

PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* PADA IBU RUMAH TANGGA DI KECAMATAN LUBUK BEGALUNG KOTA PADANG

Rika Wahyuni¹⁾, Hadi Irfani²⁾, Isna Asyri Syahrina³⁾ dan Rina Mariana⁴⁾

^{1,2}Ekonomi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Padang, Indonesia

^{3,4}Psikologi, Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang, Padang, Indonesia

email: ¹rikawahyuni070685@gmail.com

²hadi.irfani.st@gmail.com

³isnasyeko@gmail.com

⁴Rinad3ded@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to prove (1) Effect of Lifestyle on Consumptive Behavior Of Online Shopping, (2) Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior Of Online Shopping, (3) Effect of lifestyle and financial literacy on Consumptive Behavior Of Online Shopping. Research on housewives in Lubuk Begalung District Padang City. The research approach that will be used in this research is quantitative approach, while the method used is survey method. The population is housewives who ever shop online. The number of samples taken as many as 50 people using purposive sampling. Data collection using questionnaires and documentation. The data were processed using multiple regression. The result of the research shows that (1) Lifestyle has a significant influence on Consumptive Behavior of online shopping on housewives in Lubuk Begalung District Padang City, (2) Financial Literacy has a significant influence on consumptive behavior of online shopping on housewives in Lubuk Begalung District Padang City and (3) Lifestyle and Financial Literacy has a significant influence on Consumptive Behavior of online shopping on housewives in Lubuk Begalung District Padang City.

Keywords: *consumptive behavior; financial literacy; lifestyle.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan (1) Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online, (2) Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online, (3) Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku konsumtif berbelanja online. Penelitian pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey. Populasi yaitu ibu rumah tangga yang pernah berbelanja online. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Data diolah menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, (2) Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan (3) Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Kata kunci: gaya hidup; literasi keuangan; perilaku konsumtif.

Detail Artikel :

Diterima : 14 Mei 2019

Disetujui : 24 Oktober 2019

[DOI : 10.22216/jbe.v4i3.4194](https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194)

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi saat ini berakibat pada pergeseran perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia. Internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Riset yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2017 pengguna Internet Indonesia mencapai 143,26 juta dari populasi masyarakat Indonesia. APJII menyebutkan bahwa konten yang sering dikunjungi adalah situs *online shop* yaitu sebanyak 82,2 juta orang.

Berbelanja secara *online* banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat karena dianggap lebih mudah untuk memperoleh barang yang diinginkan cukup dengan memilih gambar yang tersedia di *account online shop* lalu memesannya secara langsung dan membayar dengan cara transfer langsung, hal ini sangat mudah sekali digunakan (Khairunnisa, 2014). Dalam studi Sari dkk, (2018) disebutkan bahwa tidak hanya kalangan remaja saja yang aktif dalam berbelanja *online* pada jejaring sosial tetapi ibu rumah tangga pun kini juga menggunakan *online shop* pada jejaring sosial untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Astuti (2013) menyatakan bahwa peran ibu rumah tangga dalam mengurus kebutuhan keluarga tidaklah mudah, karena setiap individu mempunyai kebutuhan masing-masing dan didalam kehidupan sehari-hari tidak akan lepas dari kegiatan konsumsi. Konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan baik itu berupa kebutuhan primer maupun sekunder. Oleh karena itu ibu rumah tangga harus lebih bijak dalam memilih kebutuhan mana yang utama dari suatu barang serta yang mempunyai manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadinya tindakan pemborosan. Seseorang yang membeli barang didasarkan oleh keinginan tanpa mementingkan kegunaan dan manfaat dari suatu barang hanya akan membuat seseorang itu menjadi konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk berperilaku secara berlebihan dalam membeli sesuatu secara irasional dan lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Wahyudi (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak didasari pemikiran dan pertimbangan yang rasional. Akan tetapi, lebih kepada adanya unsur matrealistik, hasrat yang tidak terkendali untuk memiliki benda mewah dan berlebihan, serta sesuatu yang dianggap paling mahal sebagai pemenuhan hasrat kesenangan semata. Pendapat lain dikemukakan oleh Sumartono dalam Astuti (2013) menyatakan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan pemakaian produk yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan pada taraf yang tidak rasional. Nitisusastro (2012), mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pada konsumsi produk, jasa maupun ide dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan. Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan mengakibatkan penumpukan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus (Astuti, 2013).

Menurut Rangkuti (2017) ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yakni : (1) Faktor budaya, terdiri dari budaya sebagai penentu keinginan dan perilaku, sub-budaya dan kelas sosial. (2) Faktor sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. (3) Faktor pribadi, terdiri dari usia dan daur siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap. Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono dalam Astuti (2013), yaitu: (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah; (2) Membeli produk karena kemasannya menarik; (3) Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi; (4) Membeli produk dengan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya); (5) Membeli produk karena menjaga symbol status; (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan; (7) Munculnya

penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Fenomena perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* diperoleh dari hasil wawancara dengan 20 orang ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang pada tanggal 29 Februari 2019 pukul 10.00-13.00 WIB diperoleh keterangan bahwa ibu rumah tangga senang berbelanja *online* di jejaring sosial seperti instagram atau *online shop* di luar kebutuhan rumah tangga. Mereka merasa banyaknya pilihan produk saat berbelanja *online* membuat mereka setiap hari selalu memantau produk yang akan dibeli, jika mereka tidak membeli barang yang telah dilihatnya di *online shop* akan muncul rasa penyesalan sehingga mereka memutuskan untuk membeli barang tersebut walaupun bukan menjadi kebutuhan saat itu.

Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kusnandar dan Kurniawan (2018) berpendapat bahwa masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Kehidupan modern telah mendidik orang tak sekedar berusaha memenuhi kebutuhan, tetapi juga berusaha memenuhi gejolak keinginan. Banyak orang yang membeli suatu barang yang bukan kebutuhannya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan membeli produk tersebut. Seiring dengan perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat, memberikan pengaruh pada perilaku masyarakat khususnya perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Menurut Alamanda (2018) gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Risnawati dkk (2018) menyatakan gaya hidup adalah pola hidup yang berhubungan dengan keputusan. Pendapat lain dikemukakan oleh Kusnandar dan Kurniawan (2018) menyatakan gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seorang dalam berinteraksi dengan lingkungan (Shaharudin dkk, 2011). Indikator gaya hidup diambil dari Prasetijo dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), yakni: *Activities* (kegiatan), *Interest* (minat), dan *Opinion* (pendapat).

Literasi keuangan diperlukan bagi ibu rumah tangga agar dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Munculnya masalah keuangan bukan saja karena rendahnya tingkat pendapatan, namun juga bisa berasal dari rendahnya pengetahuan dalam mengelola keuangan. Ibu Rumah Tangga umumnya memiliki kebebasan yang lebih besar untuk membuat keputusan dalam hal keuangan keluarga. Banyak Ibu Rumah Tangga belajar masalah keuangan dari *trial and error*, namun hal itu belum mampu menjadikan mereka menjadi pelaku ekonomi yang cerdas dalam kehidupan saat ini. Dari hasil observasi dan wawancara pada tanggal 29 Februari 2019, diperoleh informasi bahwa sebagian besar ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang belum memahami literasi keuangan, hal ini dibuktikan dari masih adanya ibu rumah tangga yang tidak menerapkan anggaran rumah tangga, sehingga mayoritas mereka tidak memiliki dana cadangan untuk kondisi darurat dalam jangka pendek, sedangkan kecenderungan gaya hidup tinggi membuat mereka boros dalam berbelanja *online*. Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) adalah kemampuan memahami, maka dapat diartikan literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola dana yang dimiliki sehingga lebih berkembang dan berdampak terhadap kesejahteraan dimasa depan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi keuangan diartikan sebagai proses meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*convidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat agar lebih mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik. Pendapat Remund dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), empat hal yang paling umum dalam literasi keuangan adalah pemahaman penganggaran, tabungan, pinjaman dan investasi. Adapun indikator literasi keuangan diambil dari Chen dan Volpe dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), yakni: Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi, Tabungan (*saving*), Asuransi (*insurance*), Investasi. Literasi keuangan yang rendah didukung dengan tingginya gaya hidup memunculkan perilaku konsumtif pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Padang.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online*, untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online*, untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas dengan variabel independen yaitu Gaya Hidup (X1) dan Literasi Keuangan (X2), kemudian variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Perilaku Konsumtif (Y). Populasi yaitu ibu rumah tangga yang pernah berbelanja *online* di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Untuk mendapatkan hasil dari penelitian yang dilakukan dan untuk menjawab hipotesis dilakukan uji analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji determinasi, uji T, dan uji F.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Kusnandar dan Kurniawan, 2018).	<i>Activities</i> (kegiatan) <i>Interest</i> (minat) <i>Opinion</i> (pendapat) (Kusnandar dan Kurniawan, 2018)	<i>Likert</i>
Literasi Keuangan (X2)	Literasi keuangan adalah proses meningkatkan pengetahuan (<i>knowledge</i>), keyakinan (<i>convidence</i>) dan keterampilan (<i>skill</i>) konsumen dan masyarakat agar lebih mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik (Kusnandar dan Kurniawan, 2018)	Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi Tabungan (<i>saving</i>) Asuransi (<i>insurance</i>) Investasi	<i>Likert</i>
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif adalah tindakan pemakaian produk yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan pada taraf yang tidak rasional (Sumartono dalam Astuti (2013).	Membeli produk karena iming-iming hadiah. Membeli produk karena kemasannya menarik. Membeli produk untuk penampilan diri dan gengsi. Membeli produk dengan pertimbangan harga. Membeli produk karena menjaga symbol status. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Munculnya penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.	<i>Likert</i>

Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).
(Sumartono dalam Astuti (2013))

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dalam penelitian ini, uji signifikansi menggunakan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 5\%$) dan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$), dalam hal ini merupakan jumlah sampel. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 50 orang, sehingga nilai *degree of freedom* ($df = 50 - 2 = 48$). Nilai *Correlated Item-Total Correlation* dengan hasil perhitungan $r\text{-tabel} = 0.235$. Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ dan nilai positif, maka item pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2
Hasil Validitas Variabel Gaya Hidup

No. Butir	r hitung	r tabel	Keputusan
Butir 1	0.558	0.235	Valid
Butir 2	0.759	0.235	Valid
Butir 3	0.668	0.235	Valid
Butir 4	0.622	0.235	Valid
Butir 5	0.531	0.235	Valid
Butir 6	0.708	0.235	Valid
Butir 7	0.715	0.235	Valid
Butir 8	0.566	0.235	Valid
Butir 9	0.557	0.235	Valid

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Tabel 3
Hasil Validitas Variabel Literasi Keuangan

No. Butir	r hitung	r tabel	Keputusan
Butir 1	0.611	0.235	Valid
Butir 2	0.608	0.235	Valid
Butir 3	0.602	0.235	Valid
Butir 4	0.616	0.235	Valid
Butir 5	0.582	0.235	Valid
Butir 6	0.603	0.235	Valid
Butir 7	0.714	0.235	Valid
Butir 8	0.577	0.235	Valid
Butir 9	0.733	0.235	Valid
Butir 10	0.536	0.235	Valid
Butir 11	0.502	0.235	Valid
Butir 12	0.437	0.235	Valid

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Tabel 4
Hasil Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

No. Butir	r hitung	r tabel	Keputusan
Butir 1	0.500	0.235	Valid
Butir 2	0.598	0.235	Valid
Butir 3	0.511	0.235	Valid

Butir 4	0.729	0.235	Valid
Butir 5	0.671	0.235	Valid
Butir 6	0.727	0.235	Valid
Butir 7	0.478	0.235	Valid
Butir 8	0.628	0.235	Valid
Butir 9	0.411	0.235	Valid
Butir 10	0.709	0.235	Valid
Butir 11	0.694	0.235	Valid
Butir 12	0.579	0.235	Valid
Butir 13	0.694	0.235	Valid
Butir 14	0.654	0.235	Valid
Butir 15	0.619	0.235	Valid
Butir 16	0.342	0.235	Valid

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai koefisien korelasi yang lebih besar dari $r\text{-table} = 0.235$ (nilai $r\text{-table}$ untuk $n = 48$). Jadi dapat disimpulkan semua indikator tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan mendapatkan data yang reliabel. Uji reliabilitas pada pengujian ini menggunakan *Cronbach Alpha* (α), dimana jika $\alpha > 0,70$ maka kuesioner dikatakan konsisten atau reliabel. Pengolahan data menggunakan Program SPSS Versi 21 yang hasilnya disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 5
Hasil Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Gaya Hidup (X_1)	0.884	Reliabel
2	Literasi Keuangan (X_2)	0.888	Reliabel
3.	Perilaku Konsumtif (Y)	0.911	Reliabel

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel 5 menunjukkan nilai lebih besar dari 0,70, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam penelitian ini reliabel. Selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Normalitas

Uji asumsi bahwa variabel dependen dan independennya mengikuti distribusi normal, sehingga nilai *error* pun akan mengikuti distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 6
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

	Standardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	0.663
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.772

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov di atas, menunjukkan nilai Asymp. Sig. memiliki nilai $0,772 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka terdapat masalah multikolinearitas. Model yang baik seharusnya tidak ada korelasi antara variabel. Dengan melihat angka VIF (*Variance Influence Factor*) dan *Tolerance*.

Tabel 7
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Gaya Hidup	0.877	1.140
Literasi Keuangan	0.877	1.140

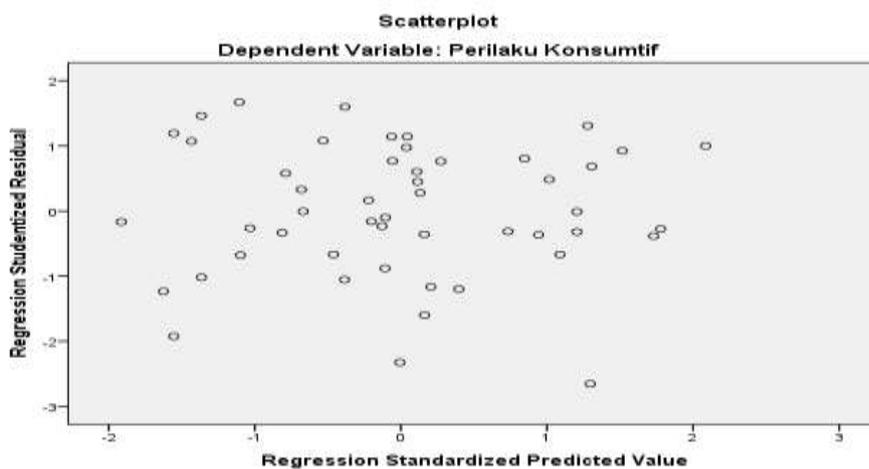
Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *Tolerance* masing-masing variabel bebas lebih besar ($>$) dari 0.10. Selain itu juga terlihat bahwa nilai VIF masing-masing variabel bebas lebih kecil ($<$) dari 10. Dengan demikian dapat diartikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar analisis yakni;

1. Jika pada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terjadi ada pola yang jelas, secara titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.
- 3.



Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Gambar 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya diperoleh suatu perbedaan, dalam arti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas, yang artinya tidak ada kesamaan variasi antara variabel penelitian.

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari uji analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan terhadap variabel gaya hidup, literasi keuangan dan perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel 8 di atas. Hasil tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 8
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	t	Sig.
<i>Constant</i>	47.003	5.587	0.000
Gaya Hidup	0.762	5.076	0.000
Literasi Keuangan	-0.308	-2.393	0.021

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Hasil dari uji analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan terhadap variabel gaya hidup, literasi keuangan dan perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel 8 di atas. Hasil tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Konstanta memiliki nilai sebesar 47,003 ini menunjukkan jika Gaya Hidup (X1) dan Literasi Keuangan (X2) nilainya adalah nol, maka Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai 47,003.
2. Variabel Gaya Hidup (X1) memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,762, ini berarti jika variabel independen lainnya tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 poin atau 1% variabel Gaya Hidup akan meningkatkan variabel Perilaku Konsumtif sebesar 0,762. Koefisien variabel Gaya Hidup bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara Gaya Hidup dengan perilaku konsumtif, artinya semakin meningkat nilai Gaya Hidup maka akan meningkatkan nilai Perilaku Konsumtif.
3. Variabel Literasi Keuangan (X2) memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,308, ini berarti jika variabel independen lainnya tetap atau tidak berubah, maka setiap kenaikan 1 poin atau 1% variabel Literasi Keuangan akan menurunkan variabel Perilaku Konsumtif sebesar -0,308. koefisien variabel Literasi Keuangan bernilai negatif artinya terdapat pengaruh negatif antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif, artinya semakin meningkat nilai Literasi Keuangan maka akan meningkatkan nilai Perilaku Konsumtif.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan uji dimana pengujian tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah suatu hipotesis tersebut diterima maupun ditolak. Suatu hipotesis diterima apabila t hitung \geq t tabel.

Tabel 9
Hasil Uji t

Model	t	Sig.	Keterangan
<i>Constant</i>	5,587	0,000	
Gaya Hidup	5,076	0,000	Berpengaruh
Literasi Keuangan	-2,393	0,021	Berpengaruh

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Hasil untuk uji t dapat dilihat pada tabel 9 di atas, dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Gaya hidup Berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

Untuk menjawab hipotesis pertama (H1), dapat dilihat t hitung dan membandingkan dengan t tabel. Pada tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel Gaya Hidup (X1) yaitu sebesar 5,076 sedangkan t tabel memiliki nilai sebesar 2,011. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel selain itu nilai sig. untuk variabel Gaya Hidup juga memiliki nilai 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dibanding nilai *alpha* (0,05) sehingga untuk menjawab hipotesis pertama yaitu H₁ diterima, yang berarti Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

2. Literasi Keuangan Berpengaruh Signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

Menjawab hipotesis kedua (H2), dapat dilihat t hitung dan membandingkan dengan t tabel. Pada tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel Literasi Keuangan (X2) bertanda negatif 2,393 sedangkan t tabel memiliki nilai sebesar 2,011. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel selain itu nilai sig. untuk variabel Literasi Keuangan memiliki nilai 0,021 yang mana nilai tersebut lebih kecil dibanding nilai *alpha* (0,05) sehingga untuk menjawab hipotesis kedua yaitu H₂ diterima, yang berarti Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Uji Signifikansi Model (Uji F)

Untuk menjawab hipotesis ketiga (H₃) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini.

Tabel 10
Hasil Uji F

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	22,800	0,000	Berpengaruh
Residual			
Total			

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai kolom sig. menunjukkan nilai 0,000 dimana nilai tersebut lebih kecil dibanding dengan nilai *alpha* (0,05) atau $0,000 < 0,05$ yang merupakan syarat untuk diterimanya suatu hipotesis. Dengan begitu, maka hipotesis ketiga dapat diterima. Selain itu, untuk menguji hipotesis ketiga juga dapat dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Nilai F hitung yang telah diuji diatas menunjukkan nilai 22,800, sedangkan nilai F tabel bernilai sebesar 3,19 sehingga nilai F hitung > F tabel. Berdasarkan perbandingan tersebut, maka pengujian H3 diterima, yang berarti Gaya Hidup dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji Koefisien Determinasi yang diuji dengan menggunakan program pengolah data SPSS 21 yang dapat dilihat pada tabel 11.

Tabel 11
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,702 ^a	,492	,471	6,653

Sumber: olah data output SPSS 21, 2019

Dilihat bahwa hasil uji koefisien determinasi pada R^2 memiliki nilai sebesar 0,471. Angka tersebut menunjukkan persentase sumbangan variabel Gaya Hidup (X1) dan Literasi Keuangan (X2) dalam model regresi sebesar 47,1% atau variasi variabel Perilaku Konsumtif dalam berbelanja *online* (Y) dapat dijelaskan oleh variasi variabel Gaya Hidup dan Literasi Keuangan sebesar 47,1% sedangkan sisanya sebanyak 52,9% dijelaskan oleh variabel lain terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

Hasil uji hipotesis pertama (H_1) menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,762 dengan nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dengan arah positif. Ketika gaya hidup meningkat, maka perilaku konsumtif juga akan meningkat, artinya semakin mewah gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif, demikian juga sebaliknya, jika menurunnya gaya hidup seseorang maka menurun pula pola perilaku konsumtif seseorang. Hasil penelitian ini mendukung pendapat Kasali dalam Alamanda (2018) gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alamanda (2018) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian Melina dan Wulandari (2018) juga menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

Hasil pengujian hipotesis kedua (H_2) ini dapat dilihat bahwa nilai koefisien regresi sebesar -0,308 dengan nilai signifikansi yaitu $0,021 < 0,05$. Berarti bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif dalam berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dengan arah negatif. Semakin tinggi literasi keuangan maka perilaku konsumtif berbelanja *online* akan semakin rendah, sebaliknya jika literasi keuangan rendah maka perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* akan semakin tinggi. Pendapat Chen dan Volpe dalam Dikria dan Mintari (2016) menyatakan bahwa individu yang memiliki pengetahuan rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Individu dengan kemampuan literasi keuangan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Imawati dkk (2013) bahwa ketika literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun. Didukung pula oleh penelitian Mawo dkk (2017) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang

Hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Dari hasil pengujian untuk hipotesis ketiga (H3) ini, didapat bahwa nilai sig. pada pengujian hipotesis ini lebih kecil dari nilai alpha (0,05) yaitu $0,000 < 0,05$. Begitu juga nilai F hitung pada pengujian hipotesis ini lebih besar dibandingkan dengan nilai F tabel yaitu $22,800 > 3,19$ sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) diterima, yang berarti bahwa Gaya Hidup dan Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan temuan yang ada pada bab sebelumnya, tentang “Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”, dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama, kedua dan ketiga secara empiris ditemukan pengaruh yang signifikan gaya hidup dan literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan yang ada cukup signifikan. Namun temuan ini juga menunjukkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan ibu-ibu rumah tangga masih cukup baik dan masih belum mencapai pada tingkatan yang sangat baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada institusi dan rekan-rekan dosen dan mahasiswa di Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang yang telah memberikan dukungan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dan memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya ekonomi dan psikologi serta kepentingan lembaga dan bagi penulis dalam meningkatkan kinerja sebagai dosen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Psikoborneo*, 6 (2), 410–419.
- Astuti, Endang, D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *EJournal Psikologi*, 1 (2), 148–156.
- Dikria, O., dan Mintari, Sri, U, M. W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *JPE*, 9 (2), 143–155.
- Imawati, I., Susilaningih dan Ivada, E. (2013). Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2 (1), 48–58.
- Khairunnisa. (2014). Dampak Aplikasi Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja *Online* di Kalangan Siswa-Siswi SMA Negeri 2 Tenggara. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 2 (4), 220–230.
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8 (1).
- Mawo, Theodorus., Partono, Thomas, St., S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri

- dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6 (1), 60–65.
- Melina, Angra., dan Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2 (141–152).
- Nitisusastro, M. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2013). *Indonesian National Strategy for Financial Literacy*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Rangkuti, P. (2017). *Customer Care Excellence*. Jakarta: PT. Garmedia Pustaka Utama.
- Risnawati., Mintarti, Sri, U, W., Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3 (4), 430–436.
- Sari, Dian, Eka., Handoko, Rudy., Achluddin, Ibnu, R. (2018). Pengaruh *Online Shop* Jejaring Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga Kabupaten Mojokerto (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Desa Mojotamping, Kecamatan Bangsal, Kabupaten Mojokerto). *Jurnal Representamen*, 4 (1).
- Shaharudin, Mohd Rizaimy., Abdul Sabur bin Ismail., S. W. M., & Samsul Janel Elias., Muna Abdul Jalil., A. M. W. O. (2011). Innovative Food and Its Effects Toward Consumers' Purchase Intention of Fast Food Product. *Journal Canadian Social Science*, 7 (1), 110–118.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 28.