money</i> secara parsial dapat mempengaruhi Perilaku Konsumtif. - <i>E-money</i> dapat mempengaruhi Kontrol Diri. - Kontrol Diri secara parsial tidak mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif. - Kontrol diri mampu memediasi antara pengaruh <i>e-money</i> dan perilaku konsumtif

Sumber : Disarikan dari Berbagai Jurnal untuk Penelitian ini,

2.7 Pengaruh antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa yang sudah mendapatkan mata kuliah manajemen keuangan mempunyai pemahaman terkait literasi keuangan yang dapat dikatakan baik. Namun hal itu tidak memiliki dampak secara langsung terhadap perilaku konsumtif, apabila dilihat dari pengujian hipotesis mahasiswa memiliki pengetahuan serta pemahaman yang baik terkait literasi keuangan, namun sebagian mahasiswa tidak mengaplikasikan pengetahuan serta pemahaman tersebut di kehidupannya. Pemahaman mata kuliah manajemen keuangan yang baik dapat diselaraskan dengan praktik pengelolaan keuangan sehingga dapat mencegah dari perilaku konsumtif. Pada penelitian

yang dilakukan Lailatul Mufidah, (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan Salsabila, (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H1 : Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

2.7.2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup menurut Kotler dalam Rosniawati (2021) adalah pola kehidupan di dunia yang mengekspresikan dirinya dalam aktivitas, minat dan pendapatnya. Dan gaya hidup menurut Sumarwan dalam Rosniawati (2021) adalah aktivitas, minat dan pendapat seseorang, yang biasanya tidak permanen dan berubah gaya dengan cepat, seseorang dapat dengan cepat mengubah model dan merk pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan dalam hidupnya. Gaya hidup merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, gaya hidup menurut Tambunan (2007) dalam Kanserina (2015) adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan. Dalam penelitian Krismayanti et al., (2023), gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ngampus et al., (2023) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka

semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena gaya yang berlebihan tanpa berpikir rasional.

H2 : Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

2.7.3. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif

Teknologi pembayaran digital lebih nyaman, efisien, dan aman daripada metode pembayaran tradisional saat melakukan bisnis melalui internet (Puspita, 2019). Penggunaan uang elektronik (*electronic money*) memudahkan transaksi pembelian yang dilakukan oleh masyarakat khususnya mahasiswa karena pada usia remaja membuat rawan akan perilaku konsumtif. *Electronic Money* dinilai dapat memberikan manfaat dan keuntungan yang didapatkan, kemudian dalam penggunaannya yang mudah dan fleksibel dimana saja, serta keamanan yang terjamin. Hal tersebut juga didukung oleh anjuran *physical distancing*, sehingga mengurangi kontak fisik sehingga penggunaan *Electronic Money* dalam bertransaksi semakin dibutuhkan. Kemudian pola konsumsi dari mahasiswa yang sebelumnya “*farm to table*” beralih menjadi “*e-commerce*”, dimana pola konsumsi mahasiswa yang tadinya mereka melakukan kegiatan belanja dengan datang langsung pada penjual atau toko kemudian beralih menggunakan sistem belanja *online* melalui *e-commerce* yang

mana dilengkapi dengan metode pembayaran online, baik melalui dompet digital maupun *m-banking*.

Hal ini berarti penggunaan *Electronic Money* yang tinggi menjadi faktor peningkatan perilaku konsumtif. Pada penelitian yang dilakukan oleh Haq et al., (2023) menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik berdampak pada perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini berarti semakin tinggi penggunaan *E-money* mempengaruhi peningkatan perilaku konsumtif. Sebaliknya, apabila penggunaan *E-money* dapat dijaga sehingga tingkat penggunaan *E-money* rendah, hal itu dapat menurunkan perilaku konsumtif dari mahasiswa. Hal ini juga di dukung penelitian yang dilakukan Layaman et al., (2022) yang menyatakan bahwa variabel *E-money* secara parsial mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa *e-money* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H3 : Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

2.7.4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri

Literasi keuangan lebih dikenal dengan pengetahuan dalam pengaturan keuangan adalah salah satu perilaku ekonomi yang berkembang di masyarakat dan telah dijalani selama bertahun-tahun. Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar

terhindar dari masalah keuangan, serta menjadi hal sangat penting seiring berkembangnya waktu. Literasi keuangan juga dapat dipengaruhi oleh pendapatan yang diterima. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka seseorang dapat mengontrol dirinya dengan baik, jika pengetahuan keuangan rendah, maka mahasiswa akan cenderung lepas kontrol atau kurang dapat mengendalikan diri dari hal-hal yang dapat merugikan dirinya sendiri. Menurut Chairiah & Siregar, (2022) Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap *Self control* pada mahasiswa. Kemudian menurut Izazi et al., (2020) terdapat pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap *self control* mahasiswa.

H4 : Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri

2.7.5. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kontrol Diri

Gaya hidup negatif yang muncul akibat modernisasi dan perubahan nilai yaitu gaya hidup hedonis. Kehidupan remaja cenderung mengikuti gaya hidup hedonis, gaya hidup ini merupakan pola perilaku yang dapat ditemukan melalui tindakan, ketertarikan dan opini yang mengutamakan pada pemuasan kebutuhan materi untuk mencapai kesenangan hidup (Sukarno & Indrawati, 2018). Motivasi hedonis tumbuh karena adanya kebutuhan yang bersifat psikis seperti rasa ingin puas, gengsi, emosi dan perasaan subjektif lainnya (Mulianingsih, 2019). Gaya hidup ini hanya mementingkan

kesenangan pribadi dan tidak memperdulikan ketidaksenangan. Hedonisme adalah pemahaman mengenai usaha seseorang untuk hidup dengan mencari kesenangan sebagai tujuan utamanya, terutama untuk dirinya sendiri (Ariyanti, 2019). Mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis memiliki sifat ingin terlihat berbeda dari yang lainnya. Mahasiswa akan lebih menghabiskan waktunya diluar rumah, *hang-out* bersama teman-teman di mall, membeli barang-barang yang bermerek (*branded*).

Kontrol diri dinilai mampu menekan adanya keinginan seseorang dalam mengikuti tren gaya hidup yang sekarang. Dengan kontrol diri yang baik, seseorang akan mampu mengelola kebiasaan hidupnya dengan gaya hidup yang sederhana sehingga keuangannya juga akan tetap tertata dengan baik. Pada penelitian sebelumnya belum terdapat penelitian mengenai gaya hidup terhadap kontrol diri. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkap apakah gaya hidup akan mempengaruhi kontrol diri. Namun pada penelitian sebelumnya, gaya hidup sudah pernah diuji dengan variable dependen (terikat) yang berbeda, yaitu pengelolaan keuangan dengan hasil gaya hidup berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

H5 : Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri

2.7.6. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Kontrol Diri

Kontrol diri pada dasarnya penggambaran diri seseorang untuk memahami seberajauh hubungan antara tindakan yang dilakukan dengan akibat yang terjadi atas tindakan tersebut. Kontrol diri dalam keuangan memiliki makna kemampuan atau kecakapan seseorang dalam mengendalikan keuangannya. Sering kali seseorang hanya berpikir tentang keuangan jangka pendek saja, dalam hal ini terdapat kecenderungan untuk membelanjakan semua penghasilan bahkan melebihi penghasilan itu sendiri (melalui hutang). Untuk itu kontrol diri berperan menekan pengeluaran yang tidak terencana serta adanya tindakan untuk mulai menata tujuan keuangan untuk masa depan.

Dengan adanya uang elektronik yang mana penggunaannya sangat mudah dan fleksibel, dapat membuat seseorang bisa saja kalap membelanjakan uangnya dengan tanpa perhitungan. Maka kontrol diri mempunyai peran penting dalam penggunaan uang elektronik. Dalam penelitian (Dewi et al., 2021) penggunaan *e-money* berpengaruh langsung secara signifikan terhadap kontrol diri mahasiswa.

H6 : Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri

2.7.7. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Kontrol diri pada dasarnya merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang untuk membimbing tingkah laku diri untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku *impulsive*

pada diri seseorang itu sendiri. Peran kontrol diri dalam perilaku konsumtif sangatlah penting. Hasil penelitian Dewi et al., (2021) menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk membelanjakan uangnya secara positif. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan dan bukan hanya memuaskan keinginan. Tidak mudah terpengaruh oleh tawaran penjual, tidak terpengaruh oleh diskon harga, percaya diri dengan penampilan sewajarnya, dan mampu menata uang dengan lebih efisien. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rakhman & Pertiwi, (2023) yang menyatakan, kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H7 : Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif

2.7.8. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

Menurut Agasi & Aryani, (2024) *self control* yang lebih baik dan literasi keuangan ini mengarah pada kesejahteraan finansial yang lebih besar. Pengendalian diri serta financial literacy mempengaruhi kesejahteraan keuangan. Menurut Sari (2019) Kontrol diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumsi, apabila kendali seseorang menurun maka meningkat konsumtifnya, sebaliknya.

Individu yang mempunyai literasi keuangan yang benar dapat mengendalikan uangnya, sehingga dapat mengendalikan diri serta menghindari perilaku konsumtif begitu juga sebaliknya literasi yang buruk cenderung memakai uang secara tidak hati-hati, sehingga menjadikan berperilaku konsumtif karena tidak adanya pengendalian diri. Penelitian yang dilakukan Izazi et al., (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan *self control* sebagai variabel mediasi. Hal ini didukung dengan penelitian Chairiah & Siregar, (2022) yang menyatakan bahwa pengaruh tidak langsung variabel Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan dimediasi *Self control*.

H8 : Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

2.7.9. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

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. Menurut pendapat Alamanda (2018) gaya hidup berkaitan dengan *activity*, *interest* dan *opinion* dalam mengatur dan merefleksikan status sosial seseorang.

Sedangkan kontrol diri adalah keahlian dimiliki seseorang dalam mengendalikan kejadian-kejadian yang terjadi dalam hidupnya dalam mencapai keinginannya baik mengontrol diri internal maupun mengontrol diri eksternal (Izazi et al., 2020). Menurut Herlina & Sari, (2023) *self control* merupakan kemampuan bertindak dalam situasi yang dihadapi dengan mengendalikan apa yang terjadi didalam dirinya. Dapat ditarik kesimpulan *self control* yaitu keahlian mengontrol diri dalam menghadapi situasi yang terjadi dalam hidupnya. Individu dapat membaca situasi yang terjadi untuk mencapai keinginannya dengan mengontrol diri baik kontrol diri internal maupun kontrol diri eksternal.

Pada penelitian sebelumnya belum terdapat penelitian mengenai control diri dalam memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkap apakah kontrol diri akan dapat memediasi pengaruh dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Namun berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, kontrol diri sudah pernah di uji namun sebagai pemoderasi dengan variabel dependen (terikat) perilaku konsumtif dengan variabel independent (bebas) gaya hidup, dengan hasil kontrol diri mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

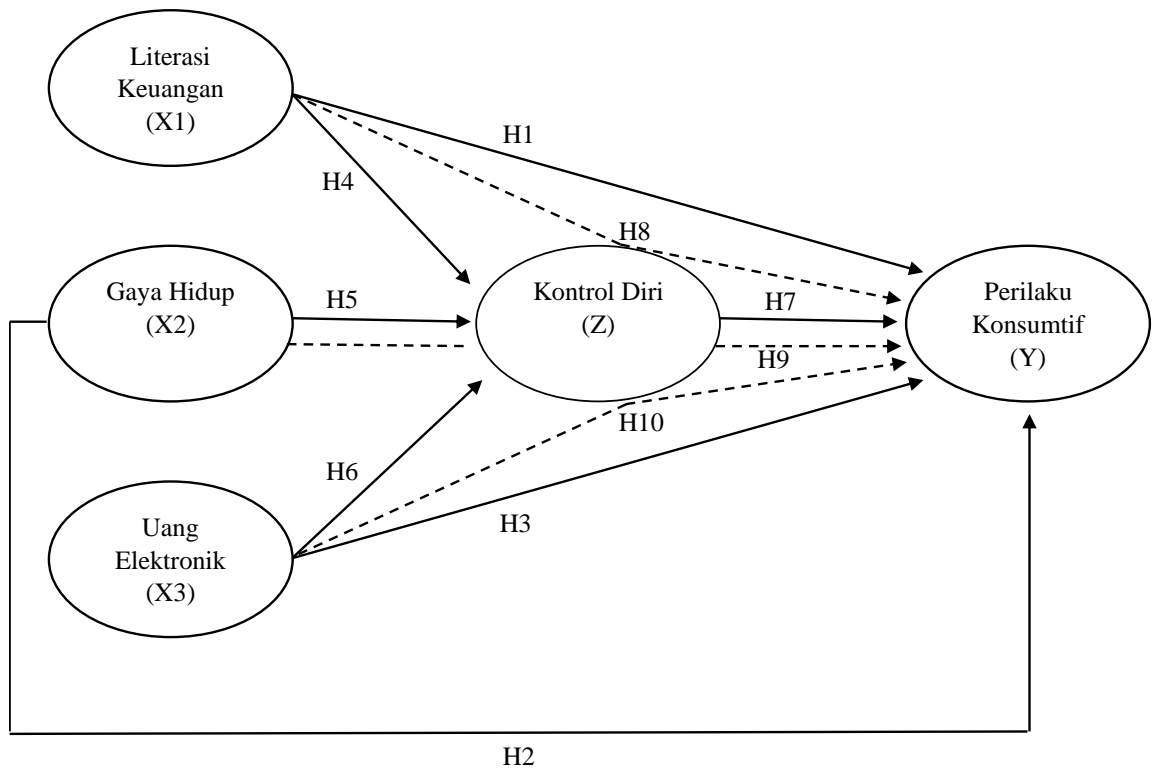
H9 : Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

2.7.10. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

Peran kontrol diri dalam perilaku konsumtif sangatlah penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk membelanjakan uangnya secara positif. Jika mahasiswa memiliki kontrol diri yang tinggi, maka penggunaan *e-money* dapat menekan atau mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dalam artian, mahasiswa menggunakan *e-money* hanya sebatas kebutuhan saja, misalkan untuk pembayaran kuliah atau membeli kebutuhan primer lainnya. Dalam penelitian Layaman et al., (2022) menyatakan bahwa variabel kontrol diri mampu memediasi antara pengaruh *e-money* dan perilaku konsumtif pada Mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian Dewi et al., (2021) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kontrol diri mampu memediasi antara *e-money* dengan perilaku konsumtif, dengan demikian mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan *e-money* hanya sebatas kebutuhan saja seperti pembayaran kuliah dan membeli kebutuhan primer lainnya. Secara umum, seseorang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak berperilaku konsumtif.

H10 : Uang Elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening*

2.8 Model Empiris Penelitian



Gambar 2. 1
Pengembangan Model Penelitian
Sumber : Dikembangkan untuk studi ini, 2024

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian atau metode penelitian, merupakan rancangan kegiatan pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis. Singkatnya, definisi desain penelitian ini adalah bentuk rancangan penelitian yang disusun sedemikian rupa supaya dapat menuntun peneliti dalam upaya memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitiannya.

Desain atau metode pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2016), menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme, di gunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel umumnya random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tentukan.

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini merupakan jenis penelitian asosiatif kausal (*causal associative research*) atau penelitian dengan menggunakan pendekatan hubungan kausal, yaitu pola hubungan yang memiliki sifat sebab akibat. Menurut (Sugiyono, 2016) Jenis penelitian

ini merupakan penelitian dengan sifat yang mana menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

3.2 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek penelitian. Populasi juga dapat didefinisikan sebagai jumlah keseluruhan dari satuan-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Satuan istilah ini mengacu kepada unit analisis. Bisa dalam bentuk orang-orang, benda-benda, lembaga-lembaga, institusi-institusi, dan lain sebagainya.

Sedangkan menurut Sugiyono (2010) berpendapat bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sehingga dalam melakukan penelitian, seorang peneliti perlu menentukan karakteristik dari objek penelitian. Baru kemudian mencari populasi atau objek penelitian yang secara keseluruhan memenuhi kriteria tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, dari semua angkatan yaitu mulai dari angkatan 2020 sampai dengan angkatan 2023. Diketahui jumlah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas PGRI Semarang angkatan 2020-2023 adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 1
Data Mahasiswa FEB UPGRIS angkatan 2020-2023

No.	Tahun Angkatan	Jumlah Mahasiswa
1.	2020	337
2.	2021	300
3.	2022	385
4.	2023	442
Total		1.464

Sumber : Data Akademik mahasiswa FEB UPGRIS

3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016), sampel di artikan sebagai bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Dijelaskan pula pengambilan sampel dilakukan peneliti karena beberapa kondisi. Pertama, karena jumlah suatu objek penelitian sangat besar dan peneliti tidak mungkin meneliti objek satu per satu secara keseluruhan. Kedua, bertujuan untuk mempelajari objek penelitian dalam skala kecil yang kemudian diberlakukan kepada keseluruhan objek penelitian. Sehingga bisa memanfaatkan waktu sebaik mungkin karena tidak perlu meneliti objek yang jumlahnya terlalu banyak dan karakternya terlalu beragam.

Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, dari angkatan 2020 sampai dengan angkatan 2023. Untuk mengukur besaran sampel yang akan di gunakan dalam penelitian ini, yaitu pengukuran sampel menggunakan rumus Slovin, dimana rumus ini mampu mengukur besaran sampel yang akan diteliti oleh peneliti. Rumus Slovin adalah rumus statistik yang digunakan untuk menghitung jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian berdasarkan populasi yang ada. Rumus ini digunakan dalam penelitian dan pemilihan sampel untuk memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili populasi secara umum.

Rumus Slovin digunakan untuk menghindari kesalahan pengambilan sampel yang mungkin terjadi jika sampel terlalu kecil atau terlalu besar. Penentuan besarnya sampel berdasarkan presentase *error of margin* menurut Yount (1999) adalah sebagai berikut :

Tabel 3. 2
Error Of Margin

Besarnya Populasi	Besar Sampel
0-100	100%
101-1000	10%
1.001-5.000	5%
5.001-10.000	3%
>10.000	1%

Pada penelitian ini, populasi sebanyak 1.464 maka dengan itu digunakan presentase *error of margin* 5%. Besaran sampel yang diteliti adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{1.464}{1.464 \times 0,05^2 + 1} = 314,16 / 314$$

keterangan : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Nilai Kritis (batas kesalahan) yang diinginkan

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka jumlah sampel atau responden dalam penelitian ini nantinya adalah sebanyak 314 mahasiswa Fakultas Ekonmi dan Bisnis.

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Supardi (1993), teknik pengambilan dan penarikan sampel merupakan suatu cara atau teknik yang digunakan dalam menentukan sampel penelitian. Hal yang sama disampaikan oleh Margono (2004), penentuan dan pengambilan sampel harus sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar sampel yang diperoleh dapat mewakili populasi. Pengambilan sampel bertujuan untuk membantu peneliti dalam mengatasi keterbatasan-keterbatasan yang dapat peneliti jumpai di lapangan seperti :

1. Apabila populasi terlalu banyak atau jangkauan terlalu luas sehingga tidak memungkinkan bagi kita untuk melakukan pengambilan data pada seluruh populasi.
2. Terkendala dalam hal keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya.
3. Adanya asumsi awal bahwa keseluruhan dalam populasi bersifat seragam sehingga bisa diwakili oleh beberapa sampel yang akan kita ambil.

Dalam pengambilan sampel, terdapat beberapa teknik dalam pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* merupakan pengambilan sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi dan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

3.3 Pengembangan Pengukuran Variabel Penelitian

Penelitian ini mengukur pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, uang elektronik terhadap perilaku konsumtif dengan kontrol diri sebagai variabel *intervening*. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas, variabel terikat, dan variabel *intervening*/mediasi. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan uang elektronik, kemudian variabel terikat dalam penelitian ini yaitu perilaku konsumtif, sedangkan variabel *intervening* dalam penelitian ini yaitu kontrol diri.

Definisi Operasional Variabel Penelitian :

Tabel 3.3
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	Perilaku Konsumtif (Y)	Menurut Ngampus et al., (2023), Perilaku konsumtif merupakan perilaku saat membeli produk barang atau jasa yang tidak berdasar pada pemikiran rasional (dengan pertimbangan yang matang) namun hanya dilandasi keinginan untuk pemenuhan hasrat semata.	Indikator perilaku konsumtif menurut (Ngampus et al., 2023) diantaranya: 1. Berbelanja product atas dasar trend, 2. Berbelanja product atas dasar sampul yang menarik, 3. Berbelanja barang atau jasa karena potongan atau iming-iming hadiah, 4. Membeli barang atau jasa untuk memperlihatkan status dalam pergaulan. 5. Membeli barang atau jasa karena mengidolakan tokoh tertentu.
2.	Literasi Keuangan (X1)	Menurut (Harahap & Bustami, 2021) Literasi keuangan adalah kemampuan membaca, menganalisis, mengelola, dan mengomunikasikan tentang kondisi keuangan pribadi yang mempengaruhi kesejahteraan materi.	Indikator-indikator dari literasi keuangan (Jayanti & Permadhy, 2019), yaitu: 1. Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan 2. Pengelolaan kredit 3. Pengelolaan tabungan dan investasi 4. Manajemen risiko
3.	Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup adalah cara seseorang menjalani hidupnya untuk bertahan hidup, yang dapat dilihat dari aktivitas, minat, dan	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rakhman & Pertiwi, (2023), indikator gaya hidup yaitu :

		pendapatnya (Ngampus et al., 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan (Activity) 2. Minat (Interest) 3. Opini (Opinion).
4.	Uang Elektronik (X3)	Uang elektronik adalah uang tidak nyata yang disimpan dalam chip atau server dan digunakan untuk bertransaksi dengan mitra penerbit (Ngampus et al., 2023).	<p>Menurut pendapat Nainggolan (2022) indikator penggunaan uang elektronik dapat dilihat dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Manfaat yang didapatkan 2. Kepraktisan yang diperoleh 3. Kepercayaan saat memakai 4. Kemudahan dalam menggunakan
5.	Kontrol Diri (Z)	Kontrol diri juga dikenal sebagai <i>self control</i> , adalah kemampuan seseorang untuk mengontrol tingkah lakunya dengan menekan, mengatur, atau mengarahkan keinginan mereka dengan berbagai pertimbangan (Layaman et al., 2022).	<p>Indikator kontrol diri pada penelitian (Dewi et al., 2021), terdiri atas beberapa poin berikut ini :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kontrol perilaku 2. Kontrol Kognitif 3. Kontrol Keputusan

Sumber : artikel penelitian terdahulu

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sumber yang di gunakan untuk pengambilan data yang akan digunakan di dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut :

3.4.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden. Pengertian lain dari data primer adalah bentuk dari data yang telah di hasilkan lewat metode penyebaran kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik pengumpulan data primer dengan cara membagikan kuisisioner online dengan menggunakan

google form kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

3.4.2. Data Sekunder

Data sekunder di dapat dari data mahasiswa, internet, dan jurnal terdahulu sebagai pembanding data atau acuan dalam penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). PLS merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan berdasarkan *variance* atau *component based structural equation modeling*. Penelitian ini memiliki model yang kompleks serta jumlah sampel yang terbatas, sehingga dalam analisis data menggunakan *software* SmartPLS. Dalam mengolah data menggunakan *software* SmartPLS adapun uji yang dilakukan, adalah :

3.5.1. Path Coefficients

Tujuan dari dilakukannya analisis *path coefficients* yakni untuk menunjukkan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel lainnya pada penelitian.

3.5.2. Analisa Outer Model

Menurut Husein (2015) analisa *outer* model dilakukan untuk memastikan bahwa *measurement* yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid dan reliabel). Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

1. *Convergent Validity*. Pengujian *discriminant validity* memiliki pandangan bahwa setiap pengukur (*manifest variable*) indikator yang berbeda tidak boleh memiliki korelasi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan indikator-indikator konstruk lain. *Convergent validity* adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan $> 0,7$.
2. *Discriminant validity* adalah nilai *crossloading* faktor yang berguna apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai. Caranya dengan membandingkan nilai konstruk yang dituju harus lebih besar dengan nilai konstruk yang lain.
3. *Composite reliability* adalah pengukuran apabila nilai reliabilitas $> 0,7$ maka nilai konstruk tersebut mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi.
4. *Average Variance Extracted (AVE)* adalah rata-rata varian yang setidaknya sebesar 0,5.
5. *Cronbach alpha* adalah perhitungan untuk membuktikan hasil *composite reliability* dimana besaran minimalnya adalah 0,6.

3.5.3. Analisa Inner Model

Pada analisa model ini adalah untuk menguji hubungan antara konstruksi laten. Ada beberapa perhitungan dalam analisa ini :

1. *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Sarwono (2015) menjelaskan kriteria batasan nilai R

square ini dalam tiga klasifikasi, yaitu 0,67 sebagai substantial; 0,33 sebagai moderat dan 0,19 sebagai lemah”.

2. *Effect size* (F square) untuk mengetahui kebaikan model. Menurut Ghozali (2015) interpretasi nilai f square yaitu 0,02 memiliki pengaruh kecil; 0,15 memiliki pengaruh moderat dan 0,35 memiliki pengaruh besar pada level struktural.

3.5.4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai probabilitas. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan nilai statistik, standar nilai t-statistik adalah $>1,96$ maka terdapat pengaruh yang signifikan. Begitu pula sebaliknya, jika nilai t-statistik $<1,96$ maka tidak ada pengaruh signifikan. Sedangkan untuk pengujian hipotesis menggunakan probabilitas, digunakan standar 5% (0,05) dengan H_a di terima jika nilai $p < 0,05$ dan jika nilai p-value $>0,05$ maka H_a ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Pengumpulan Data di Lapangan

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang angkatan 2020-2023. Pengumpulan data dengan menggunakan *Google form* yang di sebarakan secara *online* melalui *WhatsApp* dengan menghubungi satu persatu mahasiswa yang dituju sebagai responden. Kuesioner di *upload* pada tanggal 20 Mei 2024 pukul 07.00 dan ditutup pada tanggal 8 Juni 2024 pukul 15.00. Hasil dari pengumpulan data yang telah di lakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Data Kuesioner

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Kuesioner yang diterima	320	100%
Kuesioner yang memenuhi	314	98%
Kuesioner yang tidak memenuhi	6	2%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang telah diterima penulis sebanyak 320 (100%). Dari total kuesioner yang diterima, yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 314 (98%) kuesioner yang siap untuk di analisis. Sedangkan 6 (2%) kuesioner tidak memenuhi karena jawaban responden yang tidak sesuai dengan ketentuan pengisian yang telah di instruksikan.

4.2 Deskripsi Umum Objek/Tempat Penelitian

Universitas PGRI Semarang merupakan perguruan tinggi swasta di Kota Semarang yang berlokasi di jalan Sidodadi Timur No. 24. Terdiri dari jenjang Pascasarjana dan Sarjana yang memiliki beberapa Fakultas dengan salah satunya yaitu Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Awalnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis hanya terdiri dari program studi manajemen saja, tetapi kini telah memiliki dua program studi yaitu program studi manajemen dan bisnis digital. Jumlah seluruh mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis kini sebanyak 1.646 mahasiswa.

4.3 Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang dari angkatan 2020-2023 dengan jumlah sampel sebanyak 314 responden.

4.3.1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
Laki-laki	87	28%
Perempuan	227	72%
Jumlah	314	100%

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, bisa dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 227 orang (72%),

sedangkan reponden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 87 orang (28%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berkontribusi dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.

4.3.2. Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi/Jurusan

Tabel 4. 3
Karakteristik Responden berdasarkan Program Studi

Program Studi	Frekuensi	Presentase (%)
Manajemen	295	94%
Bisnis Digital	19	6%
Jumlah	314	100%

Sumber : Data diolah 2024

Dari tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah responden dari program studi Manajemen lebih banyak, yaitu 295 orang dengan presentase 94%, sedangkan responden dari program studi Bisnis Digital sebanyak 19 orang dengan presentase 6%. Maka dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan program studi didominasi oleh responden mahasiswa dari program studi Manajemen.

4.3.3. Karakteristik Responden berdasarkan Tahun Angkatan

Tabel 4. 4
Karakteristik Responden berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Frekuensi	Presentase (%)
2020	144	46%
2021	73	23%

2022	44	14%
2023	53	17%
Jumlah	314	100%

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat dilihat bahwa responden dari angkatan tahun 2020 sebanyak 144 orang (46%), responden dari angkatan 2021 sebanyak 73 orang (23%), responden dari angkatan 2022 sebanyak 44 orang (14%), dan responden dari angkatan 2023 sebanyak 53 orang (17%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang banyak berkontribusi dalam penelitian ini adalah responden dari angkatan 2020.

4.4 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

4.4.1. Hasil Uji Validitas

Pada uji validitas terdapat dua jenis uji validitas, yaitu uji validitas konvergen dan uji validitas diskriminan. Uji validitas digunakan untuk melihat apakah data yang telah di uji tersebut valid atau tidak.

1. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen dapat dilakukan dengan melihat hasil dari *Outer Loadings* dan nilai *Average Variance Extracted* (AVE). Syarat nilai *Outer Loadings* untuk dapat dikatakan valid adalah jika nilai *loading factor* $> 0,7$, sedangkan untuk batas nilai *Average Variance Extracted* (AVE) untuk bisa dikatakan valid

adalah ketika masing-masing konstruk memenuhi kriteria nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yaitu $> 0,5$. Hasil *Outer Loadings* yang didapat dari pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 5
Outer Loadings

	GAYA HIDUP	KONTROL DIRI	LITERASI KEUANGAN	PERILAKU KONSUMTIF	UANG ELEKTRONIK	Ket
GH1	0.902					Valid
GH2	0.908					Valid
GH3	0.912					Valid
GH4	0.937					Valid
GH5	0.930					Valid
GH6	0.921					Valid
GH7	0.923					Valid
GH8	0.929					Valid
GH9	0.911					Valid
KD1		0.818				Valid
KD2		0.836				Valid
KD3		0.874				Valid
KD4		0.875				Valid
KD5		0.850				Valid
KD6		0.791				Valid
KD7		0.905				Valid
KD8		0.860				Valid
KD9		0.887				Valid
LK1			0.809			Valid
LK10			0.891			Valid
LK11			0.795			Valid
LK12			0.838			Valid
LK2			0.829			Valid
LK4			0.753			Valid
LK5			0.859			Valid
LK6			0.819			Valid
LK7			0.841			Valid
LK9			0.835			Valid
PK1				0.899		Valid
PK10				0.883		Valid

	GAYA HIDUP	KONTROL DIRI	LITERASI KEUANGAN	PERILAKU KONSUMTIF	UANG ELEKTRONIK	Ket
PK11				0.881		Valid
PK12				0.888		Valid
PK13				0.893		Valid
PK14				0.881		Valid
PK15				0.888		Valid
PK2				0.892		Valid
PK3				0.885		Valid
PK4				0.906		Valid
PK5				0.869		Valid
PK6				0.894		Valid
PK7				0.880		Valid
PK8				0.872		Valid
PK9				0.843		Valid
UE1					0.719	Valid
UE10					0.878	Valid
UE11					0.809	Valid
UE12					0.786	Valid
UE2					0.794	Valid
UE4					0.761	Valid
UE5					0.807	Valid
UE6					0.798	Valid
UE7					0.848	Valid
UE8					0.832	Valid
UE9					0.767	Valid

Sumber : Data diolah 2024

Tabel 4.5 di atas merupakan hasil indikator outer loadings yang telah di modifikasi. Seluruh indikator telah signifikan dengan nilai lebih dari kriteria yaitu > 0.7 setelah indikator LK3, LK8, dan UE3 dihapus.

Tabel 4. 6
Average Variance Extracted (AVE)

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Gaya Hidup	0.977	0.978	0.980	0.845

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Kontrol Diri	0.955	0.970	0.961	0.733
Literasi Keuangan	0.949	0.968	0.956	0.685
Perilaku Konsumtif	0.980	0.981	0.982	0.781
Uang Elektronik	0.944	0.948	0.952	0.641

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap variabel masing-masing telah memenuhi yaitu > 0.5 . Oleh karena itu, semua indikator tiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Validitas Diskriminan

Uji validitas diskriminan dapat dilihat pada nilai *cross loading* tertinggi antara indikator dan konstraknya. Nilai *cross loading* dianggap baik apabila memiliki nilai lebih dari 0.6 (Hair et al., 2010). Hasil dari *cross loading* dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 7
Uji Validitas Diskriminan

	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Uang Elektronik
Gaya Hidup	0.919				
Kontrol Diri	-0.147	0.856			
Literasi Keuangan	-0.145	0.229	0.828		
Perilaku Konsumtif	0.471	-0.14	-0.01	0.884	
Uang Elektronik	0.124	0.16	0.138	0.243	0.801

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, diketahui bahwa masing-masing indikator memiliki nilai *cross loading* terbesar pada konstruk latennya

sendiri dibandingkan pada konstruk lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa indikator-indikator dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik (valid), sehingga dapat dikatakan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini valid.

4.4.2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilihat berdasarkan nilai *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Konstruk dapat dikatakan reliabel apabila nilai *composite reliability* > 0.7 dan nilai *Cronbach's alpha* > 0.7 .

Tabel 4. 8
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Gaya Hidup	0.977	0.978	0.980	0.845
Kontrol Diri	0.955	0.970	0.961	0.733
Literasi Keuangan	0.949	0.968	0.956	0.685
Perilaku Konsumtif	0.980	0.981	0.982	0.781
Uang Elektronik	0.944	0.948	0.952	0.641

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* dari variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Uang Elektronik, Kontrol Diri, dan Perilaku Konsumtif masing-masing telah memenuhi kriteria, yaitu > 0.7 . Oleh karena itu, semua indikator tiap variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

4.5 Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Penelitian

Deskripsi variabel suatu penelitian memiliki tujuan, yaitu untuk menggambarkan variabel-variabel yang terkait pada penelitian tersebut

dengan cara menginterpretasikan data dalam bentuk frekuensi jawaban dari seluruh responden, baik dalam bentuk jumlah maupun presentase, berdasarkan item-item yang termasuk dalam variabel tersebut. Pada penelitian ini, variabel yang tercakup adalah variabel Literasi Keuangan (LK), Gaya Hidup (GH), Uang Elektronik (UE), Perilaku Konsumtif (PK), dan Kontrol Diri (KD) yang berperan sebagai variabel *Intervening*/Mediasi. Setiap variabel terdiri dari enam kategori penilaian dari skala rendah ke tinggi yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (kurang setuju), 4 (cukup setuju), 5 (setuju), dan 6 (sangat setuju). Berikut adalah deskripsi jawaban responden yang telah dikelompokkan berdasarkan setiap variabel.

4.5.1. Distribusi frekuensi variabel Literasi Keuangan (X1)

Tabel 4. 9
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
LK1	0	0	4	1,3	6	1,9	3	0,9	183	58,3	118	37,6	314	100
LK2	1	0,3	5	1,6	4	1,3	4	1,3	238	75,8	62	19,7	314	100
LK4	2	0,6	4	1,3	6	1,9	6	1,9	247	78,7	49	15,6	314	100
LK5	1	0,3	7	2,2	2	0,6	6	1,9	254	81	44	14	314	100
LK6	0	0	5	1,6	5	1,6	3	0,9	164	52,2	137	43,6	314	100
LK7	2	2,2	5	1,6	3	0,9	4	1,3	223	71	77	24,5	314	100
LK9	2	0,6	4	1,3	4	1,3	5	1,6	189	60,2	110	35	314	100
LK10	0	0	7	2,2	3	0,9	1	0,3	225	71,7	78	24,8	314	100
LK11	0	0	5	1,6	5	1,6	3	0,9	238	75,8	63	20	314	100
LK12	1	0,3	6	1,9	2	0,6	1	0,3	223	71	81	25,8	314	100

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data dari tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa dari 314 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan pernyataan pada keseluruhan item dari variabel literasi keuangan.

4.5.2. Distribusi frekuensi variabel Gaya Hidup (X2)

Tabel 4. 10
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
GH1	4	1,3	28	8,9	81	25,8	61	19,4	100	31,8	40	12,7	314	100
GH2	7	2,2	29	9,2	79	25,2	50	15,9	102	32,5	47	15	314	100
GH3	16	5	38	12,1	61	19,4	50	15,9	107	34,1	42	13,4	314	100
GH4	35	11	38	12,1	42	13,4	64	20,4	102	32,5	33	10,5	314	100
GH5	28	8,9	37	11,8	51	16,2	79	25,2	93	29,6	26	8,3	314	100
GH6	25	8	29	9,2	61	19,4	66	21	104	33,1	29	9,2	314	100
GH7	22	7	39	12,4	53	15,9	63	20	106	33,8	31	9,9	314	100
GH8	45	14,3	35	11,1	34	10,8	62	19,7	106	33,8	32	10,2	314	100
GH9	8	2,5	41	13,1	66	21	53	16,9	109	34,7	37	11,8	314	100

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data dari tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa dari 314 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi.

gaya hidup yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan pernyataan pada keseluruhan item dari variabel gaya hidup.

4.5.3. Distribusi frekuensi variabel Uang Elektronik (X3)

Tabel 4. 11
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Uang Elektronik

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
UE1	1	0,3	4	1,3	6	1,9	84	26,8	174	55,4	45	14,3	314	100
UE2	1	0,3	3	0,9	5	1,6	67	21,3	164	52,2	74	23,6	314	100
UE4	3	0,9	4	1,3	5	1,6	69	22	142	45,2	91	29	314	100
UE5	1	0,3	5	1,6	5	1,6	63	20	148	47,1	92	29,3	314	100
UE6	1	0,3	4	1,3	5	1,6	69	22	148	47,1	87	27,7	314	100
UE7	2	0,6	4	1,3	3	0,9	82	26,1	155	49,4	68	21,7	314	100
UE8	1	0,3	6	1,9	3	0,9	58	18,4	151	48,1	95	30,1	314	100
UE9	1	0,3	4	1,3	5	1,6	90	28,7	153	48,7	61	19,4	314	100
UE10	1	0,3	4	1,3	4	1,3	47	15	154	49	104	33,1	314	100
UE11	1	0,3	4	1,3	6	1,9	68	21,7	139	44,3	96	30,6	314	100
UE12	0	0	4	1,3	7	2,2	70	22,3	151	48,1	82	26,1	314	100

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data dari tabel 4.11 di atas dapat diketahui bahwa dari 314 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat penggunaan uang

elektronik yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan pernyataan pada keseluruhan item dari variabel uang elektronik.

4.5.4. Distribusi frekuensi variabel Kontrol Diri (Z)

Tabel 4. 12
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Kontrol Diri

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
KD1	3	0,9	8	2,5	11	3,5	47	15	146	46,5	99	31,5	314	100
KD2	0	0	10	3,2	14	4,5	4	1,3	240	76,4	46	14,6	314	100
KD3	0	0	10	3,2	15	4,8	4	1,3	223	71	62	19,7	314	100
KD4	0	0	10	3,2	14	4,5	6	1,9	200	63,7	84	26,8	314	100
KD5	1	0,3	6	1,9	17	5,4	54	17,2	151	48,1	85	27,1	314	100
KD6	2	0,6	7	2,2	15	4,8	55	17,5	166	52,9	69	22	314	100
KD7	5	1,6	10	3,2	9	2,9	44	14	157	50	89	28,3	314	100
KD8	2	0,6	7	2,2	16	5,1	65	20,7	136	43,3	88	28	314	100
KD9	1	0,3	9	2,9	15	4,8	44	14	143	45,5	102	32,5	314	100

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data dari tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa dari 314 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan pada item KD1, KD3, KD4, KD5, KD7, KD8, KD9.

4.5.5. Distribusi frekuensi variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4. 13
Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif

Item	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Kurang Setuju		Cukup Setuju		Setuju		Sangat Setuju		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
PK1	8	2,5	15	4,8	34	10,8	69	22	146	46,5	42	13,4	314	100
PK2	13	4,1	11	3,5	33	10,5	89	28,3	132	42	36	11,5	314	100
PK3	11	3,5	10	3,2	35	11,1	80	25,5	141	44,9	37	11,8	314	100
PK4	10	3,2	21	6,7	27	8,6	80	25,5	127	40,4	49	15,6	314	100
PK5	8	2,5	19	6,1	29	9,2	82	26,1	125	39,8	51	16,2	314	100
PK6	9	2,9	21	6,7	28	8,9	75	23,9	132	42	49	15,6	314	100
PK7	5	1,6	28	8,9	24	7,6	74	23,6	123	39,1	60	19,1	314	100
PK8	3	0,9	24	7,6	29	9,2	61	19,4	112	35,7	85	27,1	314	100
PK9	2	0,6	17	5,4	38	12,1	77	24,5	116	36,9	64	20,4	314	100
PK10	18	5,7	13	4,1	27	8,6	81	25,8	122	38,9	53	16,9	314	100
PK11	15	4,8	19	6,1	22	7	82	26,1	115	36,6	61	19,4	314	100
PK12	10	3,2	13	4,1	34	10,8	88	28	121	38,5	48	15,3	314	100
PK13	10	3,2	21	6,7	26	8,3	73	23,2	139	44,3	45	14,3	314	100
PK14	15	4,8	15	4,8	28	8,9	87	27,7	135	43	34	10,8	314	100
PK15	19	6,1	14	4,5	27	8,6	90	28,7	124	39,5	40	12,7	314	100

Sumber : data diolah 2024

Berdasarkan data dari tabel 4.13 di atas dapat diketahui bahwa dari 314 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas PGRI Semarang, mayoritas mahasiswa memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Hal tersebut ditunjukkan bahwa mahasiswa setuju dengan pernyataan pada keseluruhan item dari variabel perilaku konsumtif.

4.6 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*)

Uji model struktural atau *inner model* merupakan gambaran dari hubungan antar variabel. Pengukuran model struktural dilakukan dengan melihat nilai koefisien determinasi R-Square. Hasil dari nilai *R-square* dan *F-Square* yang didapat dari hasil perhitungan pada model struktural dilihat pada tabel berikut :

4.6.1. Pengukuran *R-Square*

Tabel 4. 14
Hasil Pengukuran R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Kontrol Diri	0,088	0,079
Perilaku Konsumtif	0,270	0,261

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, dapat disimpulkan bahwa :

1. *R-Square Adjusted* model Jalur I = 0,079. Artinya kemampuan variabel X, yaitu variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Uang Elektronik (X3) dalam menjelaskan variabel Kontrol Diri (Z) adalah sebesar 7,9%. Dengan demikian model tergolong lemah.
2. *R-Square Adjusted* model Jalur II = 0,261. Artinya kemampuan variabel X, yaitu variabel Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup

(X2), dan Uang Elektronik (X3) dalam menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 26,1%. Dengan demikian model tergolong lemah.

4.6.2. Pengukuran *F-Square*

Tabel 4. 15
Hasil Pengukuran *F-Square*

	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Uang Elektronik
Gaya Hidup		0,020		0,244	
Kontrol Diri				0,018	
Literasi Keuangan		0,037		0,004	
Perilaku Konsumtif					
Uang Elektronik		0,024		0,052	

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan tabel 4.15 di atas, didapat kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai = 0,004 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecil).
2. Variabel Literasi Keuangan (X1) terhadap Kontrol Diri (Z) memiliki nilai = 0,037 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecil).
3. Variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai = 0,244 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang moderat (sedang).

4. Variabel Gaya Hidup (X2) terhadap Kontrol Diri (Z) memiliki nilai = 0,02 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecl).
5. Variabel Uang Elektronik (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai = 0,052 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecil).
6. Variabel Uang Elektronik (X3) terhadap Kontrol Diri (Z) memiliki nilai = 0,024 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecil).
7. Variabel Kontrol Diri (Z) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai = 0,018 maka efek dari variabel eksogen terhadap endogen terbilang lemah (kecil).

4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis didapatkan dari pengujian sebelumnya dan dijabarkan dalam *Path Coefficient* untuk pengaruh langsung (*Direct Effect*), *Specific Indirect Effect* untuk pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*) dan *Total Effect* untuk melihat pengaruh total hipotesis. Apabila nilai P-Value kurang dari 0.05 artinya hipotesis diterima atau signifikan. Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat sebagai berikut :

4.7.1. *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

Tabel 4. 16
Hasil Pengujian *Direct Effect* (Pengaruh Langsung)

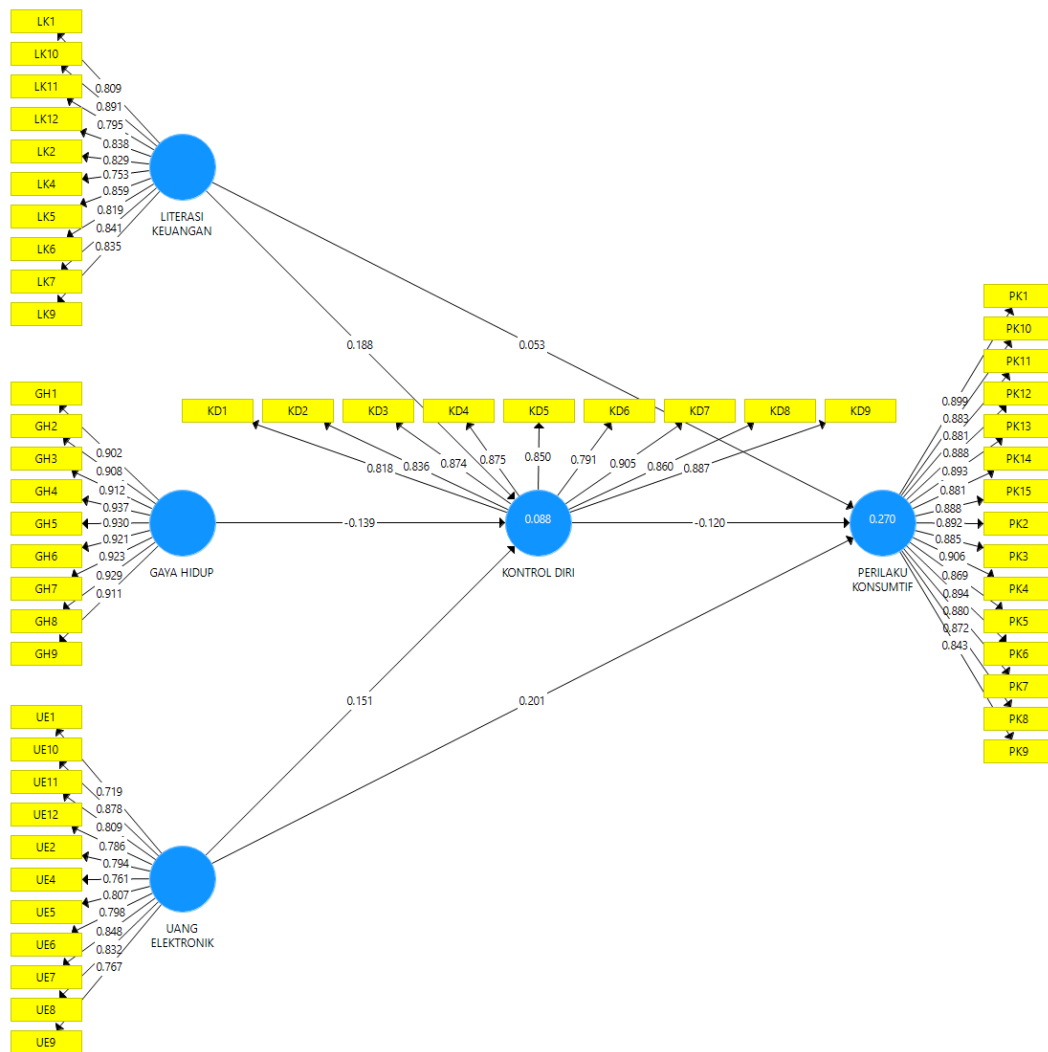
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0,053	0,052	0,061	0,870	0,385
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0,436	0,442	0,056	7,834	0,000
Uang Elektronik -> Perilaku Konsumtif	0,201	0,204	0,053	3,752	0,000
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0,188	0,195	0,074	2,550	0,011
Gaya Hidup -> Kontrol Diri	-0,139	-0,138	0,055	2,510	0,013
Uang Elektronik -> Kontrol Diri	0,151	0,159	0,072	2,087	0,038
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,12	-0,116	0,042	2,875	0,004

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data 4.16 di atas, diketahui bahwa hasil pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,385 > 0,05$ dan t-statistik sebesar $0,870 (<1,96)$, sehingga hipotesis ditolak. Artinya, variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $7,834 (>1,96)$, sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.

3. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 3,752 ($>1,96$), sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.
4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,011 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,550 ($>1,96$), sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
5. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,013 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,510 ($>1,96$), sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
6. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,038 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,087 ($>1,96$), sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
7. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,004 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,875 ($>1,96$), sehingga hipotesis diterima. Artinya, variabel Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.



Gambar 4. 1
Model Persamaan Struktural
 Sumber : Hasil data yang diolah dengan *SmartPLS*, tahun 2024

4.7.2. Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

Tabel 4. 17
Hasil Pengujian Indirect Effect (Pengaruh Tidak Langsung)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,023	-0,023	0,012	1,839	0,067
Gaya Hidup -> Kontrol	0,017	0,015	0,008	2,224	0,027

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
Diri -> Perilaku Konsumtif					
Uang Elektronik -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,018	-0,018	0,01	1,770	0,078

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.17 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif melalui variabel Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,067 > 0,05$ dan t-satistik sebesar $1,839 (<1,96)$, sehingga hipotesis ditolak. Artinya, Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening*.
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif melalui variabel Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,027 < 0,05$ dan t-satistik sebesar $2,224 (>1,96)$, sehingga hipotesis diterima. Artinya, Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening*.
3. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif melalui variabel Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,078 > 0,05$ dan t-satistik sebesar $1,770 (<1,96)$, sehingga hipotesis ditolak. Artinya, Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap

Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening*.

4.7.3. Total Effect (Pengaruh Total)

Tabel 4. 18
Hasil Pengujian Total Effect (Pengaruh Total)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gaya Hidup -> Kontrol Diri	-0.139	-0.134	0.057	2.436	0.015
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0.453	0.450	0.053	8.608	0.000
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.120	-0.119	0.043	2.797	0.005
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.188	0.197	0.076	2.464	0.014
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.031	0.028	0.061	0.500	0.617
Uang Elektronik -> Kontrol Diri	0.151	0.151	0.074	2.042	0.042
Uang Elektronik -> Perilaku Konsumtif	0.182	0.187	0.054	3.347	0.001

Sumber : Data diolah 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.18 di atas, dapat disimpulkan bahwa hasil dari pengolahan data penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,500 > 0,05$ dan t-statistik sebesar $0,870 (<1,96)$. Artinya, variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.
2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,000 < 0,05$ dan t-statistik sebesar $7,834 (>1,96)$. Artinya, variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.

3. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,001 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 3,347 ($>1,96$). Artinya, variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.
4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,014 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,464 ($>1,96$). Artinya, variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
5. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,015 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,436 ($>1,96$). Artinya, variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
6. Pengaruh Uang Elektronik terhadap Kontrol Diri memiliki hasil p-value sebesar $0,042 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,042 ($>1,96$). Artinya, variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap variabel Kontrol Diri.
7. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif memiliki hasil p-value sebesar $0,005 < 0,05$ dan t-satistik sebesar 2,797 ($>1,96$). Artinya, variabel Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif.

4.8 Pembahasan

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui, menguji, dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif, Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif yang dimediasi oleh Kontrol Diri, Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif yang dimediasi oleh Kontrol Diri dan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif yang dimediasi Kontrol Diri.

4.8.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 0.870, artinya variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilainya $< 1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.385 lebih tinggi dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis ditolak. Maka hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Mahasiswa memiliki pengetahuan yang baik mengenai pengetahuan umum keuangan, pengelolaan uang, tabungan dan investasi serta risiko yang dihadapi namun pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diterapkan dalam keseharian. Mahasiswa hanya

memperoleh pendidikan atas literasi keuangan dan dijadikan sebagai tambahan wawasan dan referensi. Namun pengetahuan tersebut tidak dapat dijadikan jaminan atas peningkatan indeks literasi keuangan mahasiswa, sehingga variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh atas bertambah atau berkurangnya perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Dengan itu, didapat kesimpulan bahwa mahasiswa yang telah memahami literasi keuangan, tidak menjadi jaminan mereka untuk tidak berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Chairiah & Siregar, (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Krismayanti et al., (2023) juga menyatakan bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

4.8.2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 7.834, artinya variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.000 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan

terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Semakin hedon atau *glamour* gaya hidup dari mahasiswa maka akan meningkatkan perilaku konsumtif. Begitupun sebaliknya, apabila gaya hidup dari mahasiswa bukan termasuk gaya hidup yang hedon, maka akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Dari analisis data yang diperoleh Gaya Hidup mahasiswa tergolong rendah, hal itu berarti gaya hidup sederhana mahasiswa mempengaruhi penurunan perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun selain melaksanakan kuliahnya mereka melakukan kegiatan dikampus maupun diluar kampus, nongkrong, *hang-out*, mengunjungi mall, atau berbelanja untuk mengikuti trend yang ada. Namun, dari kegiatan tersebut mahasiswa masih dapat menjaga gaya hidup agar tidak terjadi perilaku konsumsi yang berlebih. Mahasiswa dengan gaya hidup yang baik dapat lebih bertanggung jawab atas perilakunya sehingga dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian dari Haq et al., (2023) bahwa terdapat pengaruh dari Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan Krismayanti et al., (2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif.

4.8.3. Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 3.752, artinya variabel uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.000 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Uang Elektronik dan Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Dari hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa uang elektronik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, Indikator uang elektronik atau *e-money* yang memiliki nilai dominan adalah kemudahan dalam penggunaan *e-money*. Semakin tinggi penggunaan *e-money* yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Karena uang elektronik merupakan salah satu kemajuan dari teknologi finansial yang memberikan keuntungan dalam bentuk kemudahan dan kecepatan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai, hal ini cenderung mendorong mahasiswa untuk berperilaku sebagai konsumen dalam berbelanja *online*. Akibatnya, perilaku konsumen mahasiswa semakin meningkat

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., (2021) yang menyatakan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh

secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Begitu juga pada penelitian oleh Rakhman & Pertiwi, (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan *electronic money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.8.4. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2.550, artinya variabel literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.011 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Literasi Keuangan dan Kontrol Diri memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka seseorang tersebut dapat mengontrol dirinya dengan baik. Jika pengetahuan keuangan rendah, maka mahasiswa akan cenderung lepas kontrol atau kurang dapat mengendalikan diri dari hal-hal yang dapat merugikan dirinya sendiri. Hasil penelitian ini didukung oleh (Chairiah & Siregar, 2022) dalam penelitiannya yang menyatakan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap terhadap *Self Control*. Adapun dari penelitian Izazi et al., (2020) yang

menyatakan bahwa literasi keuangan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *self control*.

4.8.5. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2.510, artinya variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.013 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Gaya Hidup dan Kontrol Diri memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Gaya hidup mahasiswa dapat bervariasi dari satu individu ke individu yang lain, tergantung pada kebutuhan, dan prioritas mereka. Gaya hidup ini mencakup kebiasaan konsumsi seperti belanja, makanan, hiburan, dan aktivitas sosial. Misalnya, mahasiswa yang tertarik pada kegiatan sosial atau kebudayaan mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk acara-acara tersebut. Kontrol diri mahasiswa mencerminkan kemampuan mereka untuk mengatur pengeluaran dan membuat keputusan yang bijaksana terkait dengan uang dan waktu mereka. Ini termasuk kemampuan untuk menghindari pembelian impulsif dan mengatur prioritas finansial mereka.

Mahasiswa yang memiliki pengendalian diri yang baik akan cenderung memiliki pola perilaku atau gaya hidup yang cukup sehingga dapat mengurangi perilaku konsumtif ketika melakukan pembelian. Hal tersebut dapat diartikan bahwa semakin tinggi kontrol diri, maka gaya hidup akan menjadi lebih sehat (sewajarnya/tidak hedon). Begitu juga sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka gaya hidup mahasiswa termasuk dalam kategori mewah atau hedon. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sopyana, (2024) yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri.

4.8.6. Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2.087, artinya variabel uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap kontrol diri karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik). Hasil nilai p-value sebesar 0.038 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Uang Elektronik dan Kontrol Diri memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Uang Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Semakin mudah transaksi *e-money* maka akan mempengaruhi mahasiswa untuk berperilaku konsumtif, sehingga perlu adanya kontrol diri agar terhindar dari perilaku konsumtif tersebut. Seseorang

akan cenderung menghabiskan uangnya lebih banyak ketika bertransaksi dengan menggunakan *e-money* dibanding dengan uang cash. Oleh karena itu, pengeluaran dengan uang cash dapat lebih terkontrol daripada menggunakan *e-money*. Hal ini dapat menjadikan seseorang lebih memilih untuk menggunakan uang cash dalam mengontrol pengeluarannya. *E-Money* dianggap dapat meningkatkan resiko hilang kontrol dalam mengeluarkan uang serta menyebabkan *impulsive buying*.

Dengan adanya kemudahan penggunaan e-money tersebut, maka dapat mempengaruhi sikap konsumtif seseorang, sehingga perlu adanya kontrol diri dalam melakukan pembelian yang sesuai dengan kebutuhan agar seseorang itu terhindar dari perilaku konsumtif. Dengan itu dapat disimpulkan jika uang elektronik (*e-money*) memang dapat mempengaruhi kontrol diri seseorang. Hal ini didukung dengan penelitian dari Layaman et al., (2022) yang menyatakan bahwa variabel *E-Money* secara parsial mempengaruhi variabel Kontrol Diri. Adapun pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al., (2021) yang menyatakan bahwa e-money berpengaruh positif dan signifikan terhadap kontrol diri.

4.8.7. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2.875, artinya variabel kontrol diri tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena nilainya $>1,96$ (nilai standar t-statistik).

Hasil nilai p-value sebesar 0.004 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05) sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Berdasarkan dari hasil penelitian ini, kontrol diri mahasiswa tergolong sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki upaya-upaya untuk menekan hasrat untuk melakukan kegiatan konsumtif yang berlebihan. Peran kontrol diri dalam perilaku konsumtif sangatlah penting. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri mampu mengarahkan dan mengatur individu untuk membelanjakan uangnya secara positif. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri tinggi akan mampu mengatur perilaku belanjanya sesuai dengan kebutuhan dan bukan hanya memuaskan keinginannya saja. Dengan adanya kontrol diri, mahasiswa akan lebih bisa mengfusikan uangnya dengan lebih baik lagi, dengan tidak mudah terpengaruh oleh penawaran diskon harga, berpenampilan sederhana dan sewajarnya dengan penuh percaya diri, dan mampu mengelola keuangannya dengan baik dan efisien.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Rakhman & Pertiwi, (2023) yang menyatakan bahwa

kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Adapun penelitian lain dari Herlina & Sari, (2023) juga menyatakan bahwa kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

4.8.8. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dimediasi Oleh Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 1.839 <1,96 (nilai standar t-statistik) dan nilai p-value sebesar 0.067 lebih tinggi dari nilai signifikansi 5% (0.05), sehingga hipotesis ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik belum tentu memiliki kemampuan untuk mengontrol diri dalam mengambil keputusan terkait perilaku konsumsinya. Mayoritas mahasiswa Fakultas ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik dimana mereka dapat mengelola keuangan untuk kebutuhan yang dibeli atau diinginkan. Akan tetapi kontrol diri disini belum bisa berperan untuk meminimalisir konsumsi yang berlebihan pada mahasiswa. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Martono dan Sudarma, (2019) yang menyatakan bahwa kontrol diri tidak dapat memediasi pengaruh

literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, artinya seseorang tidak dapat mengontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif dengan membeli suatu barang yang diinginkannya meskipun dengan pemahaman literasi keuangan dan pengetahuan akan pengelolaan keuangan yang baik dan mumpuni.

4.8.9. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dimediasi Oleh Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 2.224 >1,96 (nilai standar t-statistik) dan nilai p-value sebesar 0.027 lebih rendah dari nilai signifikansi 5% (0.05), sehingga hipotesis diterima. Maka hubungan antara Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif yang dimediasi oleh Kontrol Diri memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki oleh mahasiswa maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif yang dimilikinya. Dari hasil diatas, dapat dikatakan bahwa kontrol diri merupakan variabel yang dapat membantu untuk menghindari perilaku konsumtif. Hal ini dapat diartikan dengan meningkatkan perencanaan, pengendalian, dan kontrol diri. Ketika ingin mengambil keputusan akan membantu menekan gaya hidup yang berlebihan karena bisa memicu perilaku

konsumtif. Gaya hidup yang lebih konsumtif cenderung mencerminkan preferensi dan kebiasaan seseorang tersebut yang mengarah pada pengeluaran yang lebih tinggi atau boros, misalnya untuk barang-barang mewah, hobi yang mahal, atau aktivitas sosial yang menghabiskan biaya. Sebagaimana contohnya, seseorang yang memiliki gaya hidup yang mengutamakan tampilan sosial atau status mungkin cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk pakaian, aksesoris, atau kendaraan yang mereknya dikenal, sebagai cara untuk mempertahankan atau meningkatkan status sosial mereka.

Kontrol diri berperan sebagai mediator dalam hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif. Kontrol diri ini mencakup kemampuan individu untuk mengendalikan perilaku yang impulsif, menunda kepuasan, dan membuat keputusan yang lebih baik terkait dengan pengeluaran mereka. Seseorang dengan tingkat kontrol diri yang tinggi mungkin lebih mampu menilai secara rasional apakah mereka lebih mengutamakan membeli barang tertentu sesuai dengan kebutuhan mereka, bahkan jika gaya hidup mereka menekankan pada konsumsi yang lebih tinggi. Dengan itu dapat disimpulkan bahwa kontrol diri mampu memediasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif ini dengan cara yang memungkinkan individu untuk mengatur dan mengendalikan keputusan konsumtif mereka.

Dengan kontrol diri yang kuat, individu dapat membatasi perilaku konsumtif yang berlebihan, meskipun mereka terpapar

dengan gaya hidup yang mendorong konsumsi yang lebih tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian oleh Sopyana, (2024) yang menyatakan bahwa variabel kontrol diri mampu memediasi pengaruh dari gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

4.8.10. Pengaruh Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Dimediasi Oleh Kontrol Diri

Hasil dari pengujian menunjukkan nilai t-statistik sebesar 1.770 <1,96 (nilai standar t-statistik) dan nilai p-value sebesar 0.078 lebih tinggi dari nilai signifikansi 5% (0.05), sehingga hipotesis ditolak. Maka hubungan antara Uang Elektronik dan Perilaku Konsumtif yang dimediasi oleh Kontrol Diri tidak memiliki pengaruh yang signifikan, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Uang Elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sopyana, (2024) yang menyatakan bahwa kontrol diri tidak memediasi e-money terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dapat dikatakan bahwa semakin tinggi penggunaan uang elektronik (*e-money*) maka akan semakin tinggi juga mahasiswa tersebut berperilaku konsumtif. Biasanya pada beberapa mahasiswa yang ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan, mereka akan berusaha agar bisa menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan

menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan mahasiswa berusaha untuk mengikuti berbagai hal yang sedang menjadi trend. Karena adanya keinginan tersebut, mahasiswa menjadi memiliki kecenderungan untuk melakukan kegiatan belanja melalui *e-commerce*, yang kebanyakan pembayarannya dengan menggunakan *e-money*.

Dengan adanya kontrol diri yang baik pada mahasiswa, penggunaan *e-money* untuk berbelanja akan bisa dikurangi sehingga perilaku konsumsinya juga tidak tinggi. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menggunakan *e-money* hanya sebatas kebutuhan saja seperti pembayaran kuliah dan membeli kebutuhan primer lainnya. Secara umum, seseorang yang mempunyai kontrol diri yang tinggi mampu mengatur tindakannya agar tidak berperilaku konsumtif. Namun pada kenyataannya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun dengan kontrol diri yang baik belum tentu bisa menekan perilaku konsumtif yang disebabkan dengan penggunaan *e-money*.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan yang sudah dijelaskan tentang Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Uang Elektronik terhadap Perilaku Kosumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang), peneliti dapat memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
2. Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
3. Uang Elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
4. Literasi Keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

5. Gaya Hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
6. Uang Elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
7. Kontrol Diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
8. Kontrol Diri tidak mampu memediasi pengaruh dari Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
9. Kontrol Diri mampu memediasi pengaruh dari Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.
10. Kontrol Diri tidak mampu memediasi pengaruh dari Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan dan disimpulkan, masih terdapat keterbatasan dalam penelitian yang telah dilakukan. Maka dari itu penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan sebagai bahan pembaharuan pada penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Banyaknya variabel yang mempengaruhi perilaku konsumtif jika dilihat dari hasil penelitian dengan nilai signifikansi paling kecil yaitu pada variabel Literasi Keuangan. Mahasiswa diharapkan lebih memahami literasi keuangan terutama tentang kebijakan kredit.
2. Pada penelitian ini masih terdapat keterbatasan dalam eksplorasi teori yang digunakan. Dengan itu pada penelitian selanjutnya dapat ditambahkan teori pendukung atau *grand theory* sebagai landasan teori penelitian.
3. Bagi penelitian selanjutnya yang berencana melakukan penelitian mengenai topik dan pembahasan yang serupa, diharapkan dapat menggunakan variabel lain selain Kontrol Diri sebagai variabel *Intervening*/mediasi. Selain itu, bisa juga mempertimbangkan untuk memasukkan variabel-variabel tambahan guna meningkatkan hasil penelitian serta memperbaiki dan melengkapi kekurangan dalam penelitian ini.
4. Kemudian pada penelitian selanjutnya, populasi bisa lebih diperluas lagi agar terdapat keragaman penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- agasi, M., & Aryani, D. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial Dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi*. 7.
- Amalia, R. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendapatan, Dan Status Pernikahan Terhadap Perilaku Berhutang*. 1(1), 2019.
- Aprilia, D., & Firmialy, S. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay Pada Generasi Y Dan Z Di Kota Bandung. *Journal Of Management & Business*, 5(2), 178–200.
- Ardiati, I., Sutrisno, & Kurniawan, B. (2023). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Melalui Kepribadian Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pgris Semarang. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 94–113.
- Aulia, T. D. (Universitas P. S. (2022). Layanan Fintech Sebagai Variabel Intervening Pengaruh Literasi Keuangan Dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Mikro. *Skripsi*, 8.5.2017, 2003–2005. www.Aging-Us.Com
- Chairiah, R., & Siregar, Q. R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Sosek: Jurnal Sosial Dan ...*, 3(2), 84–98.
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19.
- Fatmaningrum, A., Sutrisno., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Literasi Kewirausahaan, Kontrol diri, Self Efficacy, Kepribadian Entrepreneurship Terhadap Intensi Berwirausaha Mahasiswa Feb Uppgris. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 51-68.
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwidianti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Teman Sebaya , Electronic Money , Gaya. *Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 09(01), 73–89.
- Harahap, S. B., & Bustami, Y. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi. *Skripsi : Selvy Diana Putri, Listiana Sri Mulatsih1 Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bung Hatta*, 2(2), 75–82.
- Herlina, F., & Sari, I. A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Uang

- Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 03(02), 306–314.
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun). *Review Of Accounting And Business*, 1(1), 35–43.
- Krismayanti, F., Hamzah Ichwan, M., & Burhan. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif(Studi Kasus Di Smk Jakarta 1)*. 1, 1–23.
- Lailatul Mufidah, K. T. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Shopee Paylater, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Mahasiswa*. 7(3), 6.
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61–73.
- Nasution, N. H., & Munir, M. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Paylater Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi. *Al-Buhuts*, 19(1), 106–121.
- 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, 980–981.
- Putri, S. M. S. S. (2024). Perilaku Konsumen Masa Kini: Tren Konsumtif Di Era Pasar Global. *Konferensi Nasional Ekonomi, Bisnis dan Studi Islam*, 1(1).
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal Of Management And Bussines (Jomb)*, 5(1), 560–575.
- Salsabila, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Paylater Pada E-Commerce. *Skripsi*, 1–73.
- Setyorini, N., Indiworo, H. E., & Sutrisno. (2021). The Role Financial Literacy And Financial Planning To Increase Financial Resilience: Household Behaviour As Mediating Variable. *Media Ekonomi Dan Managemen*, 36(2), 243–255.
- Sopyana, S. (2024). Pengaruh Penggunaan E-Money, APMK, Dan Gaya Hidup

Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim Kota Samarinda Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Skripsi*.

Suryanto, S., & Rasmini, M. (2018). Analisis Literasi Keuangan Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2).

Sutrisno, S., Setiawati, I., & Pratama, H. S. (2023). *Financial Literacy As The Moderator Of Payment Gateway Transaction And Financial Inclusion On Micro Enterprises Financial Performance At Boja Kendal*. *Stability: Journal of Management and Business*, 6(2), 199-212.

Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37.

Yusri, A. Z. dan D. (2020). Pengaruh Financial Literacy, Life Style Dan Penggunaan Electronic Money (E- Money) Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN Syahada Padangsidempuan. In *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2).

LAMPIRAN

Lampiran I. Pernyataan Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Saudara/i responden yang terhormat

Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Neha Shintya, mahasiswa dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Semarang. Saat ini saya sedang melakukan Tugas Akhir Skripsi dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel *Intervening*“. Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan pada jenjang Sarjana. Berkaitan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan dari Saudara/i meluangkan waktunya untuk dapat mengisi pertanyaan pada kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan pengalaman pribadi Saudara/i. Seluruh data dan informasi penelitian akan dijaga kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas segala bantuan dan partisipasi yang Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih dan semoga apapun yang Saudara/i inginkan serta sedang kerjakan diberi kemudahan oleh Allah SWT.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Neha Shintya

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Program Studi :

- Manajemen
- Bisnis Digital

Tahun Angkatan :

- 2020
- 2021
- 2022
- 2023

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Dalam kuesioner ini tidak terdapat jawaban benar atau salah. Kuesioner ini berupa angket dimana peneliti sudah menyediakan pilihan jawaban dan responden tinggal memilih jawaban sesuai dengan kondisi yang dialami. Mohon menjawab semua pertanyaan secara jujur untuk mewakili pendapat anda. Penilaian dapat anda lakukan berdasarkan skala berikut :

SKALA	SKOR
SS (Sangat Setuju)	6
S (Setuju)	5
CS (Cukup Setuju)	4
KS (Kurang Setuju)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER PENELITIAN

Literasi Keuangan (X1)

No.	Pertanyaan	Penilaian					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
Pengetahuan Dasar Pengelolaan Keuangan							
1.	Saya memahami bahwa literasi keuangan sangat penting dan berdampak terhadap pengelolaan uang.						
2.	Saya selalu membuat anggaran pribadi agar saya dapat mengontrol setiap pengeluaran pribadi saya.						
Pengelolaan Kredit							
4.	Saya mengerti apa saja kebijakan kredit.						
5.	Saya menggunakan kredit untuk kebutuhan medesak.						
6.	Saya merasa khawatir apabila memiliki pinjaman/hutang dan berusaha menghindarinya.						
Pengelolaan Tabungan dan Investasi							
7.	Saya menyimpan uang di lembaga keuangan.						
9.	Menurut saya investasi adalah tujuan keuangan di masa mendatang.						
Manajemen Risiko							
10.	Saya mengetahui hak, kewajiban, maupun risiko dari setiap transaksi keuangan yang saya gunakan.						
11.	Saya selalu mencatat pengeluaran saya, agar dapat meminimalisir terjadinya kerugian.						
12.	Saya selalu mampu dalam menyelesaikan pinjaman tepat waktu agar terhindar dari risiko telat bayar.						

Gaya Hidup (X2)

No.	Pertanyaan	Penilaian					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
Kegiatan							
1.	Saya sering nongkrong bersama teman.						
2.	Saya sering menghabiskan waktu untuk melihat-lihat produk di aplikasi <i>E-Commerce</i> .						
3.	Saya sering melakukan pembelian tanpa rencana sebelumnya.						
Minat							
4.	Saya sering ikut-ikutan membeli produk yang teman saya beli.						
5.	Saya cenderung mengikuti produk ataupun gaya hidup yang sedang tren dikalangan masyarakat.						
6.	Saya lebih senang dengan produk dari <i>brand</i> terkenal daripada dari <i>brand</i> lokal.						
Opini							
7.	Menurut saya penampilan sesuai dengan <i>trend</i> itu sangat penting.						
8.	Menurut saya mahasiswa harus membeli produk ber merk agar kelihatan <i>trendy</i> .						
9.	Menurut saya harga suatu produk yang mahal menjamin kualitas produk tersebut.						

Uang Elektronik (X3)

No.	Pertanyaan	Penilaian					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
Manfaat yang didapatkan							
1.	Uang elektronik (<i>e-money</i>) sering menawarkan keuntungan tambahan (<i>discount</i> atau <i>cashback</i>) saat menyelesaikan transaksi.						

2.	Penggunaan uang elektronik (<i>e-money</i>) dapat mengurangi tenaga dan waktu disaat melakukan transaksi.						
Kepraktisan yang diperoleh							
4.	Transaksi menggunakan <i>e-money</i> sangat efektif.						
5.	Menggunakan <i>e-money</i> meningkatkan efisiensi dalam melakukan transaksi pembayaran (tidak perlu membawa uang tunai).						
6.	<i>E-money</i> dapat digunakan dalam berbagai macam transaksi.						
Kepercayaan saat memakai							
7.	Menggunakan <i>e-money</i> memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran.						
8.	Saya merasa dengan transaksi nontunai, saya tidak perlu khawatir akan peredaran uang palsu.						
9.	Saya percaya keamanan data pribadi pengguna <i>E-Money</i> terjamin kerahasiaannya.						
Kemudahan dalam menggunakan							
10.	Menggunakan <i>e-money</i> mempermudah transaksi pembayaran dan praktis tanpa menerima uang kembalian.						
11.	Saya merasa transaksi nontunai lebih fleksibel, karena dapat dilakukan Dimana saja dan kapan saja.						
12.	Saya merasa sistem uang elektronik (<i>e-money</i> dan <i>m-banking</i>) mudah di pahami dan di gunakan walaupun tanpa bantuan orang lain.						

Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Pertanyaan	Penilaian					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
Berbelanja Produk atas Dasar Trend							
1.	Saya suka membeli produk yang membuat penempilan saya menjadi lebih keren.						
2.	Saya merasa bangga dan lebih percaya diri ketika menggunakan produk bermerk.						
3.	Saya merasa bangga jika memiliki produk keluaran terbaru.						
Berbelanja Produk atas Dasar Kemasan yang Menarik							
4.	Saya tertarik membeli produk karena kemasannya menarik dan lucu.						
5.	Kemasan suatu produk yang rapi dan bagus juga menentukan saat saya ingin membeli produk tersebut.						
6.	Saya membeli produk karena kemasannya memiliki bahan yang bagus dan desainnya unik.						
Berbelanja Barang karena Potongan atau Iming-iming Hadiah							
7.	Saya sering membeli produk karena tertarik dengan <i>cashback</i> .						
8.	Saya sering membeli produk karena adanya diskon dan gratis ongkir.						
9.	Saya cenderung membeli produk yang berlabel "beli 1 gratis 1".						
Membeli Barang atau Jasa untuk Memperlihatkan Status dalam Pergaulan							
10.	Saya senang membeli produk dengan merek terkenal agar terlihat " <i>high class</i> ".						
11.	Saya membeli produk di outlet yang terkenal (seperti Miniso, Uniqlo, ZARA, dsb).						
12.	Saya merasa bangga jika membeli produk yang orang lain belum pernah						

	membelinya.						
Membeli Barang atau Jasa karena Mengidolakan Tokoh Tertentu							
13.	Image menjadi salah satu alasan saya untuk membeli suatu produk.						
14.	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan idola saya.						
15.	Saya membeli produk di online shop karena orang yang saya idolakan memakainya.						

Kontrol Diri (Z)

No.	Pertanyaan	Penilaian					
		STS	TS	KS	CS	S	SS
Kontrol Perilaku							
1.	Saya selalu memikirkan akibat sebelum bertindak.						
2.	Ketika saya memperoleh uang, saya bisa menghabiskan atau membelanjakan uang tersebut secara mendadak (1-2 hari).						
3.	Saya mampu mengendalikan diri ketika produk yang saya beli di <i>online shop</i> tidak sesuai dengan keinginan saya.						
Kontrol Kognitif							
4.	Ketika saya mempunyai uang lebih, saya memutuskan untuk menabung uang tersebut daripada digunakan untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan.						
5.	Saya lebih memilih membeli suatu barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan.						
6.	Saya lebih mengutamakan pendapat sendiri daripada pendapat orang lain dalam membeli suatu produk.						
Kontrol Keputusan							
7.	Saya dapat menahan keinginan membeli suatu barang atau jasa saat tidak						

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
31	6	6	5	6	6	6	5	6	5	6	69
32	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
33	5	6	5	5	6	5	6	5	5	5	63
34	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	28
35	6	5	6	5	6	6	5	5	5	5	64
36	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	62
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
38	6	5	5	6	6	5	5	6	6	6	67
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
40	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	64
41	6	5	5	5	6	6	5	6	5	6	65
42	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	63
43	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	61
44	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	69
45	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	63
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	63
48	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
49	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
50	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	65
51	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
52	5	5	5	5	6	5	5	5	6	6	65
53	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	61
54	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
55	5	6	6	5	6	5	5	5	6	5	65
56	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	63
57	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	63
58	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
59	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6	65
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
61	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	62
62	6	5	6	5	6	6	6	6	5	5	67
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
65	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	62
66	6	6	6	6	5	6	5	5	5	6	66
67	5	5	6	5	5	6	5	6	5	5	63
68	5	5	6	5	6	5	4	5	6	6	64
69	5	6	5	5	5	6	5	6	6	5	66
70	6	6	5	4	5	6	4	5	5	5	61
71	5	6	6	5	6	5	6	5	5	5	64
72	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
73	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	63
74	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
75	5	6	5	5	6	5	6	5	5	6	65

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
76	6	5	4	5	6	5	6	5	5	5	62
77	5	6	5	5	6	5	6	6	6	5	65
78	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	30
79	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	64
80	4	4	4	6	5	6	6	6	5	5	62
81	6	6	5	4	5	5	5	6	6	5	62
82	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	64
83	6	4	6	5	5	5	5	5	5	5	62
84	5	5	6	5	6	6	6	6	5	5	65
85	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	62
86	6	5	4	5	6	5	5	5	5	5	60
87	6	5	5	5	5	4	6	6	5	6	64
88	6	5	5	4	6	4	5	5	5	5	59
89	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	63
90	5	5	4	4	5	6	6	5	5	5	61
91	6	5	5	5	5	5	6	5	5	6	64
92	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
93	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	69
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
95	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	69
96	6	6	5	5	5	4	5	5	6	6	63
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
98	6	5	5	6	6	5	6	6	5	5	65
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
101	6	5	5	5	6	6	6	6	5	6	68
102	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
104	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	70
105	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	63
106	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
108	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	33
109	5	6	5	5	5	6	6	5	5	5	63
110	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	62
111	4	5	5	5	6	5	4	5	6	5	59
112	2	2	3	1	3	1	1	2	3	3	27
113	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	66
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
115	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	68
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
117	5	5	6	4	4	6	6	5	4	6	63
118	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	64
119	6	5	5	6	6	5	6	5	5	6	65
120	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	68

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
121	5	5	6	5	5	6	5	5	6	5	64
122	5	6	5	5	6	5	6	6	5	6	65
123	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	62
124	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
125	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	71
126	5	5	4	5	5	5	5	5	6	5	59
127	6	5	6	5	5	6	6	5	6	6	67
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
131	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	61
132	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	62
133	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	61
134	6	6	5	6	5	6	6	6	5	6	68
135	3	3	2	3	3	2	3	3	2	5	35
136	5	5	6	5	5	5	5	5	4	5	61
137	5	5	6	6	6	5	5	5	6	5	63
138	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	63
139	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
141	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
142	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	64
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
144	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	61
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
146	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
147	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	63
148	6	6	5	5	6	5	5	5	5	5	64
149	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	70
150	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	65
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
152	5	5	5	5	6	5	5	6	5	6	63
153	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	63
154	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	63
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
156	6	5	5	5	6	5	6	6	5	5	64
157	6	6	5	6	6	5	6	6	6	6	69
158	5	6	6	5	5	6	6	5	6	6	66
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
160	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	62
161	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
164	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	68
165	6	6	5	5	6	5	6	6	5	6	66

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
166	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
168	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
169	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	63
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
171	5	6	5	5	6	5	6	6	6	6	68
172	5	5	6	6	6	5	6	6	6	6	67
173	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
175	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	62
176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
177	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	63
178	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	70
179	5	5	5	6	6	5	5	6	6	6	65
180	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
181	5	5	6	5	6	5	5	6	6	5	65
182	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	63
183	6	5	5	5	6	5	6	5	5	6	64
184	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	62
185	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	62
186	6	6	5	5	6	5	6	6	5	5	66
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
188	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	29
189	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	64
190	6	6	5	5	6	5	6	6	6	5	67
191	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	64
192	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
193	6	6	5	5	5	5	6	5	6	5	65
194	6	6	5	5	5	5	5	5	5	6	63
195	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	64
196	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	61
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
198	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
199	6	5	6	6	5	6	6	6	5	6	69
200	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
201	5	5	5	5	6	5	6	6	5	6	65
202	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	66
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
204	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
205	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
206	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
207	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
208	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	67
209	6	5	5	5	5	5	5	6	6	5	63
210	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	70

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
211	6	6	6	5	6	6	5	5	5	5	66
212	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
213	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	63
214	5	5	5	5	5	5	6	5	5	6	62
215	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
216	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
217	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	62
218	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	63
219	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
220	6	5	5	5	6	6	6	6	5	5	67
221	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
222	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	62
223	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
225	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
226	6	6	5	5	6	5	5	5	5	6	65
227	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
228	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
229	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	62
230	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	65
231	6	5	5	5	5	5	5	5	5	6	62
232	6	5	5	5	6	6	5	5	5	6	64
233	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
234	5	5	5	6	6	5	6	5	5	5	63
235	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
236	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	63
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
238	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
239	6	6	5	5	5	5	6	5	5	5	63
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
241	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	62
242	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
243	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	62
244	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
245	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
246	5	5	6	5	6	5	6	5	5	6	65
247	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	62
248	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	63
249	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	63
250	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
251	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	62
252	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	61
253	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
254	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	61
255	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
256	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	69
257	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
258	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	67
259	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
260	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	61
261	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	67
262	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
263	3	1	1	2	3	2	3	3	2	1	24
264	6	5	6	5	6	6	6	6	5	6	69
265	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
266	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
267	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
268	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	68
269	6	5	6	6	6	5	6	6	5	6	69
270	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	62
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
272	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	62
273	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	64
274	6	4	5	6	6	6	4	6	5	5	57
275	6	5	5	5	6	5	6	6	5	6	66
276	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	63
277	6	5	5	5	4	5	6	5	5	5	61
278	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
279	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
280	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
281	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
282	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	61
283	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
284	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	66
285	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	62
286	6	5	1	5	6	5	6	5	5	5	55
287	6	5	5	5	6	5	6	5	5	6	64
288	6	6	6	6	5	5	5	6	5	5	66
289	5	5	5	5	6	6	5	5	6	6	64
290	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	54
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
292	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	65
293	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	62
294	6	6	6	6	5	6	5	5	5	5	67
295	5	5	6	5	5	6	6	5	5	5	58
296	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
297	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	63
298	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	67
299	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	58
300	5	6	5	5	6	5	6	5	6	5	64

NO	LK1	LK2	LK4	LK5	LK6	LK7	LK9	LK10	LK11	LK12	TOTAL
301	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	69
302	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
303	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5	63
304	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
305	5	5	6	5	6	5	5	5	6	6	58
306	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	61
307	6	6	5	5	6	6	5	5	5	6	61
308	6	6	6	5	5	6	6	6	5	6	69
309	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
310	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5	59
311	6	6	6	6	5	6	5	5	6	5	63
312	6	5	5	5	6	6	6	5	5	5	61
313	6	6	6	6	5	6	5	6	6	5	69
314	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL GAYA HIDUP (X2)

NO	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	GH9	TOTAL
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	6	6	6	5	5	5	5	6	6	50
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	2	2	2	2	2	3	2	2	3	20
6	3	3	3	3	3	3	2	2	3	25
7	5	5	4	4	4	4	4	4	5	39
8	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
9	4	5	5	6	4	4	5	5	5	43
10	6	5	5	5	6	6	6	6	6	51
11	5	6	5	5	5	5	4	4	4	43
12	3	3	3	2	3	2	3	2	3	24
13	5	3	3	3	3	3	3	3	3	29
14	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
15	4	5	5	5	5	6	4	4	5	43
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	3	3	1	1	1	1	2	1	3	16
18	3	3	2	1	2	3	2	1	2	19
19	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	5	6	5	5	4	5	4	4	4	42
22	3	3	3	2	2	3	3	2	3	24
23	2	3	3	2	2	3	2	2	3	22
24	2	2	2	2	2	3	2	3	3	21
25	6	6	4	4	5	6	6	5	6	48
26	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26

NO	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	GH9	TOTAL
72	1	3	3	1	2	3	3	1	3	20
73	4	4	6	4	5	5	5	5	4	42
74	3	3	3	3	3	3	3	2	2	25
75	3	3	2	3	3	1	3	3	3	24
76	5	5	6	6	6	4	5	4	4	45
77	5	6	6	5	6	4	5	5	6	48
78	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
79	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41
80	2	3	2	2	2	2	3	1	3	20
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41
83	5	4	4	4	4	5	5	4	4	39
84	4	4	5	4	4	5	4	5	6	41
85	4	5	5	4	5	5	5	6	6	45
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
87	2	3	2	2	3	2	1	1	1	17
88	5	5	5	4	4	5	5	6	6	45
89	5	6	5	6	5	6	5	4	6	48
90	6	4	5	4	4	5	4	4	5	41
91	6	5	4	4	6	5	4	5	5	44
92	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
93	6	6	6	6	6	6	6	4	4	50
94	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
95	3	3	3	2	1	1	3	1	3	20
96	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
97	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
98	2	3	1	2	2	3	2	2	1	18
99	5	4	5	5	6	6	5	4	5	45
100	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40
101	6	6	6	5	5	5	5	4	6	48
102	4	4	5	4	5	5	5	4	5	41
103	3	3	3	3	3	3	2	2	2	24
104	2	3	1	1	2	2	3	1	3	18
105	2	3	3	2	2	2	2	1	3	20
106	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
108	6	6	6	5	5	5	4	4	6	47
109	5	6	5	6	5	5	5	6	5	48
110	3	3	1	1	1	1	3	1	3	17
111	2	3	3	1	3	3	1	1	3	20
112	4	4	5	5	5	5	6	6	4	44
113	5	4	5	4	5	5	4	5	5	42
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
115	4	6	4	4	4	5	5	4	5	41
116	3	3	3	2	2	3	3	3	3	25

NO	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	GH9	TOTAL
207	4	4	6	6	4	5	5	5	4	43
208	3	3	3	3	3	3	3	3	2	26
209	6	5	6	5	6	5	6	6	5	50
210	2	3	3	3	3	3	2	1	2	22
211	4	4	4	6	5	5	5	5	5	43
212	5	5	5	5	4	4	4	6	5	43
213	6	5	6	6	5	5	6	5	5	49
214	3	3	2	2	2	1	1	1	1	16
215	3	3	2	2	3	3	2	3	3	24
216	3	3	3	3	3	3	2	2	3	25
217	3	3	3	2	2	2	2	2	3	22
218	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
219	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
220	3	3	3	1	1	1	1	1	1	15
221	5	6	5	5	5	5	4	5	6	46
222	4	5	5	6	6	4	5	4	5	44
223	4	4	6	5	5	4	4	6	6	44
224	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
225	4	5	4	4	5	4	4	5	5	40
226	6	6	6	4	4	5	6	6	4	47
227	4	5	4	5	5	5	4	4	5	41
228	6	6	6	5	4	4	4	4	6	45
229	2	3	2	1	2	1	3	1	2	17
230	5	6	6	5	4	5	5	4	6	46
231	3	3	3	1	1	1	2	2	2	18
232	3	3	1	2	2	1	1	1	3	17
233	2	3	3	2	2	2	2	2	2	20
234	3	2	3	1	1	2	1	1	2	16
235	5	5	5	4	4	4	4	5	4	40
236	2	3	2	2	3	2	3	2	3	22
237	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
239	2	2	3	3	2	3	3	1	3	22
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
241	6	6	6	5	4	5	5	5	5	47
242	4	4	4	5	4	5	5	5	4	40
243	2	3	3	2	2	1	2	1	3	19
244	5	5	5	4	4	4	5	4	5	41
245	6	5	5	6	6	6	6	4	5	49
246	3	3	2	2	2	2	2	1	3	20
247	5	5	5	5	5	4	6	6	6	47
248	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
249	3	3	2	2	2	3	3	3	3	24
250	3	3	3	2	3	3	2	2	3	24
251	6	5	4	4	6	6	5	5	5	46

NO	GH1	GH2	GH3	GH4	GH5	GH6	GH7	GH8	GH9	TOTAL
252	3	3	3	1	2	2	2	2	3	21
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
254	6	5	5	5	4	4	4	5	4	42
255	6	5	5	4	4	5	5	5	6	45
256	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
257	5	4	4	5	4	4	4	4	5	39
258	3	1	1	1	1	1	1	1	2	12
259	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
260	2	3	2	3	3	3	2	2	3	23
261	3	3	2	1	3	1	3	1	2	19
262	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
263	5	6	4	6	5	6	4	6	6	48
264	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
265	4	4	5	4	4	4	6	5	5	41
266	5	4	4	5	5	4	4	5	4	40
267	5	5	4	5	4	5	4	5	4	41
268	3	2	3	1	2	3	2	3	3	22
269	3	2	2	3	3	3	3	3	3	25
270	6	4	6	5	5	5	5	5	5	46
271	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
272	5	4	5	6	5	5	6	5	4	45
273	6	6	6	4	4	5	5	5	5	46
274	5	6	6	6	6	6	5	4	6	50
275	5	6	6	5	5	4	5	4	4	44
276	2	1	3	1	1	1	1	1	3	14
277	3	1	1	1	1	1	2	1	3	14
278	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
279	5	6	5	6	4	6	5	5	5	47
280	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
281	4	5	5	4	4	5	4	4	4	39
282	4	4	5	5	5	4	5	6	5	43
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
284	2	2	2	1	1	1	2	1	3	15
285	5	4	5	5	4	4	6	6	5	44
286	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
287	6	6	6	4	6	5	5	6	6	50
288	3	3	2	2	3	3	2	3	3	24
289	6	4	5	5	4	5	6	5	5	45
290	3	2	3	3	3	3	3	3	2	25
291	3	3	3	3	2	3	3	3	2	25
292	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
293	3	2	3	3	3	3	3	3	3	26
294	4	4	4	6	5	5	5	5	5	43
295	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
296	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40

NO	UE1	UE2	UE4	UE5	UE6	UE7	UE8	UE9	UE10	UE11	UE12	TOTAL
23	6	5	6	5	5	5	5	4	6	6	6	64
24	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	55
25	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
26	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	54
27	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	56
28	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	70
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
31	4	6	6	6	4	5	6	4	6	6	4	61
32	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	58
33	4	5	4	5	6	6	5	5	6	5	6	61
34	5	5	4	6	4	4	5	5	4	4	4	55
35	6	4	6	6	6	6	6	4	6	5	4	63
36	5	6	5	5	6	5	5	5	5	5	5	63
37	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	31
38	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	69
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
40	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	69
41	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	65
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
44	6	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	70
45	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	55
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
47	4	5	4	5	5	5	6	5	5	5	5	58
48	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	54
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
50	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	6	56
51	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	71
52	5	5	6	6	5	5	5	4	6	6	5	63
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
54	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
55	5	6	6	5	6	5	6	5	6	6	4	65
56	2	3	1	2	3	1	3	3	3	1	3	27
57	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	61
58	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	55
59	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	54
60	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	58
61	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	6	56
62	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	67
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
64	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	53
65	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	60
66	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	31
67	4	5	6	6	5	5	4	4	5	5	4	58

NO	UE1	UE2	UE4	UE5	UE6	UE7	UE8	UE9	UE10	UE11	UE12	TOTAL
68	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	56
69	6	5	5	6	5	6	6	5	5	6	5	64
70	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	55
71	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	58
72	4	6	5	5	4	5	5	5	5	4	4	57
73	5	5	5	5	5	4	6	5	5	6	6	61
74	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	52
75	3	6	6	6	6	5	6	6	6	6	4	64
76	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
77	4	4	5	5	5	5	6	6	5	5	6	61
78	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	31
79	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	71
80	5	4	6	6	6	6	6	4	6	6	6	66
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
82	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	52
83	4	4	5	6	4	5	5	4	4	5	4	54
84	5	6	6	5	5	6	5	5	5	6	6	65
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
86	5	5	6	6	4	6	6	6	6	5	4	64
87	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	29
88	5	5	4	5	5	4	5	5	6	5	5	59
89	5	5	5	4	5	6	4	6	5	6	5	62
90	5	5	4	4	5	4	6	4	5	6	5	57
91	5	5	5	5	6	6	6	6	5	5	6	65
92	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	58
93	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
95	6	4	6	4	6	6	6	6	6	6	6	68
96	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	56
97	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	56
98	6	4	5	4	5	5	6	4	5	5	5	59
99	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	57
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
101	6	6	5	6	5	5	6	5	6	6	6	68
102	5	5	6	6	6	5	5	5	6	6	5	65
103	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	51
104	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	70
105	6	6	6	6	4	5	6	5	6	6	6	67
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
107	4	4	5	5	5	4	5	6	6	6	5	60
108	6	6	6	5	6	6	5	5	6	5	6	68
109	5	6	5	5	5	5	4	5	4	5	4	58
110	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	67
111	5	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	68
112	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	54

NO	UE1	UE2	UE4	UE5	UE6	UE7	UE8	UE9	UE10	UE11	UE12	TOTAL
158	5	6	5	6	5	6	5	5	6	6	5	66
159	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	54
160	5	5	5	6	6	5	5	5	6	5	5	62
161	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	62
162	5	4	5	6	4	5	5	5	4	5	5	58
163	5	5	5	5	5	5	4	6	5	5	6	61
164	6	6	5	5	2	4	6	6	6	4	6	61
165	5	6	6	5	6	5	5	5	6	6	5	65
166	4	4	6	6	6	6	6	6	6	4	4	63
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
168	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
169	5	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	64
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
171	5	4	5	5	5	5	6	5	5	5	5	59
172	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
174	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	56
175	5	5	4	5	5	4	6	5	6	6	5	60
176	5	6	5	4	5	4	5	5	5	4	5	57
177	5	5	5	6	5	6	6	5	6	6	6	66
178	5	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	67
179	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	6	53
180	5	5	5	5	5	4	6	4	6	6	5	61
181	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
182	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	71
183	4	4	4	4	4	4	6	5	5	5	5	54
184	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	70
185	4	4	6	5	6	4	4	5	5	4	4	56
186	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	69
187	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
188	5	6	5	5	6	5	6	4	5	5	4	61
189	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	58
190	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	55
191	4	6	6	6	6	6	6	6	6	4	3	63
192	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	57
193	4	4	4	4	6	5	5	5	6	6	5	58
194	6	6	5	4	4	5	5	6	6	5	6	63
195	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
196	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	62
197	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49
199	4	4	5	4	5	5	6	5	6	4	5	58
200	6	6	4	3	4	4	4	5	5	5	5	56
201	5	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6	67
202	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	14

NO	UE1	UE2	UE4	UE5	UE6	UE7	UE8	UE9	UE10	UE11	UE12	TOTAL
248	5	6	6	6	6	5	6	4	5	5	5	63
249	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	53
250	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	52
251	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	58
252	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	56
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
254	5	6	6	6	6	5	4	5	5	5	4	61
255	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
256	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
257	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
258	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	69
259	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	70
260	4	4	5	6	6	5	5	4	5	6	5	60
261	5	6	6	6	5	6	6	5	6	5	6	66
262	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
263	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	68
264	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	70
265	4	5	5	5	5	5	5	4	5	6	4	57
266	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	54
267	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	58
268	5	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	66
269	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	69
270	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	61
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
272	5	4	6	5	5	6	4	5	6	5	5	60
273	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	67
274	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	68
275	6	6	6	5	6	5	6	5	6	6	6	67
276	3	6	4	6	6	4	6	4	6	6	6	61
277	6	4	4	5	4	5	6	4	5	6	4	57
278	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
279	5	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	63
280	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	56
281	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
282	5	4	4	6	4	4	3	5	4	5	5	54
283	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57
284	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	51
285	4	5	4	5	6	4	5	4	5	6	5	58
286	5	5	5	5	5	5	6	6	5	4	4	59
287	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
288	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57
289	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	6	63
290	4	4	4	4	4	4	4	5	4	6	4	51
291	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	59
292	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	52

NO	UE1	UE2	UE4	UE5	UE6	UE7	UE8	UE9	UE10	UE11	UE12	TOTAL
293	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51
294	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	72
295	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
296	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	56
297	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
298	5	6	2	6	6	6	6	6	6	6	6	67
299	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	71
300	6	6	6	6	5	4	5	3	6	6	5	64
301	4	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	68
302	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	57
303	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	50
304	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
305	4	5	5	5	4	5	5	5	5	6	5	59
306	4	5	5	2	5	4	4	6	5	4	4	54
307	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	51
308	3	3	6	3	3	3	2	3	3	3	3	38
309	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	53
310	4	5	5	5	5	4	5	4	6	5	5	58
311	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
312	4	4	4	4	4	5	6	5	4	3	4	51
313	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
314	5	5	1	5	5	4	5	4	5	4	5	53

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL KONTROL DIRI (Z)

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
1	4	5	5	5	4	5	4	4	4	40
2	5	6	6	5	6	5	6	4	5	48
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	5	5	5	6	6	6	4	6	48
6	6	6	5	5	4	5	5	4	5	45
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
8	5	5	5	5	5	6	5	4	5	45
9	5	5	4	4	5	6	5	5	5	44
10	6	6	5	5	6	5	5	4	4	46
11	2	3	3	2	1	3	2	2	2	20
12	5	5	5	6	6	5	5	6	5	48
13	6	5	6	5	4	5	4	5	5	45
14	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
15	5	5	5	5	5	6	6	5	6	48
16	6	6	5	4	5	5	4	4	5	44
17	4	5	6	6	5	6	6	6	6	50
18	5	6	5	6	5	6	6	5	5	49

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
20	5	6	6	6	6	4	5	5	6	49
21	5	4	4	5	5	5	5	6	6	45
22	5	5	6	5	5	6	6	6	6	50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	6	46
24	6	6	5	6	5	6	5	5	5	49
25	6	5	6	6	5	5	5	5	6	49
26	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
27	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
28	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
29	5	6	5	4	5	4	5	5	6	45
30	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
31	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
32	6	6	6	6	6	6	5	5	5	51
33	6	6	5	6	5	6	4	4	6	48
34	3	2	2	3	3	2	2	3	3	23
35	6	6	5	5	5	5	4	4	5	45
36	6	5	5	5	5	5	5	4	5	45
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	6	5	6	6	5	6	5	6	6	51
39	4	6	6	6	5	5	4	4	4	44
40	6	5	5	6	6	6	6	6	6	52
41	6	3	3	3	3	3	3	3	3	30
42	6	5	5	6	6	5	6	6	5	50
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
44	6	3	2	3	2	2	3	3	3	27
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
47	5	5	5	5	4	5	6	5	5	45
48	5	6	5	5	5	5	5	4	5	45
49	5	6	5	5	5	5	5	5	5	46
50	6	6	5	6	5	5	6	6	5	50
51	6	6	5	6	5	5	6	6	6	51
52	6	5	5	6	6	5	6	5	6	50
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
55	5	6	5	6	5	6	5	6	5	49
56	5	5	6	5	5	6	5	6	5	48
57	6	6	5	5	5	5	6	6	5	49
58	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
59	6	5	5	6	6	5	6	4	6	49
60	5	5	5	5	5	6	5	5	5	46
61	4	5	5	5	4	5	5	4	6	43
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
63	3	3	2	2	3	3	2	1	3	22

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
64	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
65	5	5	5	6	5	6	6	4	6	48
66	6	6	6	5	5	5	6	6	6	51
67	5	5	5	6	6	5	5	6	6	49
68	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
69	5	6	6	5	5	5	6	5	5	48
70	6	5	5	5	6	5	5	5	5	47
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
72	4	5	5	6	5	5	5	4	4	43
73	6	6	5	5	6	5	5	5	6	49
74	6	6	5	6	5	6	5	5	5	49
75	4	5	5	5	5	5	5	4	5	43
76	4	5	5	6	6	5	4	4	4	43
77	6	5	6	6	6	5	6	6	5	51
78	1	3	3	3	3	3	2	2	3	23
79	6	5	6	5	6	5	6	5	6	50
80	6	5	5	5	5	5	5	6	6	48
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
82	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42
83	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
85	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
87	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
88	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
89	5	6	5	5	5	6	6	6	5	49
90	2	3	3	3	2	2	1	3	3	22
91	2	3	2	2	3	3	3	3	3	24
92	6	5	5	5	4	5	5	5	5	45
93	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
94	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
95	2	3	2	3	3	2	2	3	3	23
96	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
97	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
98	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
100	5	5	5	6	5	5	5	5	5	46
101	6	5	6	5	6	6	6	6	6	52
102	5	5	6	6	6	5	5	6	6	50
103	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
104	6	5	6	6	6	4	6	6	6	51
105	6	5	5	6	6	4	6	6	6	50
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
108	2	2	2	3	3	3	1	3	2	21

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
109	5	5	5	5	4	5	6	5	6	46
110	3	2	3	3	2	3	2	1	2	21
111	5	5	5	6	6	6	5	5	5	48
112	5	5	5	5	4	5	4	4	3	40
113	6	5	6	5	6	5	5	6	6	50
114	5	5	6	5	5	5	5	5	5	46
115	6	5	5	5	5	5	6	6	6	49
116	4	5	5	5	5	5	6	4	6	45
117	6	5	5	5	4	6	6	5	6	48
118	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
119	6	5	6	5	6	5	5	6	6	50
120	4	5	5	4	5	4	5	5	5	42
121	5	5	5	5	5	5	5	5	6	46
122	5	6	6	6	6	4	5	5	5	48
123	6	5	5	5	5	5	5	5	5	46
124	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
125	6	5	5	4	4	6	5	5	6	46
126	5	5	6	6	6	5	5	6	5	49
127	5	5	5	6	5	5	5	5	6	47
128	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
129	4	5	5	5	4	5	6	4	4	42
130	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
131	5	5	5	5	4	5	5	4	6	44
132	5	5	5	6	5	5	5	5	6	47
133	5	5	5	5	5	4	4	4	5	42
134	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
135	3	2	2	3	3	3	2	3	2	23
136	4	5	5	6	4	5	4	4	4	41
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
138	5	5	5	5	5	6	6	5	5	47
139	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
140	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
141	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
142	5	6	5	6	4	6	6	4	6	48
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
144	6	5	5	5	4	5	5	5	5	45
145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
146	6	5	6	6	6	5	6	6	6	52
147	6	5	5	5	5	5	5	5	5	46
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
149	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
150	6	5	6	6	6	6	6	6	6	53
151	4	6	5	5	5	5	5	6	5	46
152	5	5	5	6	6	5	5	5	5	47
153	5	5	5	5	5	5	5	6	6	47

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
154	4	5	5	6	6	6	6	5	6	49
155	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
156	5	5	5	5	6	4	5	6	6	47
157	6	5	6	5	6	6	6	6	6	52
158	5	5	6	6	5	6	6	5	5	49
159	5	5	5	5	4	4	4	5	4	41
160	6	5	6	6	6	5	6	6	5	51
161	5	5	5	6	6	5	5	5	5	47
162	5	5	5	5	4	4	5	3	5	41
163	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
164	6	5	5	5	6	6	6	6	6	51
165	6	5	5	5	5	6	6	5	5	48
166	3	3	3	2	3	3	2	3	3	25
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
168	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
169	5	5	5	5	5	5	5	5	6	46
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
171	6	5	5	6	6	5	6	6	6	51
172	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
173	5	6	5	6	5	6	5	5	5	48
174	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
175	1	3	3	2	2	2	1	3	3	20
176	6	5	5	6	6	4	6	5	5	48
177	6	5	6	6	6	5	5	5	5	49
178	3	2	3	2	3	1	3	2	2	21
179	5	5	6	5	6	4	6	4	6	47
180	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
181	6	5	5	5	4	5	4	5	5	44
182	6	6	5	5	4	5	5	5	4	45
183	6	5	5	5	5	5	5	5	5	46
184	5	5	5	6	6	6	6	6	6	51
185	5	5	5	5	6	4	5	5	5	45
186	6	5	5	6	6	5	6	6	6	51
187	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
188	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
189	2	2	3	2	2	3	1	2	2	19
190	6	5	5	6	6	6	6	6	6	52
191	5	5	5	5	5	6	4	4	6	45
192	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
193	6	6	5	5	5	5	5	5	5	47
194	5	5	5	5	6	6	6	6	6	50
195	2	2	2	3	3	3	3	3	2	23
196	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
197	6	5	5	5	6	5	5	5	5	47
198	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
199	6	5	6	6	5	4	6	6	6	50
200	5	5	5	5	4	5	6	6	6	47
201	6	5	6	5	6	6	6	5	6	51
202	6	5	5	6	6	4	6	6	6	50
203	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
204	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
205	4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
206	5	5	6	5	6	6	6	6	6	51
207	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
209	6	6	6	6	6	5	6	6	6	53
210	6	5	6	5	6	5	6	6	6	51
211	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
212	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
213	5	5	5	5	5	6	5	4	5	45
214	5	5	5	5	5	5	6	5	6	47
215	6	5	5	5	5	5	6	5	5	47
216	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
217	5	5	5	6	5	5	5	5	5	46
218	3	2	3	2	3	2	3	2	3	23
219	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
220	6	5	6	6	6	5	6	6	6	52
221	5	5	5	5	5	5	4	6	4	44
222	5	5	5	5	6	4	5	4	4	43
223	6	5	5	6	6	5	6	6	6	51
224	5	6	5	5	5	6	5	6	5	48
225	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
226	6	6	6	6	6	6	4	6	6	52
227	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
228	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
229	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
230	4	5	5	6	4	6	6	6	6	48
231	6	6	6	5	4	5	4	5	4	45
232	5	5	6	5	6	5	6	6	6	50
233	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
234	4	5	5	5	4	4	6	5	6	44
235	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
236	6	5	6	6	6	5	6	6	6	52
237	5	5	5	5	4	5	5	4	5	43
238	1	2	2	3	3	1	1	2	1	16
239	5	5	5	6	6	4	5	5	6	47
240	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
241	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
242	5	5	6	5	4	4	5	4	4	42
243	5	5	5	6	6	4	5	6	5	47

NO	KD1	KD2	KD3	KD4	KD5	KD6	KD7	KD8	KD9	TOTAL
244	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
245	4	5	5	5	6	4	5	6	6	46
246	5	5	5	5	5	5	6	6	6	48
247	6	5	5	5	6	5	6	6	6	50
248	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
249	4	5	3	5	5	5	5	5	4	41
250	6	5	5	5	5	5	5	5	5	46
251	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
252	5	5	5	5	6	5	5	5	5	46
253	4	5	5	5	4	4	4	4	4	39
254	6	5	6	6	5	4	4	4	4	44
255	4	5	5	5	5	5	5	5	5	44
256	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
257	6	5	5	5	5	4	5	5	5	45
258	4	5	6	6	6	6	6	6	6	51
259	6	6	5	6	5	4	5	5	5	47
260	5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
261	6	5	6	6	6	4	6	6	6	51
262	6	6	6	6	6	6	6	6	6	54
263	6	6	6	6	5	6	6	6	6	53
264	6	5	5	6	6	6	6	6	6	52
265	5	5	5	5	6	6	6	5	6	49
266	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
267	4	5	5	5	5	4	5	5	6	44
268	6	5	6	5	6	6	6	6	6	52
269	6	5	5	5	5	6	6	6	6	50
270	6	5	5	5	5	5	4	5	5	45
271	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
272	5	5	5	6	4	5	5	4	5	44
273	5	5	5	5	6	5	6	6	6	49
274	6	6	6	6	6	6	6	6	5	53
275	6	5	6	6	6	6	6	6	6	53
276	4	5	5	6	6	6	6	6	6	50
277	6	5	6	5	6	5	6	6	6	51
278	4	5	5	5	4	4	5	4	5	41
279	5	5	5	5	5	6	6	6	6	49
280	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
281	4	5	5	5	5	4	4	4	4	40
282	4	5	6	5	4	4	4	5	4	41
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
284	6	5	5	5	4	4	4	5	4	42
285	5	5	5	6	5	6	4	5	5	46
286	6	5	5	6	6	4	4	6	5	47
287	6	6	5	5	4	6	6	6	4	48
288	5	5	5	5	5	6	5	5	5	46

NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOT AL
14	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	39
15	5	6	5	5	5	6	6	6	6	4	5	5	5	5	5	79
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
17	4	6	6	4	5	4	4	5	5	5	4	6	5	4	4	71
18	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	66
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
20	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	63
21	5	4	4	6	6	5	6	6	5	4	5	4	6	5	5	76
22	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	88
23	1	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	1	3	3	2	30
24	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	68
25	6	6	6	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	74
26	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	64
27	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64
28	4	4	5	6	6	6	6	6	6	5	4	5	5	5	5	78
29	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	73
30	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	3	67
31	1	1	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	22
32	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	67
33	5	4	6	6	4	5	5	5	5	6	6	4	6	4	6	77
34	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	67
35	4	6	6	6	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	72
36	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	66
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
38	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	85
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
40	5	5	5	4	4	4	4	4	6	5	6	6	5	5	4	72
41	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	78
42	6	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	78
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	6	74
44	6	5	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	85
45	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	67
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
47	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	71
48	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	68
49	5	4	5	5	5	5	5	6	4	4	4	5	6	6	6	75
50	6	6	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
51	6	4	5	6	6	6	5	6	6	6	5	6	6	6	5	84
52	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	39
53	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	69
54	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
55	5	6	5	6	5	6	5	6	5	5	6	5	6	5	5	81
56	4	5	5	6	5	4	6	5	5	4	5	4	5	5	5	73
57	5	4	6	6	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	72

NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOT AL
58	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	64
59	3	3	3	1	1	1	2	2	3	1	3	3	3	1	1	31
60	5	4	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	79
61	4	5	5	5	5	6	5	6	4	5	4	5	4	5	4	72
62	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	37
63	4	5	6	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	67
64	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	42
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	43
66	6	5	5	5	5	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	85
67	5	4	5	5	5	5	4	6	4	4	4	4	5	5	5	70
68	2	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	20
69	6	5	5	6	5	5	5	4	6	5	6	5	5	5	5	78
70	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	6	6	6	72
71	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	65
72	4	5	6	4	4	4	5	5	6	6	5	5	4	5	4	72
73	5	5	6	5	4	4	4	6	4	5	5	5	6	6	6	76
74	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	1	3	3	2	3	37
75	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	6	6	5	5	4	72
76	5	4	4	6	6	6	5	4	5	5	6	4	6	5	5	76
77	4	4	4	5	5	6	4	5	6	6	5	4	5	5	5	73
78	5	5	4	4	4	4	5	5	5	6	5	5	4	5	4	70
79	6	5	5	5	4	5	4	6	4	5	4	4	5	4	4	70
80	5	4	4	5	6	6	5	5	4	4	5	5	5	4	4	71
81	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
82	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	67
83	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	6	6	5	5	4	71
84	5	4	5	4	4	5	6	6	5	4	5	4	4	5	5	71
85	4	4	5	5	5	4	4	5	5	6	6	5	5	4	4	71
86	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	64
87	1	1	3	1	3	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	25
88	4	4	4	5	5	5	5	6	4	5	4	5	5	4	4	69
89	5	6	5	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	5	84
90	4	4	5	5	6	4	4	5	6	5	5	4	5	4	5	71
91	6	5	5	5	6	6	4	5	6	5	6	6	6	6	6	83
92	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	71
93	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
95	5	5	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	4	4	82
96	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	71
97	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	70
98	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	63
99	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6	71
100	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	66
101	5	5	5	5	5	6	6	6	6	4	4	5	5	4	4	75

NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOT AL
146	5	5	4	5	5	5	6	5	4	5	6	5	5	5	5	75
147	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	6	6	5	5	73
148	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
149	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	77
150	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	16
151	5	5	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	82
152	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5	4	6	4	5	4	73
153	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	67
154	6	6	6	4	5	5	6	6	5	5	6	4	4	4	4	76
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
156	6	5	6	6	4	4	5	6	5	5	5	4	5	4	4	74
157	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
158	5	6	5	6	6	5	6	5	6	5	6	5	6	5	6	83
159	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	69
160	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	20
161	5	5	5	6	6	5	6	6	5	6	5	5	5	5	5	80
162	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	1	3	38
163	5	4	6	5	5	4	4	6	6	5	5	5	4	4	4	72
164	6	5	5	4	4	4	5	5	6	5	5	6	5	4	4	73
165	5	5	5	4	5	4	5	6	4	4	4	5	5	4	4	69
166	5	5	5	6	6	5	4	5	4	5	5	5	5	6	5	76
167	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
168	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	69
169	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	66
170	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	72
171	2	3	3	3	3	3	2	5	4	3	3	2	3	2	2	43
172	2	3	4	2	1	4	1	2	3	3	2	2	2	3	2	36
173	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
174	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	69
175	5	6	5	6	4	6	6	5	6	5	6	5	5	5	6	81
176	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	65
177	4	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	67
178	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	4	4	83
179	3	1	1	3	3	3	3	3	3	1	1	3	1	3	1	33
180	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	66
181	2	1	3	2	2	1	2	2	3	2	1	3	3	2	1	30
182	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	39
183	1	2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	36
184	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	75
185	5	4	5	5	5	5	5	6	4	4	5	6	5	6	6	76
186	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	5	5	5	5	5	79
187	4	5	5	4	5	4	4	4	4	6	6	5	5	4	5	70
188	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	39
189	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	72

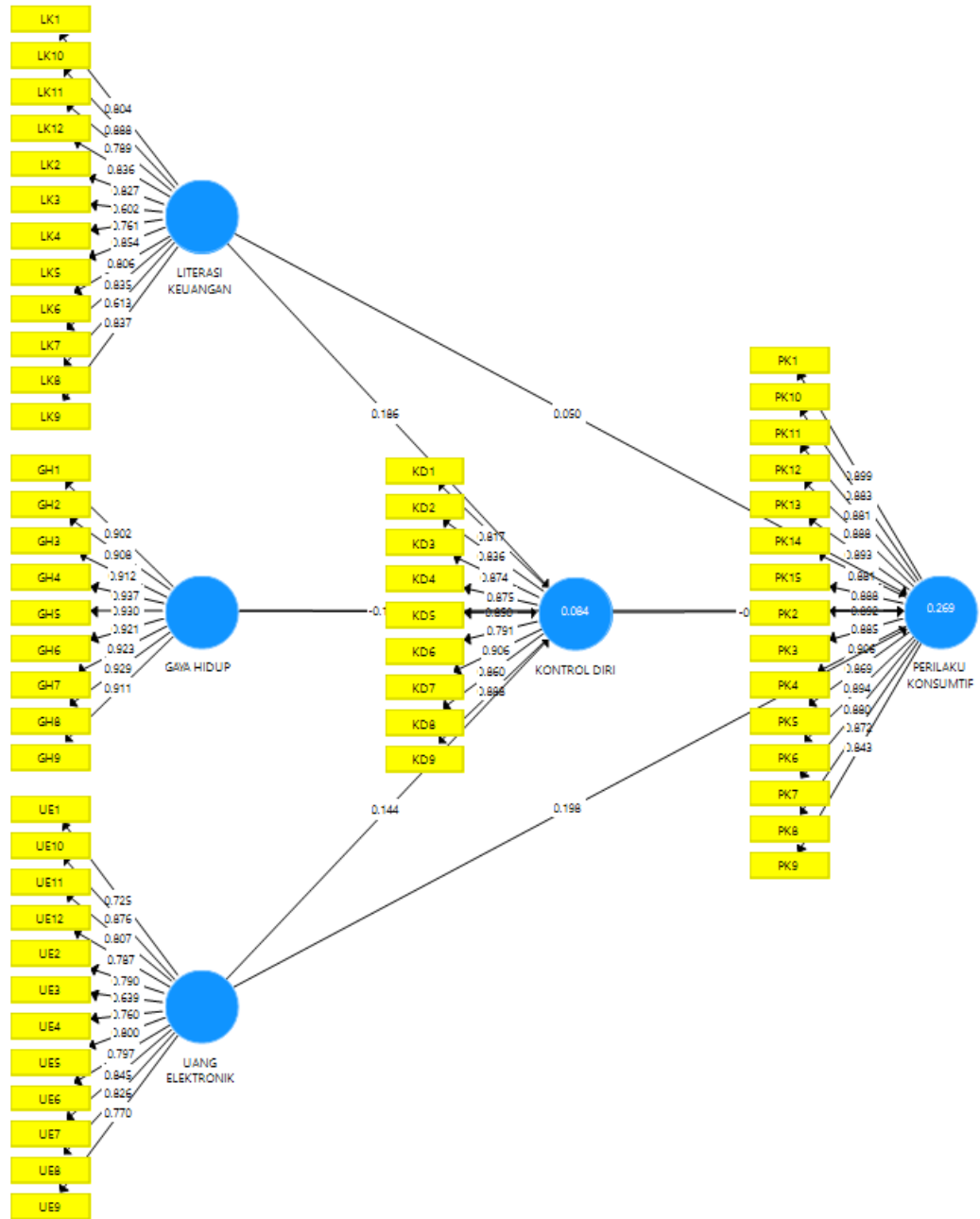
NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOT AL
190	5	5	5	4	4	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	73
191	5	5	5	6	6	4	4	4	4	6	6	5	5	5	5	75
192	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	71
193	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	70
194	6	6	5	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	86
195	6	5	5	6	6	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5	82
196	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	36
197	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
199	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	1	1	1	1	27
200	3	1	1	2	3	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	25
201	4	4	4	5	6	6	5	6	6	4	6	6	4	5	4	75
202	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	38
203	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	65
204	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	71
205	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	73
206	1	1	1	2	3	3	2	2	3	1	1	3	3	1	1	28
207	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	72
208	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	6	6	6	69
209	6	5	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	87
210	3	3	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	1	1	36
211	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
212	5	5	5	5	5	6	6	6	5	4	4	5	5	5	5	76
213	5	4	6	5	5	5	5	6	4	5	4	4	5	5	4	72
214	3	3	3	3	5	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	44
215	5	4	4	5	5	5	5	6	4	4	5	6	6	4	4	72
216	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	72
217	4	4	4	5	4	5	5	4	6	6	5	5	4	4	4	69
218	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	66
219	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	70
220	2	2	2	1	3	2	3	3	3	1	2	2	1	1	1	29
221	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	5	6	5	79
222	5	4	5	6	5	6	4	4	5	6	6	5	4	4	5	74
223	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	88
224	6	5	6	5	6	5	5	5	6	4	6	5	5	5	6	80
225	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	71
226	5	5	4	4	4	4	6	6	4	5	4	5	5	5	5	71
227	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	69
228	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	66
229	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	64
230	2	1	1	2	2	2	3	3	3	1	1	1	1	2	2	27
231	5	4	5	4	5	5	5	4	4	6	5	5	4	5	4	70
232	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	3	2	34
233	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	35

NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOT AL
234	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	1	1	37
235	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	63
236	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	65
237	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	70
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
239	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	37
240	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
241	4	4	4	6	6	6	4	6	6	5	4	5	4	5	5	74
242	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	37
243	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	42
244	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	6	6	71
245	5	6	5	4	5	5	6	6	5	4	5	4	5	4	5	74
246	5	4	5	4	5	5	5	6	5	5	6	6	6	5	5	77
247	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	1	1	32
248	4	4	4	5	6	6	4	4	5	5	4	4	4	4	5	68
249	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	6	4	5	5	5	67
250	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	41
251	5	4	5	4	5	5	6	6	5	4	4	4	4	4	4	69
252	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	6	6	5	5	4	73
253	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
254	6	6	5	5	5	5	6	6	6	4	5	5	4	4	4	76
255	6	4	5	5	5	5	5	6	4	5	5	5	5	4	4	73
256	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
257	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61
258	4	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5	79
259	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	74
260	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	67
261	4	4	5	4	4	4	6	6	6	6	5	4	4	4	4	70
262	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	90
263	6	6	6	5	4	5	5	6	6	6	4	4	5	6	6	80
264	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	40
265	4	5	5	4	5	5	5	4	5	6	6	5	4	4	4	71
266	4	5	5	4	4	5	4	5	5	6	5	6	5	5	5	73
267	5	4	4	5	4	4	6	6	5	5	5	4	4	4	4	69
268	5	5	4	3	4	3	5	6	5	5	4	4	5	4	5	67
269	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	42
270	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	76
271	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	73
272	5	5	6	4	6	5	4	5	4	5	5	5	4	6	4	73
273	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	81
274	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	89
275	5	5	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	5	83
276	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	1	3	3	38
277	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	35

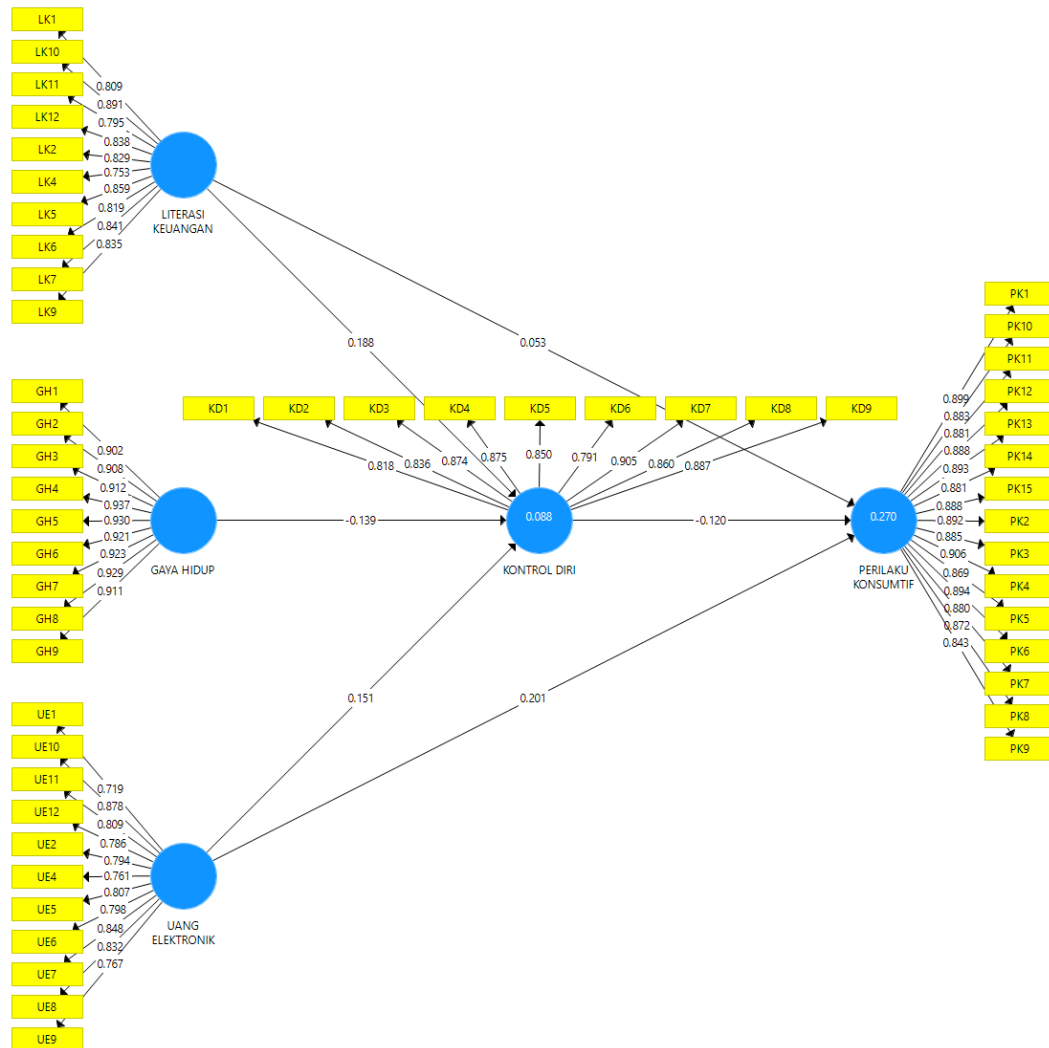
NO	PK 1	PK 2	PK 3	PK 4	PK 5	PK 6	PK 7	PK 8	PK 9	PK 10	PK 11	PK 12	PK 13	PK 14	PK 15	TOTAL
278	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	70
279	5	6	5	6	5	6	6	5	5	6	6	5	6	5	5	82
280	5	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	82
281	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	66
282	6	6	6	5	4	5	6	6	4	6	4	6	6	6	6	82
283	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
284	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	1	2	2	3	1	24
285	4	4	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	5	5	6	77
286	5	4	4	4	6	6	6	6	6	4	4	4	4	4	5	72
287	6	6	6	4	4	4	4	6	4	6	6	6	6	4	4	76
288	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
289	5	5	5	4	4	4	6	5	4	4	5	6	5	5	5	72
290	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	41
291	5	5	5	4	5	4	4	4	6	6	4	5	6	5	5	73
292	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	1	1	36
293	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	37
294	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
295	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	65
296	5	5	5	5	5	5	5	6	6	4	5	5	4	5	4	74
297	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
298	5	5	5	4	5	6	6	6	5	4	4	5	6	6	6	78
299	4	5	4	6	6	6	6	6	4	5	6	5	4	6	6	79
300	5	5	5	4	5	5	6	6	5	4	5	5	5	5	5	75
301	5	5	4	5	6	4	4	4	4	4	5	6	5	5	4	70
302	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	68
303	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	63
304	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1	5	3	2	1	1	28
305	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
306	5	5	5	5	5	4	5	5	5	6	5	4	4	4	5	72
307	4	5	4	4	5	5	5	5	6	6	5	4	4	4	4	70
308	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	67
309	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	66
310	5	5	5	4	4	5	4	5	6	6	4	4	5	5	5	72
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
312	5	5	4	4	4	5	5	6	6	5	4	5	5	5	4	72
313	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	40
314	5	5	4	5	5	4	4	6	6	5	4	5	4	4	5	71

Lampiran III. Hasil Analisis Data

1. Outer Loadings



2. Modifikasi Outer Loadings



3. Validitas Konvergen dan Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Gaya Hidup	0.977	0.978	0.98	0.845
Kontrol Diri	0.955	0.97	0.961	0.733
Literasi Keuangan	0.949	0.968	0.956	0.685
Perilaku Konsumtif	0.98	0.981	0.982	0.781
Uang Elektronik	0.944	0.948	0.952	0.641

4. Validitas Diskriminan

	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Uang Elektronik
Gaya Hidup	0.919				
Kontrol Diri	-0.147	0.856			
Literasi Keuangan	-0.145	0.229	0.828		
Perilaku Konsumtif	0.471	-0.14	-0.01	0.884	
Uang Elektronik	0.124	0.16	0.138	0.243	0.801

5. R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kontrol Diri	0,088	0,079
Perilaku Konsumtif	0,270	0,261

6. F Square

	Gaya Hidup	Kontrol Diri	Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif	Uang Elektronik
Gaya Hidup		0,020		0,244	
Kontrol Diri				0,018	
Literasi Keuangan		0,037		0,004	
Perilaku Konsumtif					
Uang Elektronik		0,024		0,052	

7. Uji Hipotesis

a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gaya Hidup -> Kontrol Diri	-0,139	-0,138	0,055	2,510	0,013
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0,436	0,442	0,056	7,834	0,000
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,12	-0,116	0,042	2,875	0,004
Literasi Keuangan ->	0,188	0,195	0,074	2,550	0,011

Kontrol Diri					
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0,053	0,052	0,061	0,870	0,385
Uang Elektronik -> Kontrol Diri	0,151	0,159	0,072	2,087	0,038
Uang Elektronik -> Perilaku Konsumtif	0,201	0,204	0,053	3,752	0,000

b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gaya Hidup -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	0,017	0,015	0,008	2,224	0,027
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,023	-0,023	0,012	1,839	0,067
Uang Elektronik -> Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,018	-0,018	0,01	1,770	0,078

c. Pengaruh Total (*Total Effect*)

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Gaya Hidup -> Kontrol Diri	-0.139	-0.134	0.057	2.436	0.015
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0.453	0.450	0.053	8.608	0.000
Kontrol Diri -> Perilaku Konsumtif	-0.120	-0.119	0.043	2.797	0.005
Literasi Keuangan -> Kontrol Diri	0.188	0.197	0.076	2.464	0.014
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	0.031	0.028	0.061	0.500	0.617
Uang Elektronik -> Kontrol Diri	0.151	0.151	0.074	2.042	0.042
Uang Elektronik -> Perilaku Konsumtif	0.182	0.187	0.054	3.347	0.001