



Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Desa Masalle

Nurazmiza¹, Idris Parakkasi², A. Syatir Sofyan³

¹²³Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

E-mail: nurazmizaazis09@gmail.com¹, idris_parakkasi12@yahoo.com²,
a.syatir@uin-alauddin.ac.id³

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat Desa Masalle. Perilaku konsumtif pada masyarakat di Desa Masalle dapat dipengaruhi oleh beberapa factor diantaranya gaya hidup (lifestyle). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam pengambilan sampelnya menggunakan rumus dari krejcie morgan dengan taraf kesalahan 5% sehingga didapatkan 340 sampel. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) $6,954 > 1,652$, Gaya Hidup (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) $7,153 > 1,652$, Literasi Keuangan (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) $74,036 > 3,042$ masyarakat di Desa Masalle Kecamatan Masalle Kabupaten Enrekang.

Kata Kunci: *Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif*

PENDAHULUAN

Literasi keuangan dapat digunakan sebagai kebijakan untuk memajukan perekonomian negara bagi pemerintah. Melalui literasi keuangan dapat kita tentukan strategi kebijakan yang tepat dan berguna bagi kehidupan ekonomi bangsa Indonesia (Kusumaningtyas & Sakti, 2017). Literasi keuangan diperlukan masyarakat 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 (Wahyuni et al., 2019). Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk memilah kebutuhan keuangan, membahas tentang permasalahan keuangan, membuat rencana untuk masa depan, dan menanggapi dengan bijak untuk peristiwa kehidupan yang memengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa dalam perekonomian secara keseluruhan (Iqbal, 2020).

Setiap orang harus menghadapi kenyataan mengelola keuangan mereka dalam kehidupan sehari-hari, dimana diharuskan setiap individu mampu mengelola keuangan dengan baik untuk dapat memenuhi kebutuhan setiap harinya, serta dapat menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran. Oleh karena itu, kecerdasan finansial menjadi hal yang perlu diperhatikan di kehidupan yang serba modern seperti pada zaman sekarang ini. Kemampuan yang dimiliki seseorang dalam mengelola sumber daya keuangan yang dimilikinya disebut kecerdasan finansial (Fauzi, 2006).

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Literatur sebelumnya yang mencoba mengukur sumber daya manusia khusus untuk keuangan pribadi ditinjau untuk mengidentifikasi bagaimana seseorang mengelola keuangan secara efektif (Huston, 2010). Tingkat literasi keuangan yang bagus diharapkan masyarakat mengerti mengenai cara mengelola keuangan dengan baik dan benar. Literasi keuangan akan mempengaruhi gaya hidup seseorang menjadi tidak boros sehingga terhindar dari perilaku konsumtif. (Kusumaningtyas & Sakti, 2017)

Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. 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 (Wahyuni et al., 2019). Gaya hidup merupakan sebuah dorongan yang mendasar dalam pembelian sebuah kebutuhan dan sikap individu, serta mempengaruhi aktivitas penggunaan produk sehingga hal ini sangat berpengaruh dalam perilaku konsumtif (Hartiningsih et al., 2021).

Menurut Soebiyakto menjelaskan bahwa konsumsi adalah jenis kebutuhan yang berasal dari kebutuhan akan barang. Perilaku konsumtif merupakan akibat jika dilakukan secara konsisten atau terus menerus. Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk memenuhi kebutuhan secara konsisten atau terus menerus dan berlebihan. Tidak diragukan lagi bahwa perilaku konsumtif ini mengakibatkan pemborosan waktu dan uang. Kepuasan tidak tergantung pada kebutuhan tetapi hanya kepuasan keinginan (Pratiwi, 2017).

Perilaku konsumtif tidak bisa dipisahkan dari berbagai kemudahan yang ditemukan saat berbelanja. Maraknya belanja daring juga mendorong mereka untuk berbelanja semakin sering dan semakin banyak. bahkan ada anak dari generasi milenial yang belanja sampai di luar kemampuan anggarannya. semakin terbatas barangnya, maka mereka akan merasa semakin bergaya jika bisa mengunggahnya ke media sosial sehingga memunculkan budaya konsumtif. Karena pada dasarnya budaya belanja online sangat berkembang pesat saat ini. Lazimnya masyarakat mengedepankan cara praktis dalam kehidupannya untuk mengonsumsi sesuatu barang (Bukhari et al., 2022).

Pembelian dan pemakaian suatu barang terkadang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan, melainkan didorong karena adanya faktor keinginan yang kurang berguna, seperti mengikuti trend, gengsi, menaikan prestise, dan berbagai alasan lainnya yang dianggap kurang penting. Sehingga hal tersebut secara langsung maupun tidak langsung menyebabkan daya beli dan sikap konsumtif meningkat (Anggraini & Santhoso, 2019). Islam sangat memahami bahwa konsumen memiliki karakter untuk memaksimalkan kepuasannya, tetapi kepuasan tersebut bukanlah kepuasan yang bebas, tanpa batas, tetapi kepuasan yang mengacu kepada ajaran Islam. Selain itu, Islam mengatur perilaku

konsumen dalam memenuhi kebutuhan akan barang yang penggunaannya diperbolehkan menurut hukum Islam (Rasyid, 2019).

Dengan adanya perubahan gaya hidup yang terjadi pada masyarakat di Desa Masalle dengan seringnya melakukan pembelanjaan online secara terus menerus, dan juga mudahnya masyarakat tergiur dengan iming-iming yang ditawarkan seseorang untuk membeli suatu produk yang dijual disekitar Desa Masalle. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat di Desa Masalle.

Berdasarkan uraian diatas peneliti ingin membahas lebih lanjut melalui penelitian yang berjudul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Desa Masalle”**

TINJAUAN LITERATUR

Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan menggunakan istilah literasi keuangan sebagai kegiatan atau rangkaian proses dalam meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*) konsumen atau masyarakat luas sehingga mereka dapat mengelola keuangan dengan baik. Definisi literasi keuangan ini mengalami penyempurnaan dalam Peraturan OJK No. 76 Tahun 2016 dan dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. Penyempurnaan literasi keuangan ini dilakukan dengan memasukkan aspek sikap dan perilaku keuangan selain pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan mengenai suatu lembaga, produk, dan layanan keuangan. Definisi dari literasi keuangan kemudian menjadi pengetahuan, keyakinan, dan keterampilan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangannya guna mencapai kesejahteraan (Soetiono & Setiawan, 2018). Adapun indikator literasi keuangan antara lain sebagai berikut: (Pulungan & Febriaty, 2018)

1. Mengetahui sumber-sumber pendapatan
2. Memahami anggaran menabung
3. Memahami faktor-faktor yang mempengaruhi gaji bersih
4. Menganalisis keuntungan dan kerugian berhutang
5. Menjelaskan bagaimana mencapai kesejahteraan dan memenuhi tujuan keuangan

Gaya Hidup

Gaya Hidup (*Lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya (Kanserina, 2015). Gaya hidup adalah tampilan perilaku individu dalam kehidupannya, sedangkan pola konsumsi adalah kebiasaan perilaku individu dalam mengonsumsi sejumlah kebutuhan hidupnya baik primer maupun sekunder. Dalam operasionalnya, gaya hidup akan mengikuti kebudayaan, tuntutan zaman, pengaruh

lingkungan sekitar, efek media, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (Safuwana, 2022).

Ada beberapa jenis indikator gaya hidup, antara lain: 1). Activities (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang. 2). Interest (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. 3). Opinion (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial (Asisi & Purwantoro, 2020).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana (Chita et al., 2015). Dengan hal demikian, jika seseorang tidak mampu mengendalikan konsumsinya, seperti membeli suatu barang didasarkan keinginan bukan kebutuhan. Syariah menjadi acuan dalam pengembangan sistem ekonomi Islam. Islam memandang konsumsi sebagai sarana beribadah kepada Allah SWT. Disyariatkan untuk tidak hidup bermewah-mewah, tidak berbisnis dalam pekerjaan yang dilarang, tidak melakukan riba, membayar zakat, dan tidak melakukan israf dan tabzir merupakan rangkuman dari akidah, akhlak, dan syariat Islam yang merupakan rujukan dari sistem ekonomi Islam (Chapra, 2001). Sebagaimana firman Allah Swt:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

٨٧

Terjemahnya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.” (Al-Maidah [5]:87)

Adapun indikator-indikator dari perilaku konsumtif antara lain: 1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. 2) Membeli produk karena kemasannya menarik. 3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. 4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). 5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. 6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan (RINATI, 2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yaitu menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif menggunakan kuesioner. Dimana data yang dikumpulkan adalah pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Desa Masalle.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan disimpulkan (Dr, 2008). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Desa Masalle. Adapun jumlah dari masyarakat Desa Masalle adalah sebanyak 2.862 Masyarakat. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi dapat digunakan jika populasinya cukup besar sehingga peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative

Penentuan besaran sampel berdasarkan jumlah populasi oleh Krejcie dan Morgan. apabila jumlah populasi 2.862 Masyarakat maka sampel penelitian yaitu sebanyak 340 sampel. Jadi sampel yang akan diteliti adalah masyarakat Desa Masalle dengan jumlah 340 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian:

1. Observasi, observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut (Siregar, 2019).
2. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuisioner (angket) adalah pertanyaan/pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti (Juliandi & Manurung, 2014).
3. Studi literature, metode ini berupa mencari data berhubungan dengan teori dan konsep yang berkaitan masalah penelitian yang sedang diteliti, yaitu berupa buku-buku, internet, dan karya ilmiah.

Teknik Analisis Data

Analisis data diperlukan mengelola data mentah menjadi sebuah data yang mempunyai arti. Adapun teknik analisis data tersebut antara lain: uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan uji regresi linear berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Uji Normalitas****Tabel 1. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		196
Normal	Mean	.0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.12478929
Most Extreme	Absolute	.061

Differences	Positive	.057
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^e
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Pengolahan Data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel diatas menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) memiliki nilai $0,070 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas ini dilakukan dengan cara melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) dan nilai Tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance $> 0,10$ maka dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas Adapun hasil perhitungan nilai VIF dan Tolerance yang dilakukan untuk regresi dalam penelitian ini dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan (X1)	.892	1.121
	Gaya Hidup (X2)	.892	1.121

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan tabel diatas dapat dikatakan bahwa angka tolerance dari variabel independen semuanya menunjukkan angka $> 0,10$, hal ini berarti bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Kemudian untuk angka *Variabel Inflation Factor* (VIF), semua variabel independen menunjukkan VIF < 10 . Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen dalam model regresi tidak menunjukkan multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas dapat diuji dengan menggunakan Uji *Glejser*. Pada uji heterokedastisitas dengan uji *glejser* ini, apabila nilai sig. (signifikansi) $> 0,05$ maka dapat dikatakan model persamaan regresi tidak mengalami heterokedastisitas. Adapun hasil heterokedastisitas menggunakan uji *Glejser*, dapat dilihat pada Tabel 3 dibawah ini:

Tabel 3 Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.013	.026		-.477	.634
	Total_X1	.001	.001	.041	.540	.590
	Total_X2	.002	.001	.127	1.689	.093

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: pengolahan data SPSS ver 26

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai sig. dari masing-masing variabel adalah sebesar 0,590 untuk variabel literasi keuangan dan 0,093 untuk variabel gaya hidup. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi tidak mengalami heterokedastisitas. Hal ini dikarenakan nilai sig. > 0,05.

Uji t**Tabel 4. Hasil Uji t**Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.910	1.079		10.110	.000
	Literasi Keuangan (X1)	.267	.038	.399	6.954	.000
	Gaya Hidup (X2)	.303	.042	.410	7.153	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

Sumber: Pengolahan Data SPSS ver 26

Berdasarkan pada tabel diatas, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Pemahaman keuangan atau literasi keuangan yang baik dapat membantu setiap individu untuk mampu merealisasikan pengetahuan mereka untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif dan efisien guna tercapai tujuan yang diinginkan dan kesejahteraan hidup. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif diperoleh t_{tabel} sebesar 1,652 dan nilai t_{hitung} sebesar 6,954 dengan artian bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Literasi Keuangan terhadap variabel Perilaku Konsumtif pada masyarakat di Desa Masalle. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Madia Indah Wati tentang “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan” menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pegawai. Kemudian diambil kesimpulan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan serta pemahaman yang dimiliki oleh setiap individu untuk mengelola keuangan demi kesejahteraan yang akan datang. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat, karena literasi keuangan yang rendah akan menyebabkan pembuatan rencana keuangan yang salah dan berdampak pada pencapaian kesejahteraan pada usia tua yang tidak produktif lagi (Riana, 2019). Selanjutnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Utami Ulfa Rahma, Eri Bukhari, dan Eri Teguh Prasetyo tentang “Pengaruh Literasi keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19” menyatakan bahwa secara parsial literasi keuangan

berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada masa pandemic Covid-19.

2. Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Gaya hidup merupakan salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Gaya hidup masyarakat sekarang ini sudah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya zaman. Dahulu orang tidak terlalu memntingkan gaya hidup dan penampulan diri, akan tetapi sekarang berbeda keadaannya, karena gaya hidup telah merasuk ke dalam semua golongan (Pulungan & Febriaty, 2018). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif diperoleh t_{tabel} sebesar 1,652 dan nilai t_{hitung} sebesar 7,153 dengan artian bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variabel Gaya Hidup terhadap variabel Perilaku Konsumtif pada Masyarakat di Desa Masalle.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Madia Indah Wati tentang “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan” adanya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pegawai. Kemudian diambil kesimpulan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilakunya (Wati, 2020). Selanjutnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rika Wahyuni, Hadi Irfani, Isna asyri Syahrina, dan Rina Mariana tentang “ Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang”. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Uji F

Tabel 5 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.275	2	94.638	74.036	.000 ^b
	Residual	246.704	193	1.278		
	Total	435.980	195			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif (Y)

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X2), Literasi Keuangan (X1)

Sumber : Pengolahan Data SPSS ver 26

Berdasarkan pada tabel diatas hasil ANOVA atau F terlihat bahwa diperoleh F_{hitung} 74,036 $>$ F_{tabel} 3,042 dan nilai nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, maka artinya bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah sifat konsumen yang pada saat membeli atau mengonsumsi produk cenderung tidak didasarkan atas kebutuhan dan tidak didasarkan atas

pertimbangan yang rasional karena lebih mementingkan factor keinginan daripada kebutuhannya (Firdaus, 2021). Masyarakat diharapkan lebih rasional dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam. Berpedoman pada etika konsumsi Islam seperti keadilan, kesederhanaan, kebersihan, tidak melakukan kemubadziran dan tidak berlebih-lebihan (Israf) (Hanipah, 2020). Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raaf 7:31

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَٰتَكَ مَعَكَ مَسٰجِدَ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱

Terjemahnya: " Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan." (Al-A'raf [7]:31)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis penelitian tentang pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif diperoleh ftabel sebesar 3,042 dan perolehan nilai fhitung sebesar 74,036 dengan artian bahwa fhitung > ftabel dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak. Hal ini berarti adanya pengaruh secara simultan antara literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Desa Masalle. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Madia Indah Wati tentang " Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan" dari hasil uji hipotesis secara simultan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pegawai PT Pelabuhan I (Persero) Medan. Artinya kedua variabel independen ini sangat mempengaruhi perilaku konsumtif para pegawai di PR Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan. Selanjutnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Utami Ulfa Rahma, Eri Bukhari, Eri Teguh Prasetyo tentang "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19" menyatakan bahwa literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada masa pandemic covid-19.

Uji Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis regresi linear berganda diatas, dapat diperoleh persamaan dibawah ini:

$$Y = 10,910 + 0,267X_1 + 0,303X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta bernilai sebesar 10,910 hal ini menunjukkan apabila variabel literasi keuangan dan gaya hidup nilainya konstan (0), maka nilai perilaku konsumtif sebesar 10,910.
2. Koefisien regresi variabel literasi keuangan (X1) bernilai positif sebesar 0,267 hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan bertambah 1 poin, sementara variabel

independen lainnya tetap, maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,267. Koefisien variabel literasi keuangan bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif, artinya semakin meningkat nilai literasi keuangan maka akan semakin meningkatkan nilai perilaku konsumtif.

3. Koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) bernilai positif sebesar 0,303 hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup bertambah 1 poin, sementara variabel independen lainnya tetap, maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0,303. Koefisien variabel gaya hidup bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif, artinya semakin meningkat nilai gaya hidup maka akan semakin meningkatkan nilai perilaku konsumtif.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6 Hasil Uji R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.659 ^a	.434	.428	1.131

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup (X2), Literasi Keuangan (X1)

Sumber: Pengolahan data SPSS ver 26

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dijelaskan bahwa diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,434. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan dan gaya hidup sebesar 43,4% sedangkan sisanya sebesar 56,6 dipengaruhi oleh factor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat di Desa Masalle, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian diketahui pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) secara parsial memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t_{hitung} 6,954 > t_{tabel} 1,652 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat diartikan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Hasil penelitian diketahui pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) secara parsial memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t_{hitung} 7,153 > t_{tabel} 1,652 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat diartikan bahwa adanya pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Hasil penelitian diketahui pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif secara simultan F_{hitung} 74,036 > F_{tabel} 3,042 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan adanya pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

REFERENSI

- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Bukhari, E., Ery Teguh Prasetyo, & Sri Utami Ulfa Rahma. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>
- Chapra, M. U. (2001). *Masa depan ilmu ekonomi: sebuah tinjauan Islam*. Gema Insani.
- Chita, R. C. M., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal E-Biomedik*, 3(1). <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>
- Dr, P. (2008). Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. CV. Alfabeta, Bandung, 25.
- Fauzi, D. A. (2006). *Cerdas Finansial Sekarang*.
- Firdaus, A. B. (2021). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa PIPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. 7(3), 6.
- Hanipah. (2020). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Untuk Produk Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Terhadap Mahasiswa Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry. *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology*, 34(8), 709.e1-709.e9. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jaad.2013.01.032>
- Hartiningsih, M., Reza, R., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.905>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Iqbal, M. I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam negeri (iain) manado. In *Repository IAIN Manado* (Vol. 1, Issue 1). <http://repository.iain-manado.ac.id/20/>
- Juliandi, A., & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.
- Kanserina. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi*

UNDIKSHA 2015. 5(1).

- Kusumaningtyas, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 5(3), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/34/article/view/20432/18725>
- Pratiwi, G. I. (2017). Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup. *Экономика Региона*, 32.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.
- Riana, I. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Daerah Kabupaten Bengkalis. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*, h. 33-39.
- RINATI, A. E. (2021). *SKRIPSI_Ade Ervina Rinati*. 1–93.
- Safuwani. (2022). Gaya Hidup, Konsumerisme Dan Modernitas. *Jurnal Suwa Universitas Malikussaleh*, 5(1), 38–46.
- Siregar, I. S. (2019). *Statistika deskriptif untuk penelitian di lengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*.
- Soetiono, K. S., & Setiawan, C. (2018). Indonesian Financial Literacy and Inclusion. *Press Eagle*.
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wati, N. M. I. (2020). *Pengaruh Literasi keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pegawai (Studi Kasus PT Pelabuhan Indonesia I (Persero) Medan*. 2017(1), 1–9. <http://190.119.145.154/handle/20.500.12773/11756>