



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PARA PENGGUNA *E-WALLET*
(STUDI PADA MAHASISWA S1 PENGGUNA *E-WALLET* PERGURUAN
TINGGI DI KOTA JAMBI TAHUN 2021)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

OLEH:

WENY MARGARETTA PANJAITAN

NIM. C1B018190

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS JAMBI**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Weny Margaretta Panjaitan
Nomor Mahasiswa : C1B018190
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap
Perilaku Konsumtif Para Pengguna *E-Wallet* (Studi Pada
Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di
Kota Jambi Tahun 2021)

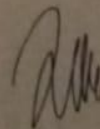
Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah karya asli penulis, selama proses penulisan tidak melakukan kegiatan plagiat atas karya ilmiah orang lain, semua petikan yang saya ajukan dalam Skripsi ini sesungguhnya ada dan disiapkan dengan kaedah ilmiah penulisan
2. Bila di kemudian hari didapati ketidak sesuaian sebagaimana pada poin (1) maka saya siap menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaaan yang saya telah peroleh.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Jambi, Desember 2022

Yang Membuat Pernyataan



Weny Margaretta Panjaitan
NIM. C1B018190

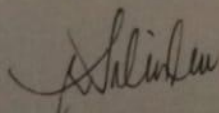
TANDA PERSETUJUAN

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi, menyatakan bahwa Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Weny Margaretta Panjaitan
NIM : C1A018190
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna *E-Wallet* (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021)

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dalam Ujian Komprehensif dan Skripsi pada tanggal seperti tertera di bawah ini:

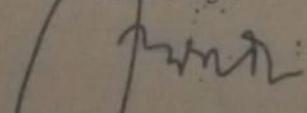
Pembimbing I



Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M
NIP. 196204031989022001

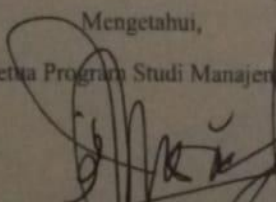
Jambi, Desember 2022

Pembimbing II



Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si
NIP. 1973062212000032001

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen



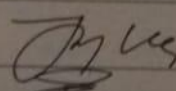
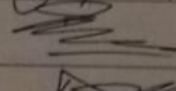
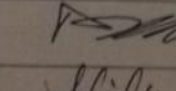
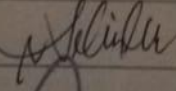
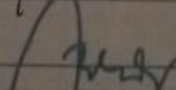
Dr. Musnani, S.E., M.M
NIP. 197706172006042001

TANDA PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Panitia Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi pada :

Hari : Rabu
Tanggal : 21 Desember 2022
Jam : 10.30 – 12:00 WIB
Tempat : Ruang Seminar Program Studi S1 Manajemen FEB

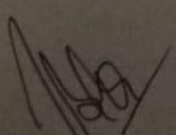
PANITIA PENGUJI

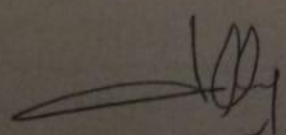
Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M	
Penguji Utama	Drs. H. Firmansyah, M.E	
Sekretaris	H. Mohd. Ihsan, S.E., M.Si	
Anggota Penguji	Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M	
	Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si	

Disahkan Oleh:

Ketua Jurusan Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis


Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc
NIP. 196702151993032004


Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si
NIP. 196706021992031003

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya serta memberikan kelancaran dan kemudahan dalam menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna *E-Wallet* (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021)”. Skripsi ini diajukan guna untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Jambi.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis sangat menyadari kekurangan dan keterbatasan untuk mencapai kesempurnaan sehingga keberhasilan akan sulit tercapai tanpa adanya bimbingan, bantuan serta motivasi dari beberapa pihak.

Secara khusus, peneliti mengucapkan terimakasih yang tidak terhingga kepada kedua orangtua tercinta Bapak **Iwan Verry Panjaitan** dan Ibu **Hotmesriani Sinaga** yang luar biasa telah membesarkan, mendidik, serta memberikan dukungan materil dan moril hingga peneliti bisa menyelesaikan studi dengan baik. Peneliti juga menyadari bahwa penulisan Skripsi ini telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan banyak terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Drs. H. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Jambi.
2. Bapak Dr. H. Junaidi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
3. Ibu Dr. Zulfina Adriani, S.E., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Dr. Sry Rosita, S.E., M.M. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
4. Ibu Dr. Musnaini, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
5. Ibu Dr. Rike Setiawati, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing Skripsi I yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya Skripsi ini.

6. Ibu Dr. Besse Wediawati, S.E., M.Si selaku dosen pembimbing Skripsi II yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi yang tiada henti sebagai pembimbing sehingga selesainya Skripsi ini.
7. Bapak Dr. Agus Solikhin, S.E., M.M., Bapak Drs. H. Firmansyah, M.E, dan Bapak H. Mohd. Ihsan, S.E., M.Si selaku Tim Penguji yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan yang sangat baik sehingga penulisan Skripsi ini selesai.
8. Bapak Dr. Drs. Edward, M.S selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan arahan dan nasehat selama mengikuti kegiatan perkuliahan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi.
9. Seluruh Bapak/Ibu Dosen beserta Staf Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi yang telah memberikan Ilmu Pengetahuan, Bimbingan, Pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis.
10. Teruntuk kedua adik penulis tersayang, Adik Dwiyanti Panjaitan dan Herdianto Panjaitan terima kasih atas bantuan moril, spritual, materi, kasih sayang dan motivasinya selama ini, dan teruntuk Amangboru Emhara Ambarita dan Bou Elvian Panjaitan serta Kepada Keluarga Besar penulis yang tidak bisa disebutkan satu-persatu terima kasih atas dukungan dan kasih sayang terhadap penulis.
11. Teruntuk Edwin Juan Sinaga terkasih, yang selalu memberi dukungan dan masukan, bersabar dalam mendengarkan keluh kesah penulis, serta senantiasa selalu menemani juga memberikan perhatian lebih kepada penulis selama menyelesaikan penulisan skripsi ini.
12. Teruntuk sahabat yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, dan yang selalu ada dalam keadaan susah maupun senang, yakni Febrina Deswanda dan Chresentina Therstiyarni Satir.
13. Teruntuk Suci, Ruth, Suni, Dara, Caca, dan Annisa yang hadir dalam kisah di masa perkuliahan dan memberikan cerita indah yang tidak akan terlupakan.

14. Teruntuk sahabat di Kost Urban A3 yakni Devi, Desi, Diana, Lina, dan Mawar yang selalu ada dalam suka dan duka.
15. Teruntuk semua pihak yang ikut terlibat dan telah banyak membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam pelaksanaan dan penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan Skripsi ini dan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun mereka yang membacanya. Atas kritik dan saran penulis ucapkan Terima kasih.

Jambi, Desember 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel pada penelitian ini berjumlah sebanyak 377 responden. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner digital *google form* dengan skala likert. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS (*Partial Least Square*) dan diolah menggunakan *software Smart PLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Kata Kunci : Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy and lifestyle on consumptive behavior. This study uses a quantitative approach to the sampling method using purposive sampling. The sample in this study amounted to 377 respondents. The data used is primary data obtained from a digital questionnaire, namely the Google form with a Likert scale. The data analysis method used in this study is PLS (Partial Least Square) and processed using Smart PLS 4.0 software. The results of this study indicate that financial literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior, while lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Consumptive Behavior

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	Error! Bookmark not defined.
TANDA PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
TANDA PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumtif	11
2.1.2 Literasi Keuangan	17
2.1.3 Gaya Hidup	21
2.1.4 E-Wallet	24
2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM)	27
2.2 Hubungan Antar Variabel	28
2.2.1 Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif	28
2.2.2 Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	29
2.3 Penelitian Terdahulu	29
2.4 Kerangka Pemikiran	38
2.5 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Pendekatan Penelitian	42
3.2 Populasi dan Sampel	42

3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	47
3.6 Definisi Operasional Variabel	48
3.7 Metode Analisis Data.....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2 Partial Least Square (PLS)	52
3.7.3 Langkah-Langkah Menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS)	53
3.7.4 Pengujian Hipotesis	56
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	57
4.1 Sejarah Kota Jambi	57
4.2 Visi dan Misi Kota Jambi	58
4.2.1 Visi Kota Jambi	58
4.2.2 Misi Kota Jambi	58
4.3 Luas Wilayah	58
4.4 Jumlah Penduduk Kota Jambi.....	59
4.5 Jumlah Perguruan Tinggi dan Mahasiswa di Kota Jambi.....	61
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	62
5.1 Gambaran Umum Responden.....	62
5.2 Analisis Statistik Deskriptif	68
5.3 Pengujian Data dan Model Penelitian.....	77
5.3.1 Evaluasi Model.....	79
5.4 Pengujian Hipotesis	88
5.5 Pembahasan	89
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
6.1 Kesimpulan	95
6.2 Saran	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi Di Kota Jambi	6
Tabel 1. 2 Survei Awal.....	7
Tabel 1. 3 Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Tahun 2022	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Sebaran Jumlah Sampel	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	49
Tabel 3. 3 Rentang Pengklasifikasian Variabel	52
Tabel 3. 4 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran	54
Tabel 3. 5 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural (Inner Model). 55	
Tabel 4. 1 Luas Wilayah Administrasi Kota Jambi Kecamatan dan Jumlah Kelurahan.....	59
Tabel 4. 2 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Jambi 60	
Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Jambi.....	61
Tabel 5. 1 Rentang Pengklasifikasian Variabel	69
Tabel 5. 2 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Pertama.....	69
Tabel 5. 3 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kedua	70
Tabel 5. 4 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Ketiga	71
Tabel 5. 5 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Keempat	71
Tabel 5. 6 Jawaban <i>Objective Self Assesment</i> Kelima	72
Tabel 5. 7 Rangkuman Jawaban <i>Objective Self Assesment</i>	72
Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Terkait Literasi Keuangan	73
Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Terkait Gaya Hidup	75
Tabel 5. 10 Tanggapan Responden Terkait Perilaku Konsumtif	76
Tabel 5. 11 Tabel <i>Outer Loading</i>	80
Tabel 5. 12 <i>Outer Loading</i> Setelah Dikalkulasi Ulang	83
Tabel 5. 13 Nilai <i>Discriminant Validity (Cross Loading)</i>	84
Tabel 5. 14 <i>Composite Reliability</i>	85
Tabel 5. 15 <i>Cronbach's Alpha</i>	86
Tabel 5. 16 Nilai <i>R-Square</i>	87
Tabel 5. 17 <i>Path Coefficient</i>	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital 2020-2021.....	1
Gambar 1. 2 Mahasiswa S1 Pengguna <i>E-Wallet</i> Perguruan Tinggi di Kota Jambi	8
Gambar 1. 3 <i>E-Wallet</i> yang Digunakan Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi.....	8
Gambar 2. 1 Penetrasi Pengguna Dompet Digital di Indonesia.....	26
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2. 3 Model Penelitian	40
Gambar 5. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Gambar 5. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 5. 3 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	64
Gambar 5. 4 Responden Berdasarkan Angkatan	65
Gambar 5. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Perbulan	66
Gambar 5. 6 Responden Berdasarkan Pengguna <i>E-Wallet</i>	67
Gambar 5. 7 Responden Berdasarkan <i>E-Wallet</i> yang Digunakan	68
Gambar 5. 8 <i>Outer Model</i> dan <i>Inner Model</i>	78
Gambar 5. 9 <i>Outer Model</i>	80
Gambar 5. 10 <i>Outer Model</i> Setelah Dikalkulasi Ulang	82
Gambar 5. 11 <i>Inner Model</i> (Model Struktural).....	86

DAFTAR LAMPIRAN

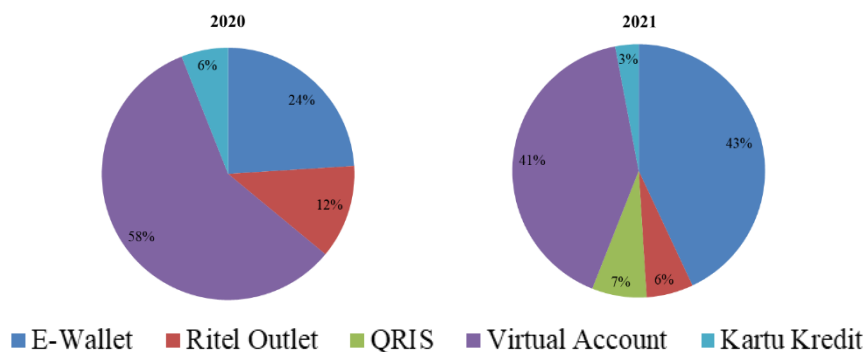
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 Data Responden.....	112
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 4 Hasil Pengelolaan Data Dengan PLS	143

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin canggih dimana masyarakat lebih mudah dalam mengakses internet. Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat dengan adanya teknologi saat ini adalah melakukan transaksi jual beli dengan sistem pembayaran yang mudah diakses oleh masyarakat, dimana sistem pembayaran yang digunakan berubah yang biasanya menggunakan sistem pembayaran tunai menjadi non tunai. Salah satu sistem pembayaran non tunai yang digunakan adalah uang elektronik (*E-Wallet*). Peraturan Bank Indonesia/PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Pasal 1 Ayat 7 menyatakan bahwa Dompot Elektronik (*Electronic Wallet*) merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, dapat untuk menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran (Bank Indonesia, 2016).



Sumber: Xendit (2022)

Gambar 1. 1 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital 2020-2021

Pada gambar 1.1 menjelaskan mengenai perkembangan alat pembayaran digital dari tahun 2020 hingga tahun 2021. Terlihat pada tahun 2020 perkembangan *E-Wallet* hanya sebesar 24% meningkat menjadi 43% pada tahun 2021. Hal ini terjadi dikarenakan pandemik Covid-19 yang membuat masyarakat harus berdiam dirumah karena adanya PPKM (Pemberlakuan Pembatasan

Kegiatan Masyarakat) diluar rumah. Lalu pada tahun 2020 perkembangan *Ritel Outlet* sebesar 12% namun menurun pada tahun 2021 menjadi 6%. Diikuti oleh perkembangan *Virtual Account* sebesar 58% pada tahun 2020, menurun menjadi 41%. Selanjutnya, pada tahun 2020 perkembangan Kartu Kredit sebesar 6% menurun menjadi 3%. Serta munculnya pembayaran digital terbaru yang bernama QRIS dimana perkembangannya pada tahun 2021 sebesar 7%.

Menurut (Neurosensum, 2021) pandemi Covid-19 memberikan dampak yang luar biasa terhadap pembayaran digital di Indonesia dalam setahun terakhir. Pembayaran digital pada lebih 5 tahun lalu hanya 2%, meningkat menjadi 10 % pada 3 hingga 5 tahun lalu, selanjutnya meningkat menjadi 45% pada 1 hingga 3 tahun lalu. (Bank Indonesia, 2020) mengeluarkan sebanyak 49 izin penyelenggaraan uang elektronik, namun hanya 5 *platform* yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh (Neurosensum, 2021) selama periode November 2020 hingga Januari 2021, dimana posisi pertama di duduki oleh *ShopeePay* sebesar 68%, lalu diikuti oleh OVO sebesar 62%, DANA sebesar 53%, *GoPay* sebesar 54%, serta LinkAja sebesar 23%.

Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan *E-Wallet* mampu membuat masyarakat untuk memiliki perilaku konsumtif, dimana tidak ada perencanaan dalam berbelanja dan cenderung ke pembelian impulsif (Mujahidin & Astuti, 2020). Menurut (Sumartono, 2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan sebagai suatu tindakan dalam memakai suatu produk yang tidak tuntas atau artinya belum habis sebuah produk digunakan seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merk yang berbeda, dengan kata lain membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai produk tersebut. Perilaku konsumtif ditandai dengan seseorang yang memiliki kehidupan mewah ataupun berlebihan. Menurut (Chita et al., 2015), perilaku konsumtif juga merupakan perilaku manusia yang melakukan konsumsi atau memenuhi kebutuhan secara berlebihan dan tidak terencana. Seperti individu yang membeli suatu barang tanpa memperhatikan

kebutuhannya dan pembelian yang dilakukan hanya untuk keinginan dan kesenangan semata.

Perilaku konsumtif biasanya terjadi dikalangan generasi muda atau mahasiswa. Perilaku konsumtif mahasiswa yang terjadi dalam jangka waktu panjang akan menyebabkan keuangan menjadi tidak terkontrol dan mampu merugikan keuangan orang tua, hal ini dikarenakan sebagian besar mahasiswa bergantung pada orang tua dari segi keuangannya (Maulana, 2018). Hal ini menyebabkan bahwa perilaku konsumtif mempengaruhi literasi keuangan. Seperti pada penelitian (Imawati et al., 2013) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja, dimana ketika literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun. Pengelolaan keuangan sangat penting dalam meminimalisir perilaku konsumtif (Sari, 2019). Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang menandakan semakin rendah perilaku konsumtif, yang artinya bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai keuangan cenderung memikirkan masa depannya sehingga mengurangi perilaku konsumtif ((Julian et al., 2018); (Pulungan & Febriaty, 2018); (Tribuana, 2020); serta (Wahyuni et al., 2019)).

Menurut (OECD, 2018) berpendapat bahwa literasi keuangan adalah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai individu kesejahteraan finansial. Literasi keuangan berperan penting dalam bidang keuangan untuk menghasilkan keputusan keuangan yang tepat, sehingga dalam hal ini kesejahteraan keuangan individu maupun bersama dapat meningkat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Vitt et al., 2000) menunjukkan bahwa literasi keuangan masyarakat di dunia, terkhusus di negara berkembang masih kurang dan hal ini menyebabkan adanya hambatan karena tidak mampu menghadapi kompleksitas keuangan dan tidak mampu dalam mengambil keputusan yang terbaik yang sesuai dengan kebutuhan sehari-hari karena tidak terdapatnya informasi yang cukup atau memadai. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Program for International Student Assessment (PISA)*, mengatakan bahwa tingkat literasi Indonesia berada pada peringkat ke-62 dari 70

negara, atau di artikan bahwa berada pada 10 negara terbawah yang memiliki tingkat literasi keuangan terendah (OECD, 2019).

Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam mengonsumsi suatu produk barang maupun layanan jasa, dikarenakan mahasiswa tersebut tidak memperhitungkan kebutuhan yang diprioritaskan (Ciptasari et al., 2017). Apabila mahasiswa dalam membuat suatu keputusan tidak tepat dan mereka menemukan kesulitan keuangan dalam diri mereka, kemungkinan akan berdampak negatif pada pengalaman belajar mereka, pada akhirnya mereka akan meningkatkan tingkat *drop out* yang tinggi, serta hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa perlu memiliki literasi keuangan dan keterampilan dalam pengelolaan keuangan mereka agar proses belajar mereka akan berhasil (Ramavhea et al., 2017).

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai literasi keuangan yang dihubungkan dengan perilaku konsumtif. Seperti pada penelitian ((Haryana, 2020); (Yahya, 2021); serta (Wahyuni et al., 2019)) mengemukakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan, menurut (Imawati et al., 2013) berpendapat bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh beberapa penelitian yang menghubungkan gaya hidup dengan perilaku konsumtif. Seperti pada penelitian ((Yahya, 2021); (Haryana, 2020); serta (Astiningrum, 2015)) yang mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Menurut (Sumarwan, 2020), gaya hidup merupakan cara mengenai bagaimana seseorang memilih untuk menjalani hidupnya baik dengan perilaku waktu maupun berbagai macam pengelolaan diri yang diinginkan seseorang, terutama dalam bagaimana seseorang tersebut mengelola keuangan pribadinya. Menurut (Haryana, 2020), perubahan gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh perubahan zaman yang semakin berkembang. Individu yang mengikuti perkembangan zaman hanya untuk kesenangan diri sendiri dan juga menghemat waktu, seperti melakukan berbelanja online dengan sistem pembayaran digital atau dompet elektronik (*E-Wallet*).

Terkhusus pada gaya hidup mahasiswa, dimana mahasiswa merupakan sekelompok remaja yang sedang memasuki tahap dewasa yang seharusnya mengisi waktu dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan-kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan di kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat individu harus mempertahankan polanya dalam konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Penelitian yang dilakukan oleh (Yahya, 2021) mengemukakan bahwa gaya hidup yang hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Selanjutnya, penelitian (Haryana, 2020) mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini disebabkan, mahasiswa lebih mengembangkan perilaku konsumtif dibandingkan memenuhi kebutuhan hidupnya, seperti kebutuhan sehari-hari maupun primer (Melina & Wulandari, 2018). Ketika seseorang memiliki gaya hidup hedonis, maka seorang tersebut cenderung memiliki perilaku konsumtif (Yahya, 2021). Sedangkan, menurut penelitian (Asisi & Purwantoro, 2020) berpendapat bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal ini disebabkan, kebiasaan gaya hidup mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju ke arah berlebihan semenjak berkembangnya teknologi. Tindakan berlebihan dalam mengonsumsi barang maupun layanan jasa dalam memenuhi gaya hidup mengakibatkan pemborosan.

Berdasarkan data PDDikti (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi) pada Tahun 2021 terdapat beberapa mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Jambi yang aktif adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Data Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi Di Kota Jambi

No	Nama Universitas	Jumlah
1	Universitas Batanghari Jambi	5.325
2	Universitas Dinamika Bangsa	3.307
3	Universitas Muhammadiyah Jambi	3.114
4	Universitas Adiwangsa Jambi	1.542
5	Universitas Nurdin Hamzah	1.376
6	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	979
7	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	638
8	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	638
9	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	615
10	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	606
11	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	518
12	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	375
13	Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi	125
14	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi	104
15	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih	37
16	Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi	23
17	Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya	15
	TOTAL	19.337

Sumber: PDDikti (Pangkalan Data Pendidikan Tinggi) Genap Tahun 2021

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat jumlah mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Jambi dengan total 19.337 mahasiswa. Dimana mahasiswa terbanyak terdapat pada Perguruan Tinggi Universitas Batanghari Jambi dengan jumlah 5.325 mahasiswa. dan mahasiswa terdikit terdapat pada Perguruan Tinggi Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya dengan jumlah 15 mahasiswa.

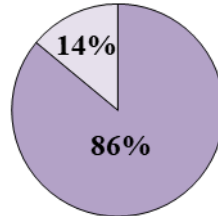
Tabel 1. 2 Survei Awal

No	Nama Universitas	Responden	
		Pengguna <i>E-Wallet</i>	
		Ya	Tidak
1	Universitas Batanghari Jambi	55	11
2	Universitas Dinamika Bangsa	0	0
3	Universitas Muhammadiyah Jambi	0	0
4	Universitas Adiwangsa Jambi	30	3
5	Universitas Nurdin Hamzah	0	0
6	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	16	3
7	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	12	1
8	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	19	2
9	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	10	2
10	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	10	2
11	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	9	1
12	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	5	2
13	Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi	2	0
14	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi	1	1
15	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih	1	0
16	Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi	1	0
17	Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya	0	0
	TOTAL	172	28
	PERSENTASE	86%	14%

Sumber: Diolah Penulis (2022)

Penulis memilih mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi dikarenakan terdapat 172 mahasiswa dengan persentase 86% mahasiswa yang menggunakan *E-Wallet*, sedangkan 28 mahasiswa dengan persentase 14% mahasiswa tidak menggunakan *E-Wallet*. Hal ini berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan penulis dengan menyebarkan *google form* kepada 200 mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Berikut ini adalah diagram mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi yang aktif menggunakan *E-Wallet*:

Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi



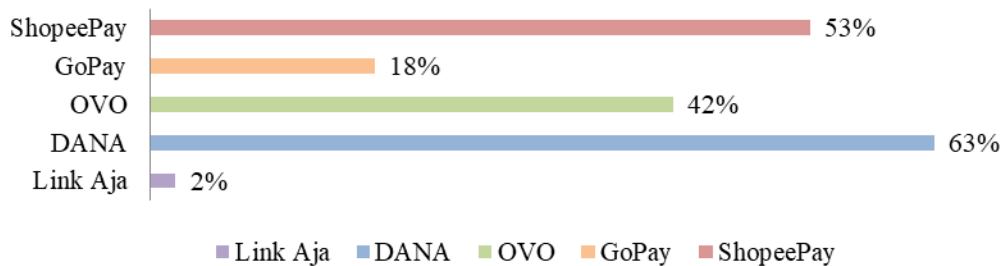
■ Pengguna E-Wallet □ Bukan Pengguna E-Wallet

Sumber: Penulis (2022)

Gambar 1. 2 Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi

E-Wallet yang di ambil oleh penulis hanya 5 *E-Wallet* yang banyak digunakan oleh mahasiswa, seperti *ShopeePay*, *OVO*, *GoPay*, *DANA*, dan *LinkAja*. Hal ini berdasarkan hasil survei awal yang dilakukan oleh penulis dimana pengguna terbanyak pada platform *DANA* sebanyak 63%, lalu pengguna *ShopeePay* sebanyak 53%, pengguna *OVO* sebanyak 42%, pengguna *GoPay* sebanyak 18%, dan terakhir pengguna *LinkAja* sebanyak 2%.

E-Wallet yang Digunakan Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi



■ Link Aja ■ DANA ■ OVO ■ GoPay ■ ShopeePay

Sumber: Penulis (2022)

Gambar 1. 3 *E-Wallet* yang Digunakan Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi

Pada pandemi Covid-19 Indonesia berada pada peringkat ke-3 dengan masyarakat yang memiliki tingkat konsumerisme yang tinggi setelah negara India dan Filipina (Bank Indonesia, 2022). Hal ini berdasarkan hasil *The Conference Board Global Consumer Confidence Survey* yang berkolaborasi dengan Nielsen pada tahun 2021, dimana Indonesia memiliki Indeks Keyakinan Konsumen (IKK)

global pada kuartal IV-2018 memiliki 107 meningkat satu poin. Sedangkan, India memiliki 133 dan Filipina 131. Menurut (Bank Indonesia, 2022), Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) merupakan rata-rata sederhana dari Indeks Kondisi Ekonomi saat ini dan Indeks Ekspektasi Konsumen. Berikut ini adalah data IKK dan komponennya berdasarkan tingkat pendidikan sarjana pada tahun 2020:

Tabel 1. 3 Indeks Keyakinan Konsumen (IKK) Tahun 2022

No	Bulan	Komponen
1	Januari	123,4
2	Februari	120,5
3	Maret	122,7
4	April	120,2
5	Mei	139,5
6	Juni	139,0
7	Juli	135,0
8	Agustus	138,3

Sumber: Bank Indonesia (2022)

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut tentang pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Para Pengguna E-Wallet (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna E-Wallet Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk menguji dan menghasilkan bukti empiris mengenai:

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021.
2. Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan pada bidang keuangan pada mahasiswa, terkhusus tentang perilaku konsumtif yang dihubungkan dengan literasi keuangan dan gaya hidup pada objek mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi Tahun 2021. Serta dapat digunakan sebagai bahan rujukan bagi para peneliti selanjutnya pada kajian yang sama namun berbeda pada ruang lingkupnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan kepada penulis dalam menerapkan metode dan ilmu yang diperoleh selama masa perkuliahan dengan melihat dan menyelesaikan suatu permasalahan tersebut.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan kepada mahasiswa agar menambah pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang perilaku konsumtif.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan kepada peneliti-peneliti lain yang mampu memberikan kontribusi referensi mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dimasa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang terkait langsung dan terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini (Engel et al., 1994). Selanjutnya, menurut (Sumarwan, 2020) perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut (Sumartono, 2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif merupakan sebagai suatu tindakan dalam memakai suatu produk yang tidak tuntas atau artinya belum habis sebuah produk digunakan seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda, dengan kata lain membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai produk tersebut. Oleh karena itu, tindakan membeli barang dengan mempertimbangkan emosional atau perilaku membeli suatu produk dikarenakan keinginan-keinginan yang berada diluar kebutuhan atau hanya untuk memenuhi hasrat semata saja (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai suatu perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan, dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011). Sebagian besar masyarakat memiliki pola perilaku konsumtif yang didasarkan pada kesenangan diri sendiri dan hasrat pada suatu produk, hal ini dikarenakan lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhannya dalam kehidupan sehari-hari (Kurniawan, 2017).

Dari beberapa definisi perilaku konsumtif menurut pendapat para ahli, maka penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang suka membeli maupun menggunakan suatu produk tanpa mempertimbangkan kegunaannya dalam kegiatan sehari-hari, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan diri sendiri ataupun hasrat diri sendiri bukan untuk kebutuhan pribadinya.

Menurut (Kotler & Keller, 2019) berpendapat bahwa ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

Budaya, sub-budaya, dan kelas sosial sangat penting dalam perilaku konsumtif. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku dasar bagi para konsumen. Budaya terdiri dari nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku. Budaya terdiri dari beberapa sub-budaya yang lebih identifikasi dan sosialisasi bagi para konsumen. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

2. Faktor Sosial

- a) Kelompok Acuan. Kelompok acuan seseorang terdiri dari kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang memiliki pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan.
- b) Keluarga. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga terdiri dari keluarga orientasi (orang tua dan saudara kandung) serta keluarga prokreasi (pasangan dan anak seseorang).
- c) Peran dan Status Sosial. Peran terdiri atas kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Masyarakat memilih produk sesuai dengan peran dan status mereka dalam lingkungan sekitarnya.

3. Faktor Pribadi

- a) Usia dan Tahap Siklus Hidup. Selera orang terhadap pakaian, perabot, dan rekreasi berhubungan dengan usia. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan jumlah, usia, serta gender orang dalam rumah tangga.
- b) Pekerjaan dan Lingkungan Ekonomi. Pekerjaan seseorang mempengaruhi pola konsumsinya. Selain itu, pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang, seperti penghasilan yang dapat dibelanjakan (level, kestabilan, dan pola waktunya), tabungan dan aktiva (persentase aktiva yang lancar/*liquid*), utang, kemampuan untuk meminjam, serta sikap terhadap kegiatan berbelanja atau menabung.
- c) Kepribadian dan Konsep Diri. Kepribadian merupakan ciri bawaan psikologis manusia (*human psychological traits*) yang khas menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Para konsumen yang memilih dan menggunakan merek memiliki kepribadian merek yang konsisten dengan konsep diri aktual mereka sendiri (bagaimana seseorang memandang dirinya), walaupun dalam kasus yang sama percocokan mungkin didasarkan pada konsep diri ideal (memandang dirinya ingin seperti apa), atau bahkan konsep diri orang lain (menganggap orang lain memandang dirinya seperti apa), serta bukan citra diri aktual.
- d) Nilai dan Gaya Hidup Pembeli. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Keputusan konsumen juga dipengaruhi oleh nilai inti, yaitu sistem kepercayaan yang melandasi sikap dan perilaku konsumen.

Menurut (Kotler & Amstrong, 1996) ada beberapa tipe perilaku konsumen dalam membeli berdasarkan tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan merek adalah sebagai berikut:

1. Perilaku membeli yang kompleks merupakan model perilaku pembelian yang mempunyai ciri-ciri, yaitu keterlibatan konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli dan adanya perbedaan pandangan yang signifikan terhadap merek

yang satu dengan merek yang lain, terlibat dalam pembelian dan mempunyai pandangan yang berbeda antara merek yang satu dan yang lain, serta keterlibatan konsumen pada produk yang akan dibelinya merupakan produk yang mahal, berisiko, jarang dibeli, dan sangat menonjolkan ekspresi diri konsumen yang bersangkutan.

2. Perilaku membeli yang mengurangi ketidakcocokan merupakan model perilaku pembelian dalam situasi bercirikan keterlibatan konsumen yang tinggi, tetapi sedikit perbedaan yang dirasakan di antara merek-merek yang ada.
3. Perilaku membeli karena kebiasaan merupakan model perilaku pembelian dalam situasi yang bercirikan, yaitu keterlibatan konsumen yang rendah dan sedikit perbedaan yang dirasakan diantara merek-merek yang ada serta perilaku membeli karena kebiasaan terjadi dalam kondisi keterlibatan konsumen yang rendah dan kecilnya perbedaan antara merek.
4. Perilaku membeli yang mencari variasi merupakan model perilaku pembelian dalam situasi yang bercirikan, yaitu rendahnya keterlibatan konsumen tetapi perbedaan di antara merek dianggap besar serta konsumen menerapkan perilaku membeli yang mencari variasi dalam situasi yang bercirikan rendahnya keterlibatan konsumen tetapi perbedaan merek dianggap cukup berarti.

Menurut (Dharmmesta & Handoko, 2018) ada beberapa teori perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1. Teori Ekonomi Makro. Menurut teori ini keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis dan rasional yang sadar. Setiap konsumen akan berusaha mendapatkan kepuasan yang maksimal dan konsumen akan meneruskan pembeliannya pada suatu produk dalam jangka waktu yang lama jika individu tersebut telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah dikomsumsikannya.
2. Teori Psikologis. Teori ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan.
 - a. Teori Belajar. Teori ini menekankan pada penafsiran dan permasalahan terhadap proses belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui

perilaku pembelinya. Dalam teori ini memiliki empat komponen pokok, yaitu *drive* (dorongan), *clue* (petunjuk), *respons* (tanggapan), dan *reinforcement* (penguatan).

- *Stimulus Response Theory* (Teori Rangsangan-Tanggapan). Dalam teori ini, proses belajar merupakan suatu tanggapan dari seseorang pada suatu rangsangan yang dihadapinya.
 - *Cognitive Theory* (Teori Kesadaran). Dalam teori ini berfokus pada proses pemikiran seseorang karena sangat menentukan dalam pembentukan pola perilakunya.
 - *Gestalt and Field Theory* (Teori Bentuk dan Bidang). Dalam teori ini membahas mengenai pentingnya interaksi manusia dengan ruang hidupnya atau dengan lingkungan psikologis yang dapat memengaruhi perilaku dan memuaskan kebutuhannya.
- b. Teori Psikoanalitis. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh adanya keinginan yang terpaksa dan adanya motif yang tersembunyi. Perilaku manusia yang dimaksud merupakan hasil kerja sama dari tiga aspek dalam struktur kepribadian manusia, yaitu id, ego, dan super ego.
3. Teori Sosiologis. Teori ini menjelaskan bahwa hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku mereka. Teori ini juga mengarah pada analisis perilaku pada keinginan-keinginan kegiatan kelompok, seperti keluarga, teman-teman sekerja, perkumpulan olahraga, dan sebagainya.
4. Teori Antropologis. Teori ini menjelaskan mengenai perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkupnya sangat luas, seperti kebudayaan, sub-budaya, dan kelas sosial. Teori ini juga mempelajari akibat-akibat yang ditimbulkan oleh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumen.

Menurut (Sumartono, 2002) ada beberapa indikator perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

1. Membeli sebuah produk karena adanya iming-iming hadiah ataupun diskon. Individu membeli suatu produk karena hadiah yang ditawarkan jika membeli produk tersebut tanpa memikirkan manfaat dari produk yang dibelinya.
2. Membeli sebuah produk karena bentuk kemasan yang menarik perhatian. Individu sangat mudah terbujuk dalam membeli suatu produk yang dikemas dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik perhatian.
3. Membeli sebuah produk karena demi menjaga penampilan dan gengsi diri sendiri. Individu mempunyai keinginan dalam membeli yang tinggi, hal ini dikarenakan individu tersebut mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan lain-lain dengan tujuan agar individu selalu berpenampilan yang mampu menarik perhatian orang lain.
4. Membeli sebuah produk karena adanya pertimbangan akan harga (bukan didasarkan manfaat maupun kegunaan). Individu tersebut cenderung memiliki perilaku yang ditandai dengan adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan hal-hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli sebuah produk karena hanya menjaga sebuah simbol status. Individu mempunyai suatu kemampuan dalam membeli yang tinggi dalam hal berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan lain-lain dengan tujuan agar dapat menunjang sifat eksklusif dengan produk yang mahal dan membeli karena berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi dari individu yang lain.
6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang diiklankan. Dalam hal ini, individu mengikuti perilaku model tersebut dalam menggunakan sesuatu yang dipakai oleh idolanya tersebut.
7. Munculnya penilaian dalam membeli sebuah produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu sangat terdorong dalam mencoba suatu produk karena percaya dengan apa yang dikatakan dalam iklan, yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri individu tersebut.
8. Mencoba suatu produk bukan hanya satu tetapi dua produk dengan jenis yang sama namun dengan merk yang berbeda. Individu cenderung menggunakan suatu produk yang memiliki jenis yang sama dengan merk yang berbeda dari produk yang digunakan meskipun produk sebelumnya belum habis digunakan.

2.1.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai individu kesejahteraan finansial (OECD, 2018). Sedangkan, menurut (Otoritas Jasa Keuangan, 2021) mengemukakan bahwa literasi keuangan merupakan suatu pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai sebuah kesejahteraan. Sikap dan perilaku keuangan yang bijak tercermin dalam kemampuan seseorang dalam menentukan tujuan keuangan, menyusun perencanaan keuangan, mengelolan keuangan, dan mampu mengambil keputusan keuangan yang berkualitas dalam menggunakan produk barang maupun layanan jasa keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021).

Literasi keuangan dianggap sebagai pengetahuan dan pemahaman dalam suatu konsep dan risiko keuangan, termasuk keterampilan, motivasi, dan keyakinan dalam menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki oleh individu tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well-being*) baik individu maupun masyarakat, dan beradaptasi didalam bidang ekonomi (OECD, 2016)

Dari beberapa definisi literasi keuangan menurut pendapat para ahli, maka penulis menyimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan sebuah pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku seorang individu yang diperlukan untuk mengambil sebuah keputusan dalam mengelola keuangannya sendiri agar memiliki kehidupan yang lebih sejahtera dimasa yang akan datang.

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh (Otoritas Jasa Keuangan, 2021), bahwa tingkat literasi keuangan pada penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian adalah sebagai berikut:

1. *Well Literate*. *Well literate* merupakan suatu kondisi dimana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk barang dan jasa keuangan yang terdiri dari fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk barang dan layanan jasa keuangan, serta

memiliki keterampilan sikap, dan perilaku dalam menggunakan produk barang dan layanan jasa keuangan.

2. *Sufficient Literate*. *Sufficient literate* merupakan suatu kondisi dimana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk barang dan layanan jasa keuangan yang terdiri dari fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk barang dan layanan jasa keuangan.
3. *Less Literate*. *Less literate* merupakan suatu kondisi dimana seseorang hanya memiliki pengetahuan mengenai lembaga jasa keuangan, produk barang, dan layanan jasa keuangan.
4. *Not Literate*. *Not literate* merupakan suatu kondisi dimana seseorang yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan, produk barang dan layanan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk barang dan layanan jasa keuangan.

Menurut (Monticone, 2010) dalam penelitiannya, terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Sosio-Demografi. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa perempuan dan etnis minoritas memiliki pengetahuan literasi keuangan yang rendah. Selain itu seseorang yang memiliki pengetahuan yang baik dikarenakan memiliki pendidikan yang tinggi. Pengetahuan keuangan memiliki hubungan yang positif terhadap kekayaan dan penghasilan yang dimiliki.
2. Latar Belakang Keluarga. Latar belakang keluarga sangat mempengaruhi tingkat literasi keuangan selain faktor sosio-demografi dan juga kemampuan kognitif. Tingkat pendidikan orang tua berperan penting dalam tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh seseorang..
3. Kekayaan. Menurut (Delavande dalam Monticone, 2010) mengemukakan bahwa tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki oleh individu yang berperan sebagai investor memberikan kesempatan dalam memperoleh tingkat pengembalian yang lebih tinggi atas aset yang dimiliki dalam setiap resiko dan dianggap sebagai investasi modal manusia.

4. Preferensi Waktu. Menurut (Meier dan Sprenger dalam Monticone, 2010) dalam penelitiannya membahas mengenai keputusan individu dalam mendapatkan informasi keuangan pribadi dengan preferensi waktu yang menunjukkan hasil bahwa dengan menggunakan preferensi waktu seorang individu mampu menjelaskan siapa yang akan memilih untuk memiliki pengetahuan keuangan dan siapa yang tidak akan memilih untuk memiliki pengetahuan keuangan tersebut.

Menurut (Chen & Volpe, 1998) dalam penelitiannya terdapat beberapa dimensi keuangan yang harus dikuasai oleh individu mengenai literasi keuangan adalah sebagai berikut:

1. Pengetahuan dasar keuangan. Dalam hal ini pengetahuan yang dimaksud adalah pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi. Indikator pengetahuan dasar keuangan, yaitu manfaat keuangan pribadi, pengetahuan tentang perencanaan keuangan, likuiditas suatu asset, pengetahuan tentang asset bersih, serta pengetahuan tentang pengeluaran dan pemasukan.
2. Simpanan dan pinjaman. Dimensi ini berhubungan dengan pengetahuan menabung dan meminjam di suatu lembaga keuangan. Indikator dalam tabungan dan pinjaman, yaitu perhitungan mengenai bunga majemuk, karakteristik deposito, pengetahuan tentang bunga kartu kredit, pengetahuan tentang kartu kredit, dan faktor yang mempengaruhi kelayakan kredit.
3. Asuransi. Pengetahuan dasar mengenai asuransi dan produk-produk asuransi, seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan. Indikator dalam asuransi, yaitu pengetahuan mengenai premi asuransi, pengetahuan mengenai premi asuransi kendaraan, pengetahuan tentang asuransi jiwa, pengetahuan tentang asuransi kesehatan, pengetahuan umum tentang asuransi, pengetahuan tentang jenis asuransi jiwa, serta kelompok masyarakat yang memiliki resiko paling besar.
4. Investasi. Dimensi ini berhubungan dengan pengetahuan mengenai suku bunga pasar, reksadana, dan risiko investasi. Indikator dalam investasi, yaitu pengaruh suku bunga terhadap harga obligasi, pengaruh tentang investasi jangka panjang, pengetahuan tentang investasi biaya kuliah, pengeluaran

tentang resiko investasi, kelompok masyarakat yang cocok berinvestasi berisiko tinggi, dan pengetahuan tentang reksadana.

Menurut (OECD, 2018) tingkat literasi keuangan memiliki tiga komponen yang menjadi pengukuran tingkat literasi adalah sebagai berikut:

1. *Financial Knowledge* (Pengetahuan Keuangan)

Financial knowledge atau pengetahuan keuangan merupakan salah satu bagian dalam tingkat literasi keuangan. Dengan adanya pengetahuan keuangan dapat membantu individu dalam membandingkan produk dan jasa keuangan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan secara tepat. Indikator dalam pengetahuan keuangan, yaitu pengetahuan dasar keuangan, manajemen keuangan, kredit dan hutang, tabungan dan investasi, serta asuransi.

2. *Financial Behavior* (Perilaku Keuangan)

Dalam hal ini, dikatakan bahwa tindakan dan perilaku konsumen merupakan suatu yang membentuk situasi keuangan dan kesejahteraan individu dalam jangka panjang dan jangka pendek. Hasil dari literasi keuangan menjadi positif yang didorong oleh perilaku, seperti pengeluaran perencanaan dan membangun pengamanan keuangan. Dan sebaliknya, akan menjadi negatif jika menggunakan kartu kredit secara berlebihan, menunda pembayaran tagihan, gagal dalam merencanakan pengeluaran di masa depan, dan lebih memilih produk keuangan tanpa menunda berbelanja. Indikator dalam perilaku keuangan, yaitu membayar tagihan dengan tepat waktu, kebiasaan membuat catatan pengeluaran, mengontrol pengeluaran, kebiasaan menabung dalam sebulan sekali, memiliki dana darurat untuk beberapa bulan kedepan, kebiasaan menabung, serta melakukan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

3. *Financial Attitude* (Sikap Keuangan)

Sikap keuangan merupakan suatu sikap setuju dan tidak setuju kepada sebuah pernyataan mengenai sikap terhadap uang dan perencanaan tentang masa depan. Pertanyaan-pertanyaan yang diminta seseorang dengan menggunakan skala untuk menunjukkan apakah mereka setuju dan tidak setuju dengan pernyataan sikap individu tertentu. Indikator dalam sikap keuangan, yaitu mengendalikan

pengeluaran, pentingnya menabung secara rutin, pentingnya membandingkan keuntungan jasa keuangan, pentingnya memiliki dana cadangan, serta pentingnya menyusun suatu tujuan.

2.1.3 Gaya Hidup

Menurut (Sumarwan, 2020), gaya hidup merupakan cara mengenai bagaimana seseorang memilih untuk menjalani hidupnya baik dengan perilaku waktu maupun berbagai macam pengelolaan diri yang diinginkan seseorang, terutama dalam bagaimana seseorang tersebut mengelola keuangan pribadinya. Selanjutnya, gaya hidup merupakan pola hidup individu di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat (Kotler & Keller, 2009). Sedangkan, menurut (Setiadi, 2010) mengemukakan bahwa gaya hidup dianggap sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup menunjukkan bagaimana individu bertahan hidup, bagaimana membelanjakan uang yang dimiliki, dan bagaimana mengalokasikan waktu (Mowen & Minor, 2013).

Menurut (Alamanda, 2018) berpendapat bahwa gaya hidup mengacu pada pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana cara menghabiskan uang dan waktu. Dengan adanya gaya hidup baru maka tidak sedikit generasi muda menjadi sebagai mesin pendorong *leisure economy* yang berusaha memenuhi kebutuhan *leisure* dan pengalaman sehingga mengesampingkan kebutuhan dasar (Putri & Diyana, 2019).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola konsumen seorang individu dalam melakukan kegiatan sehari-hari dengan mewujudkannya dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapat seiring berkembangnya teknologi.

Menurut (Priansa, 2017) terdapat beberapa macam jenis gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. Gaya Hidup Mandiri. Dalam hal ini, individu memiliki tingkat pendidikan yang memadai dan juga didukung oleh keuangan yang memadai. Individu mampu terlepas dari budaya konsumerisme dikarenakan mampu bertanggung jawab dalam menentukan pilihan serta berpikir inovatif dan kreatif dalam mendorong kemandirian individu tersebut.
2. Gaya Hidup Modern. Dalam hal ini, berkaitan dengan penggunaan teknologi dan informasi digital. Oleh karena itu, harga bukan hal yang menjadi pertimbangan yang utama dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.
3. Gaya Hidup Sehat. Dalam hal ini, individu mengonsumsi makanan yang sehat dan kritis dalam memproduksi suatu produk.
4. Gaya Hidup Hemat. Dalam hal ini, memperhatikan pengelolaan keuangan dan membandingkan harga terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk. Individu memilih konsumsi yang harus diprioritaskan dan mana yang dapat ditunda.
5. Gaya Hidup Bebas. Dalam hal ini, individu dianggap sebagai konsumen yang rendah dalam menggunakan kemampuan kognitif.
6. Gaya Hidup Hedonisme. Dalam hal ini pola hidup individu dengan aktivitas yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan hidup, seperti menghabiskan waktu saat berada diluar rumah, memperbanyak bermain, senang berada dalam keramaian kota, suka membeli barang yang mahal, serta menjadi pusat perhatian.

Menurut (Priansa, 2017) ada beberapa hal yang menjadi faktor yang mampu mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. Faktor internal konsumen itu sendiri, meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, serta persepsi. Berikut ini adalah penjelasannya sebagai berikut:
 - a. Sikap merupakan suatu kondisi diri yang mencerminkan pengetahuan dan cara berpikir untuk memberikan respon terhadap suatu objek yang diorganisasikan melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku yang ditampilkannya.

- b. Pengalaman dan pengamatan merupakan hal yang saling terkait pada suatu pengamatan yang dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
 - c. Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik dari individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
 - d. Konsep diri merupakan suatu bagian yang pokok dari pola kepribadian individu yang menentukan perilaku individu tersebut dalam menghadapi suatu permasalahan yang terjadi.
 - e. Motif merupakan suatu kebutuhan dan keinginan yang mampu menimbulkan perilaku individu. Jika motif konsumen terhadap kebutuhan lebih besar maka dapat membentuk gaya hidup yang mengarah kepada gaya hidup yang hedonisme.
 - f. Persepsi merupakan suatu proses dimana individu itu sendiri yang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi yang sudah diperoleh untuk membentuk suatu gambar tertentu atas informasi tersebut.
2. Faktor eksternal, meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Berikut ini adalah penjelasannya sebagai berikut:
- a. Kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang memberikan pengaruh langsung ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku pada konsumen yang mampu mengarahkan konsumen pada perilaku dan gaya hidup tertentu terhadap pengaruh-pengaruh tersebut.
 - b. Keluarga memiliki peranan yang sangat penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu dikarenakan pola asuh orang tua membentuk kebiasaan yang mampu mempengaruhi pola hidup individu tersebut.
 - c. Kelas sosial merupakan kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah lingkungan, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dimana para anggota dalam setiap jenjang memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.
 - d. Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat dan istiadat, serta kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh seorang individu sebagai tanda bagian dari masyarakat sekitar.

Menurut (Sumarwan, 2020) mengatakan bahwa ada beberapa pengukuran yang menjadi indikator gaya hidup adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan (*Activity*) merupakan suatu hal mengenai apa yang dikerjakan individu, produk apa yang dibeli maupun digunakan, dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang, seperti hiburan dan belanja.
2. Minat (*Interest*) merupakan suatu objek peristiwa maupun topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus. Minat meliputi kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup individu tersebut. Minat merupakan suatu hal yang dianggap menarik dalam meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Seperti, *fashion*, makanan, dan keberhasilan.
3. Opini (*Opinion*) merupakan suatu pandangan dan perasaan individu dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi, dan sosial. Opini juga digunakan dalam mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi. Seperti diri sendiri dan produk.

2.1.4 E-Wallet

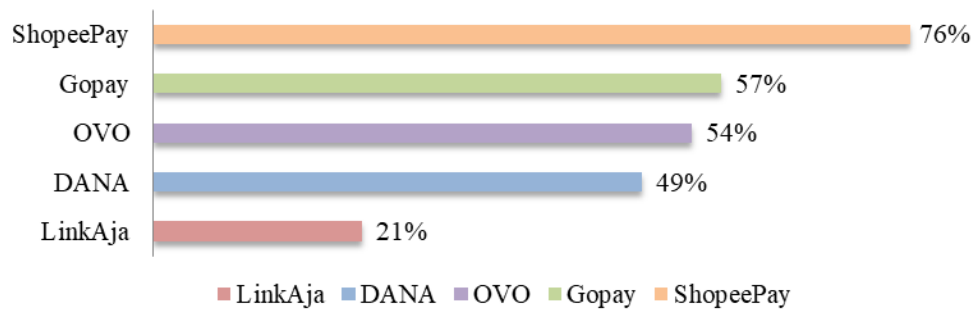
Revolusi Industri 4.0 membawa banyak perubahan dalam berbagai macam teknologi, salah satunya adalah digitalisasi di bidang finansial dimana munculnya pembayaran online. Salah satu contoh pembayaran online saat ini adalah *E-Wallet*. Menurut (Bank Indonesia, 2016) mengenai Peraturan Bank Indonesia/PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Pasal 1 Ayat 7 yang menyatakan bahwa Dompet Elektronik (*Electronic Wallet*) merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran, antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, dapat untuk menampung dana, dan untuk melakukan pembayaran.

Awal perkembangan *E-Wallet* di Indonesia adalah munculnya digitalisasi ekonomi yang ditandai dengan lahirnya fintech berupa pendanaan bersistem kredit pada tahun 2006 (OCBC, 2022). Selanjutnya, muncul teknologi keuangan digital lainnya dalam bidang investasi, perbankan, *crowdfunding*, *blockchain*, serta pembayaran transaksi.

Dalam situs resmi (Bank Indonesia, 2020) telah mencanangkan sebuah Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) pada tanggal 14 Agustus 2014. Dimana GNNT ini dibentuk dengan tujuan untuk menciptakan sistem pembayaran non tunai yang aman untuk digunakan, mendorong sistem keuangan nasional secara efektif dan efisien, meminimalisir masalah dalam menggunakan sistem pembayaran tunai (uang tidak diterima karena lusuh, sobek, tidak layak diedarkan, dan mudah dibawa), dan meningkatkan efisiensi dalam bertransaksi. Dalam meningkatkan GNNT ini, BI meluncurkan sebuah teknologi digital, yaitu dengan menerbitkan Sistem Pembayaran Indonesia (SPI) 2025, isi dari salah satu visinya yaitu mendukung digitalisasi perbankan sebagai lembaga utama dalam ekonomi keuangan digital.

Proses transaksi dengan menggunakan *E-Wallet* cukup sederhana, yaitu dimulai dengan pengisian saldo atau top up untuk menyimpan sejumlah dana di dalam akun tersebut. Selanjutnya, ketika Anda ingin membayar sesuatu, lakukan pembayaran melalui *scan barcode* yang disediakan toko dan bisa juga dengan klik pada opsi “Kirim Uang” atau “Bayar”. Apabila ingin melunasi tagihan atau melakukan transfer bank, biasanya juga telah ditampilkan beberapa tutorial sederhana agar mudah diikuti. Setelah pembayaran berhasil dilakukan maka pembayaran tersebut memotong saldo Anda. Oleh karena itu, jika ingin mengisi saldo akun, lakukan pengisian melalui transfer bank, toko mitra aplikasi, dan opsi lain yang disediakan.

Berdasarkan data diatas, terdapat banyak platform *E-Wallet* yang memiliki izin beroperasi sudah tersebar di Indonesia. Namun hanya beberapa *E-Wallet* yang digunakan oleh masyarakat terutama dikalangan mahasiswa. Dalam survei yang dilakukan oleh (Momentum Works, 2021), terdapat 5 platform *E-Wallet* yang dinilai paling populer serta memiliki banyak pengguna aktif di Indonesia. Hal ini dinilai berdasarkan tingkat penetrasi dari para pengguna *E-Wallet* tersebut.



Sumber: (Momentum Works, 2021)

Gambar 2. 1 Penetrasi Pengguna Dompot Digital di Indonesia

Urutan pertama ditempati oleh ShopeePay dengan tingkat penetrasi sebesar 76%. Lalu disusul oleh Gopay yang berada pada posisi kedua dengan tingkat penetrasi 57%. Selanjutnya, pada posisi ketiga ditempati oleh OVO dengan tingkat penetrasi 54%. Posisi ke empat ditempati oleh DANA dengan tingkat penetrasi 49%. Serta posisi kelima ditempati oleh LinkAja dengan tingkat penetrasi 21%.

ShopeePay merupakan *E-Wallet* yang paling populer dengan jumlah pengguna lebih dari 10 juta pengguna yang membayar bulanan di Indonesia pada tahun 2020. Shopee juga menggunakan gratis ongkos kirim dan diskon lainnya untuk meningkatkan pangsa ini. Diikuti oleh OVO yang memiliki 20,8 juta pengguna aktif bulanan per Mei 2021 dan menjadi aplikasi layanan keuangan digital terintegrasi.

E-Wallet memiliki beberapa kelebihan adalah sebagai berikut:

1. Proses Transaksi Lebih Cepat. Jika dibandingkan dengan transaksi langsung, pembayaran melalui *E-Wallet* lebih cepat dikarenakan pengguna cukup melakukan *scan barcode* yang telah disediakan oleh penjual tanpa harus menghitung uang atau menunggu kembalian.
2. Hemat Waktu dan Tenaga. Dengan menggunakan *E-Wallet* pembayaran tagihan, asuransi, belanjaan dan sebagainya bisa dilakukan dimana saja tanpa harus pergi ke ATM atau bank. Oleh karena itu, *E-Wallet* dapat menghemat waktu dan juga tenaga.

3. Menghindari Uang Palsu. Saat ini, peredaran uang palsu masih ditemukan dalam melakukan transaksi sehari-hari. Dengan menggunakan *E-Wallet* uang yang disimpan dijaga dengan keamanan yang ketat.
4. Banyak Promo Menarik. Dengan menggunakan *E-Wallet*, pengguna akan mendapatkan promo, *cashback*, dan diskon saat melakukan pembayaran dengan batas minimal nominal tertentu.

Selain memiliki kelebihan, *E-Wallet* juga memiliki kekurangan adalah sebagai berikut:

1. Ada Biaya Admin. Ketika pengguna ingin membayar ke *merchant* tertentu, maka akan dibebankan oleh biaya admin. Dan juga, saat melakukan transaksi dari atau menuju bank akan dibebankan tarif tambahan.
2. Memancing Pola Hidup Konsumtif. Dengan adanya kemudahan dalam pembayaran menggunakan *E-Wallet* serta mendapatkan berbagai promo yang disediakan maka akan menyebabkan pengguna menjadi tidak mampu mengatur keuangannya sendiri.
3. *Merchant* Kecil Belum Terjangkau. Dalam menggunakan *E-Wallet*, tidak semua *merchant* terdapat di aplikasi tersebut. Hanya *merchant* yang banyak digunakan oleh masyarakat.

2.1.5 Technology Acceptance Model (TAM)

Salah satu teori tentang penggunaan sistem informasi yang dianggap berpengaruh dan sering digunakan untuk menjelaskan penerimaan individu terhadap penggunaan sistem informasi adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Jogiyanto HM, (2007) *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah suatu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*). *Technology Acceptance Model* (TAM) pertama kali diperkenalkan oleh Davis yang dikembangkan berdasarkan teori tindakan beralasan (*theory of reasoned action*). Pengguna teknologi memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang tersedia, tetapi persepsi negatif dihasilkan dari penggunaan teknologi tersebut. Karena ini berarti bahwa persepsi negatif muncul setelah pengguna merasakan teknologi, sehingga model TAM dapat digunakan

sebagai dasar untuk menentukan upaya yang diperlukan untuk meningkatkan kemajuan menggunakan teknologi.

Menurut Jogiyanto HM, (2007) teori *Technology Acceptance Model* (TAM) memiliki beberapa kelebihan sebagai berikut:

1. TAM merupakan model perilaku (*behavior*) yang bermanfaat untuk menjawab pertanyaan mengapa banyak sistem teknologi informasi yang gagal diterapkan karena pemakainya tidak mempunyai minat (*intention*) untuk menggunakannya.
2. TAM dibangun dengan dasar teori yang kuat
3. TAM telah diuji banyak penelitian dan hasilnya sebagian besar mendukung dan menyimpulkan bahwa TAM merupakan model yang baik
4. TAM merupakan model yang persimoni (*parsimonious*) yaitu model yang sederhana namun valid.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut (OECD, 2018) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai individu kesejahteraan finansial. Individu yang memiliki literasi keuangan yang rendah cenderung memiliki masalah dengan pengelolaan keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi & Haryana, 2020; Silalahi, 2020; serta Astiningrum, 2015) menghasilkan literasi keuangan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki literasi yang baik akan mengutamakan untuk membeli apa yang dibutuhkan dan bukan apa yang mereka inginkan karena individu tersebut akan menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan apabila mereka mengesampingkan kebutuhan yang seharusnya diutamakan. Hal-hal yang tidak diinginkan, seperti pembengkakan terhadap pengeluaran, tidak dapat menabung, tidak mampu menyisihkan sebagian uangnya untuk berinvestasi, memiliki sifat boros, serta tidak mampu memenuhi kebutuhannya (Dikria & Mintarti W, 2016). Namun berbeda dengan penelitian

yang dilakukan oleh (Asisi & Purwantoro, 2020) yang mengatakan bahwa, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

2.2.2 Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Menurut (Sumarwan, 2020), gaya hidup merupakan cara mengenai bagaimana seseorang memilih untuk menjalani hidupnya baik dengan perilaku waktu maupun berbagai macam pengelolaan diri yang diinginkan seseorang, terutama dalam bagaimana seseorang tersebut mengelola keuangan pribadinya. Individu yang tidak mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik akan muncul perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Astiningrum, 2015) yang mengemukakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh (Yahya, 2021) menghasilkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilaku individu tersebut (Hawkins & Mothersbaugh, 2007). Gaya hidup terus mengalami perkembangan dikarenakan semakin banyak mahasiswa yang memiliki uang saku yang banyak yang diperoleh dari kedua orang tuanya, hal ini menyebabkan gaya hidup terus berevolusi karena mereka dapat memilih dari sejumlah produk barang maupun jasa yang terus bertambah, serta sebagian besar memiliki uang tersebut untuk melakukan banyak pilihan (Kusumaningtyas & Sakti M.Si, 2017). Namun tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisi & Purwantoro, 2020) yang mengatakan bahwa tidak adanya pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini mengenai dengan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, & Sumber	Variabel	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	“Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung” (Yudasella & Krisnawati, 2019) http://www.e-jurnal.mitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/245	Independen: Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Deskriptif dan Analisis Regresi Linier Sederhana.	Literasi keuangan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA di Kota Bandung.
Persamaan : Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Variabel independen adalah literasi keuangan. Perbedaan : Variabel independen adalah gaya hidup. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS). Objek penelitian adalah mahasiswa.				
2	“Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa” (Yahya, 2021) http://ejurnal.stieip.wija.ac.id/index.php/jpw/article/view/506	Independen: Literasi Keuangan, Uang Elektronik, dan Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	Literasi keuangan dan uang elektronik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup yang hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
3	“Pengaruh <i>Life Style</i>, <i>Self Control</i>, dan <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan <i>Online Shopping</i>” (Haryana, 2020)	Independen: <i>Life Style</i>, <i>Self Control</i>, dan <i>Financial Literacy</i> Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	<i>Life Style</i> memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan <i>Self Control</i> dan <i>Financial Literacy</i> memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap

	https://journal.uwks.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/805			Perilaku Konsumtif.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah <i>life style</i> dan <i>financial literacy</i>. Perbedaan : Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
4	“Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang” (Kumalasari & Soesilo, 2019) http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/6310	Independen: Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku, dan Kontrol Diri Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinieritas, dan Uji Heteroskedastisitas), dan Analisis Regresi Linier Berganda.	Literasi keuangan memiliki pengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif. Modernitas Individu memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif. Uang saku memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif. Kontrol diri memiliki pengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Variabel independen adalah gaya hidup. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
5	“Hubungan Antara <i>Self Control</i> dengan Perilaku Konsumtif Pengguna <i>E-Money</i> Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro” (Ulayya & Mujiasih, 2020) https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/28950	Independen: <i>Self Control</i> (Kontrol Diri) Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Sederhana.	<i>Self control</i> memiliki pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna <i>e-money</i>.

Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
6	“The Impact of Food Delivery Applications on Romanian Consumer’s Behaviour During The COVID-19 Pandemic” (Burlea-Schiopoiu et al., 2022) https://www.science-direct.com/science/article/pii/S0038012121002123	Independen: Food Delivery, Consumer Loyalty, Accessibility, Prestige Value, dan Risk Assessment. Dependen: Consumer Decision Process.	Structural Equation Modelling Partial Least Square model (SEM PLS Model)	Tingkat visibilitas pengiriman makanan yang tinggi aplikasi tercermin secara positif dalam tingkat empati dan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen berdasarkan strategi penetapan harga dan penghematan waktu. Nilai keamanan dan aksesibilitas mewakili prioritas konsumen dan organisasi.
Persamaan : Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS). Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Objek penelitian adalah mahasiswa.				
7	“Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online” (Silalahi, 2020) https://ejournal.ymbz.or.id/index.php/KIB/article/view/170	Independent: Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Dependent: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	Literasi keuangan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. Gaya hidup berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah gaya hidup dan literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
8	“Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat Di Manado)”	Independen: Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Dependen: Keputusan	Analisis Regresi Linier Berganda.	Sikap konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan

	(Solihin et al., 2020) https://ejournal.unsra.t.ac.id/index.php/emb/article/view/27819	Pembelian		terhadap keputusan pembelian.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah gaya hidup. Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
9	“Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Bantuan Sosial COVID-19” (Fadhli & Fahimah, 2021) https://ejournal.unsra.t.ac.id/index.php/emb/article/view/27819	Independen: Pendapatan, Pendidikan, dan Gaya Hidup Dependen: Kesejahteraan	Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji Asumsi Klasik.	Pendapatan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kesejahteraan. Pendidikan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap kesejahteraan. Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesejahteraan.
Persamaan : Variabel independen adalah gaya hidup. Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
10	“Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Bergalung Kota Padang” (Wahyuni et al., 2019) http://ejournal.lldikti	Independen: Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	Gaya hidup memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. Literasi keuangan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online.

	10.id/index.php/benefita/article/view/4194			
Persamaan : Variabel independen adalah gaya hidup dan literasi keuangan. Perbedaan : Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
11	“Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian” (Asisi & Purwantoro, 2020) http://ejournal.ildikti10.id/index.php/benefita/article/view/4194	Independen: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan pengendalian diri memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Perbedaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
12	“<i>Understanding The Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories</i>” (Akkaya, 2021) https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2444883421000140	Independen: <i>Purchase Intention</i> dan <i>Perceived Value Distribution</i> Dependen: <i>Lifestyle</i>	<i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) DAN Pendekatan Skala AIO	Nilai-nilai yang dirasakan konsumen yang dipengaruhi oleh gaya hidup secara signifikan mempengaruhi niat beli dan pemetaan nilai ini bervariasi di seluruh kategori produk.
Persamaan : Variabel independen adalah gaya hidup. Perbedaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen adalah literasi keuangan. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				

13	“Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi <i>E-Wallet</i> (Studi Pada Pengguna <i>E-Wallet</i> DANA di Indonesia)” (Utari & Pertiwi, 2021) http://journal.stmikjakartaya.ac.id/index.php/jisamar/article/view/365	Independen: Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan, Promosi Penjualan, dan Sikap Konsumen Dependen: Keputusan Pembelian	<i>Structural Equation Model – Partial Least Square</i> (SEM – PLS).	Persepsi kegunaan, persepsi kemudahan, promosi penjualan, dan sikap konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
Persamaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS). Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa.				
14	“Determinan Minat Penggunaan <i>E-Wallet ShopeePay</i>” (Latief et al., 2021) https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1401	Independen: Promosi, Kepercayaan, Kemudahan, dan Pengalaman Dependen: Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>	Analisis Regresi Linier Berganda.	Promosi, kepercayaan, kemudahan, dan pengalaman memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Minat Penggunaan <i>E-Wallet</i>.
Persamaan : Studi kasus pada pengguna <i>E-Wallet</i>. Perbedaan : Variabel independen literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
15	“Pengaruh <i>Fintech E-Wallet</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial” (Mujahidin & Astuti, 2020) http://ejournal.polbing.ac.id/index.php/IBP/article/view/1513	Independen: Kualitas Pelayanan, Kemudahan, Manfaat, Kepercayaan, dan Promosi Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Regresi Linier Berganda.	Kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Persepsi kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup.				

Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
16	“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Financial Behavior</i> (Studi Kasus Pengguna <i>E-Wallet</i>)” (Nada & Wijaya, 2021) https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/ekobis/article/view/3315	Independen: <i>Financial Knowledge</i> dan <i>Financial Attitude</i> Dependen: <i>Financial Behavior</i>	<i>Structural Equation Model</i> (SEM) dengan aplikasi Smart PLS 3.0.	<i>Financial Knowledge</i> dan <i>Financial Attitude</i> memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap <i>Financial Behavior</i>.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS). Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif.				
17	“Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan <i>E-Wallet</i> dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo <i>E-Wallet</i> OVO” (Silaen & Prabawani, 2019) https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24834	Independen: Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat, dan Promosi Dependen: Minat Beli Ulang Saldo <i>E-Wallet</i> OVO	Analisis Regresi Linier Berganda.	Persepsi kemudahan, persepsi manfaat, dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang <i>E-Wallet</i>.
Persamaan : Studi kasus pada pengguna <i>E-Wallet</i>. Perbedaan : Variabel independen adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
18	“<i>Determinants of Financial Literacy: Empirical Evidence From Micro and Enterprises in India</i>” (Anshika et al., 2021)	Independen: Umur, Tingkat Pendidikan, Jenis Kelamin, dan Lain-Lain	<i>Model Order Logit</i> dan <i>Purposive Sampling</i>	Umur wirausaha berpengaruh positif dan signifikan tentang berbagai jenis literasi keuangan untuk UMK di Punjab. Pengusaha dengan tingkat pendidikan yang lebih

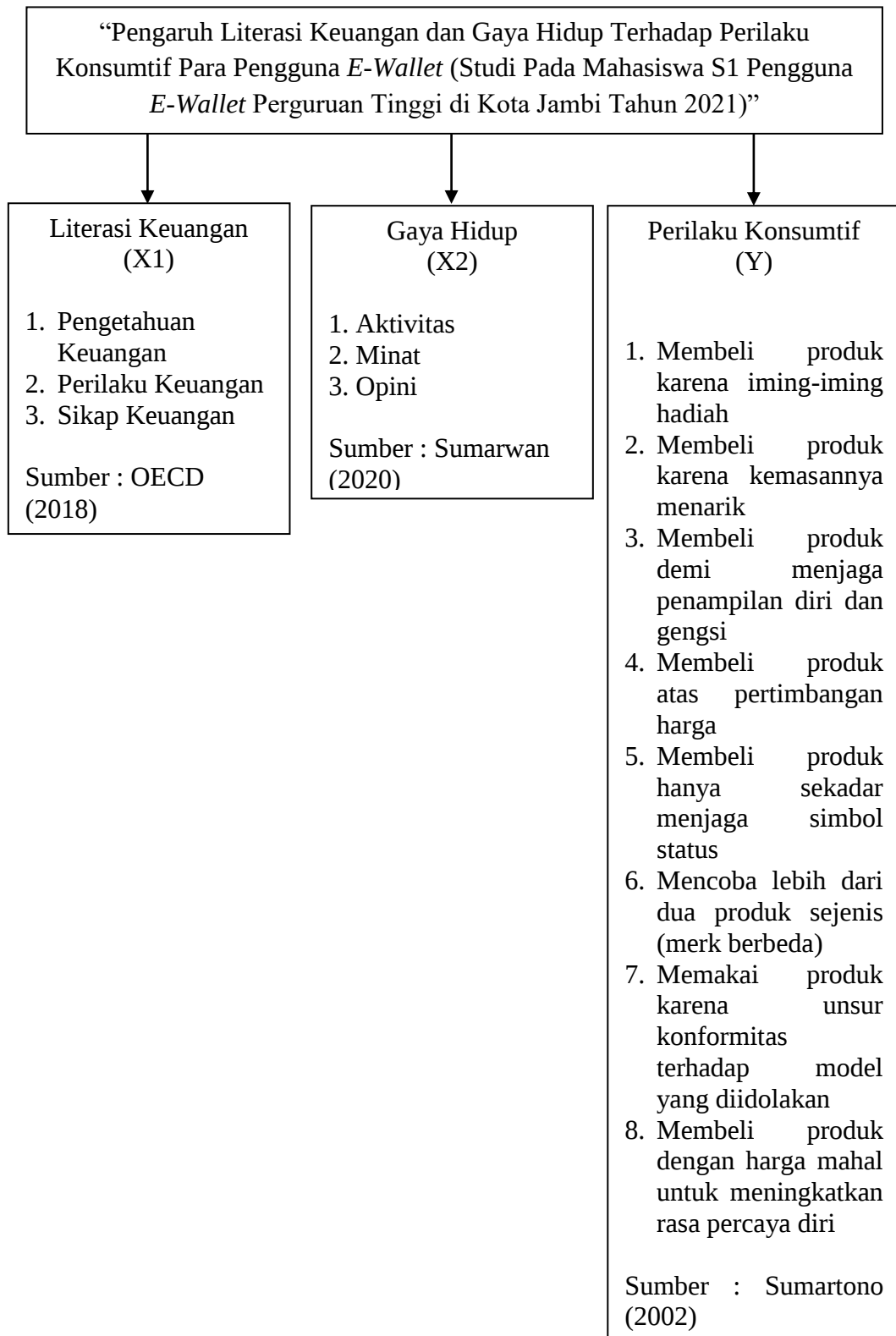
	https://www.science-direct.com/science/article/pii/S1029313221000385	Dependen: Literasi Keuangan		tinggi memiliki tingkat yang lebih tinggi dari semua jenis literasi keuangan.
Persamaan : Variabel independen adalah literasi keuangan. Perbedaan : Variabel independen adalah gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Objek penelitian adalah mahasiswa. Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
19	“The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior” (Zahra & Pandji, 2021) https://koreascience.kr/article/JAKO202104142268642.page	Independen: <i>Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics</i> Dependen: <i>Consumptive Behavior</i>	<i>The Multiple Regression Analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap perilaku konsumtif; pengaruh positif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif; dan pengaruh positif sosial demografi terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen gaya hidup dan literasi keuangan. Variabel dependen perilaku konsumtif. Perbedaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				
20	“Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS” (Astiningrum, 2015) http://prosiding.upgris.ac.id/index.php/SNKIII/SNK2018/paper/view/2924	Independen: Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Dependen: Perilaku Konsumtif	Analisis Uji Asumsi Klasik	Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif serta literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan : Objek penelitian adalah mahasiswa. Variabel independen yang diambil adalah literasi keuangan dan gaya hidup. Variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Perbedaan : Alat analisis adalah <i>Partial Least Square</i> (PLS).				

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat beberapa perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini. Seperti pada penelitian yang berjudul, “Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi keuangan Terhadap Perilaku

Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS” (Astiningrum, 2015). Dimana penelitian ini menggunakan variabel independen gaya hidup dan literasi keuangan, namun penelitian saat ini X1 adalah literasi keuangan dan X2 adalah gaya hidup. Penelitian saat ini dan penelitian sebelumnya menggunakan variabel dependen yang sama, yaitu perilaku konsumtif. Responden yang dituju adalah mahasiswa, namun penelitian sebelumnya menggunakan mahasiswa Prodi PJKR UPGRIS, sedangkan penelitian saat ini menggunakan mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Untuk alat analisis yang digunakan penelitian sebelumnya adalah uji asumsi klasik, sedangkan penelitian saat ini menggunakan uji analisis regresi linier berganda.

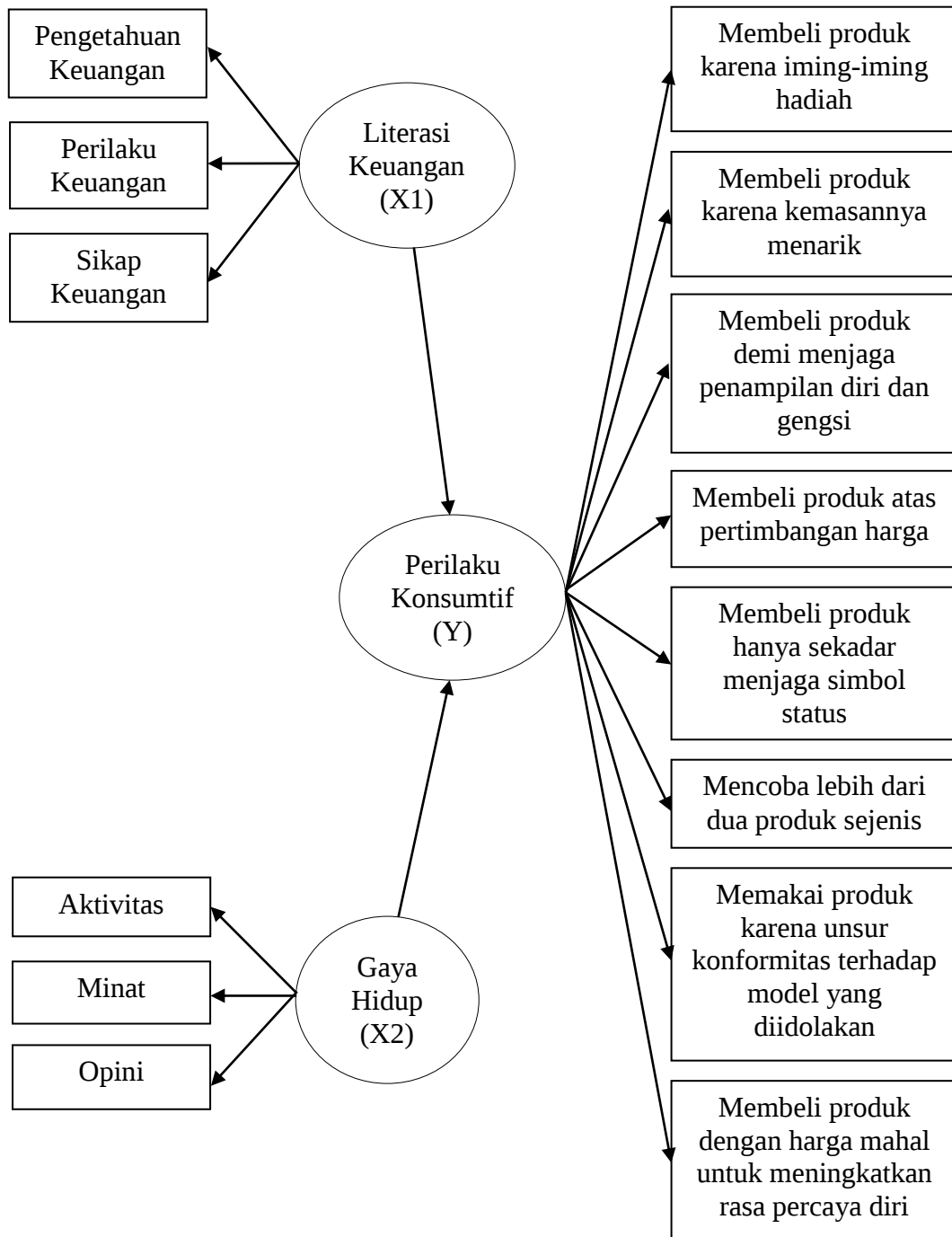
2.4 Kerangka Pemikiran

Menurut Uma Sekaram dalam bukunya *Bussiness Research* (1992), kerangka pemikiran merupakan sebuah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2019). Kerangka pemikiran memiliki tujuan untuk memberikan gambaran, kemudahan, dan pemahaman terkait pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Kerangka pemikiran digunakan sebagai acuan peneliti untuk mempermudah dalam melakukan penelitian agar memiliki arah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan penulis adalah Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y). Maka dapat digambarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas dapat disimpulkan model penelitian sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Model Penelitian

2.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono, 2019). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan dan negatif terhadap Perilaku Konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi tahun 2021.
2. Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Perilaku Konsumtif para pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi tahun 2021.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Jenis pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan dalam meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2019). Penelitian ini umumnya dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang representatif. Penelitian kuantitatif umumnya dilakukan pada sampel yang diambil secara acak dan kesimpulan hasil penelitian dapat digeneralisasikan pada populasi dimana sampel diambil (Sugiyono, 2019).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang tetapi bisa juga objek maupun benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan hanya sekadar jumlah yang ada pada objek maupun subjek yang dipelajari melainkan meliputi seluruh karakteristik ataupun sifat yang dimiliki oleh subjek maupun objek itu (Sugiyono, 2019). Populasi yang akan diteliti oleh penulis dalam penelitian ini merupakan mahasiswa aktif jenjang S1 yang berada pada Perguruan Tinggi di Kota Jambi yang tercatat pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi atau PDDikti Tahun 2021 Semester Ganjil. Jumlah populasi yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah 19.337 mahasiswa aktif jenjang S1. Dikarenakan belum diketahui apakah seluruh populasi mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi merupakan pengguna *E-Wallet*, maka diasumsikan bahwa mahasiswa S1 dengan populasi 19.337 mahasiswa menggunakan *E-Wallet* atau *digital payment* dalam mengakses pembayaran Uang

Kuliah Tunggal (UKT), dimana hal ini sudah dikatakan sebagai pengguna *E-Wallet*.

3.2.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu sendiri. Bila jumlah populasi besar dan penulis juga tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, contoh dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu, penulis akan menggunakan sampel yang diambil dari jumlah populasi tersebut. Untuk sampel yang akan diambil dari jumlah populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili) (Sugiyono, 2019). Metode yang digunakan oleh penulis untuk menentukan sampel, yaitu menggunakan rumus Isaac dan Michael dalam buku (Sugiyono, 2019:138).

Beberapa karakteristik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah:

1. Mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi yang tercatat pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi atau PDDikti.
2. Mahasiswa aktif pada tahun 2021 (semester ganjil).
3. Mahasiswa yang aktif menggunakan *E-Wallet*.

Rumus:
$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

S = Jumlah sampel

λ^2 = Chi Kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% (*confidence level*) harga Chi Kuadrat = 3,841. Lihat tabel Chi Kuadrat, tabel VI. Dalam perhitungan 3,841 tidak dikuadratkan.

d = Perbedaan antara rata-rata populasi dengan rata-rata sampel (*sampling error*/tingkat kepresisian sampel) = 5% = 0,05

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

Maka didapat bahwa:

$$S = \frac{3,841 \times 19.337 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (19.337-1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$S = \frac{18.568,35}{48,34 + 0,96}$$

$$S = \frac{18.568,35}{49,3}$$

$$S = 376,64 = 377 \text{ responden}$$

Jadi, banyak responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 377 responden.

Untuk menghindari data bias maka peneliti mengklasterkan sampel dengan rumus sebagai berikut:

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Keterangan:

ni = Jumlah sampel menurut startum

n = Jumlah sampel seluruhnya

Ni = Jumlah populasi menurut startum

N = Jumlah populasi seluruhnya

Dari jumlah sampel yang sudah diketahui didapatlah sebaran jumlah sampel mahasiswa adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Sebaran Jumlah Sampel

No	Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Sampel (ni)
1	Universitas Muhammadiyah Jambi	3.114	$ni = \frac{3.114}{19.337} \times 377 = 61$
2	Universitas Batanghari Jambi	5.325	$ni = \frac{5.325}{19.337} \times 377 = 104$
3	Universitas Nurdin Hamzah	1.376	$ni = \frac{1.376}{19.337} \times 377 = 27$
4	Universitas Adiwangsa Jambi	1.542	$ni = \frac{1.542}{19.337} \times 377 = 30$
5	Universitas Dinamika Bangsa	3.307	$ni = \frac{3.307}{19.337} \times 377 = 64$

6	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	615	$ni = \frac{615}{19.337} \times 377 = 12$
7	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	606	$ni = \frac{606}{19.337} \times 377 = 12$
8	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	518	$ni = \frac{518}{19.337} \times 377 = 10$
9	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	638	$ni = \frac{638}{19.337} \times 377 = 12$
10	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih	37	$ni = \frac{37}{19.337} \times 377 = 1$
11	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	638	$ni = \frac{638}{19.337} \times 377 = 12$
12	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi	104	$ni = \frac{104}{19.337} \times 377 = 2$
13	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	375	$ni = \frac{375}{19.337} \times 377 = 7$
14	Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi	125	$ni = \frac{125}{19.337} \times 377 = 2$
15	Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya	15	$ni = \frac{15}{19.337} \times 377 = 1$
16	Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi	23	$ni = \frac{23}{19.337} \times 377 = 1$
17	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	979	$ni = \frac{979}{19.337} \times 377 = 19$
	Jumlah	19.337	377

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2022)

3.3 Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019). Sedangkan, menurut (Abdillah & Hartono, 2015) data primer merupakan data yang didapatkan secara langsung dari pihak pertama yang memiliki suatu data dan belum pernah diolah oleh pihak lain untuk kepentingan tertentu. Data primer diperoleh baik dalam bentuk angket maupun pernyataan maupun pertanyaan secara tertulis ataupun langsung dijawab oleh responden sehingga penulis mendapatkan data lapangan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan sumber data primer yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, contoh lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2019). Sedangkan, menurut (Abdillah & Hartono, 2015) data sekunder merupakan data yang telah diolah, disimpan, dan disajikan dalam format ataupun bentuk tertentu oleh pihak tertentu untuk kepentingan tertentu. Data sekunder dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode dokumentasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan data sekunder berupa sumber jurnal, skripsi, buku-buku, website, maupun literatur yang berkaitan dengan topik penelitian ini yang dapat mendukung penelitian ini.

3.4 Metode Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila penulis tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuesioner digunakan bila jumlah responden yang cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Kuesioner juga berupa pertanyaan maupun pernyataan tertutup atau terbuka dan dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos ataupun internet (Sugiyono, 2019). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner digital, yaitu *google form* (dibagikan melalui sosial media dan ditunjukkan kepada responden).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan kuesioner skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang maupun sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan maupun pertanyaan (Sugiyono, 2019).

Skala likert yang digunakan sebagai tolak ukur dalam penelitian adalah dengan menggunakan skor satu hingga lima dengan ketentuan adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Kurang Setuju (KS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2019). Pengumpulan data dengan metode ini adalah dengan membaca dokumen-dokumen, buku ilmiah, jurnal, skripsi, internet, maupun sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.5 Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat yang digunakan penulis dalam penelitian ini ialah Perguruan Tinggi yang berada di Kota Jambi. Berikut ini nama-nama Perguruan Tinggi di Kota Jambi yang tercatat pada Pangkalan Data Pendidikan Tinggi atau PDDikti Tahun 2021 adalah sebagai berikut:

1. Universitas Batanghari Jambi
2. Universitas Dinamika Bangsa
3. Universitas Muhammadiyah Jambi
4. Universitas Adiwangsa Jambi
5. Universitas Nurdin Hamzah
6. Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi
7. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim
8. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi
9. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi
10. Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi
11. Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi

12. Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi
13. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi
14. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi
15. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih
16. Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi
17. Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya

Waktu yang dipilih penulis dalam penelitian ini adalah pada tahun 2021 (semester ganjil).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan cara tertentu yang digunakan untuk meneliti dan mengoperasikan konstruk, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan replikasi pengukuran dengan cara yang sama atau mengembangkan cara pengukuran konstruk yang baik (Sugiyono, 2019).

1. Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas disebut juga sebagai variabel *stimulus*, *prediktor*, atau *antecedent*. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab dalam berubahannya atau timbulnya variabel dependen (variabel terikat) (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini penulis menggunakan dua variabel independen, yaitu Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat disebut juga sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuensi. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dikarenakan adanya variabel bebas (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku konsumtif merupakan sebagai suatu tindakan dalam memakai suatu produk yang tidak tuntas atau artinya belum habis sebuah produk digunakan seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda, dengan kata lain membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai produk tersebut (Sumartono, 2002).	Membeli produk karena iming-iming hadiah	Membeli produk apabila terdapat hadiah	Skala Likert
			Membeli produk hanya mengikuti keinginan semata	
		Membeli produk karena kemasannya menarik	Membeli produk yang kemasannya rapi dan bersih	
		Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	Membeli produk untuk menumbuhkan rasa percaya diri	
		Membeli produk atas pertimbangan harga	Cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah	
		Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Membeli produk karena mempunyai kekayaan	
		Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda)	Membeli produk karena ingin mencoba merk lain	
			Membeli produk karena ingin membedakan dengan merk lain	
		Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang diidolakan	Meniru perilaku segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya	
		Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	Membeli produk karena percaya apa yang dikatakan oleh iklan, yaitu dapat menimbulkan	

			rasa percaya diri	
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang sehat dan pada akhirnya mencapai individu kesejahteraan finansial (OECD, 2018).	Pengetahuan Keuangan	Pengetahuan dasar keuangan	Skala Likert
		Perilaku Keuangan	Penyusunan anggaran	
			Berpikir sebelum melakukan pembelian	
			Membayar tagihan tepat waktu	
			Menabung dan meminjam untuk memenuhi kebutuhan	
		Sikap Keuangan	Sikap terhadap uang	
			Perencanaan masa depan	
Gaya Hidup (X2)	Gaya hidup merupakan cara mengenai bagaimana seseorang memilih untuk menjalani hidupnya baik dengan perilaku waktu maupun berbagai macam pengelolaan diri yang diinginkan seseorang, terutama dalam bagaimana seseorang tersebut mengelola keuangan pribadinya (Sumarwan, 2020).	Aktivitas	Bekerja, hobi, kegiatan sosial, liburan, hiburan, anggota klub, masyarakat, belanja, dan olahraga.	Skala Likert
		Minat	Keluarga, rumah, pekerjaan, masyarakat, rekreasi, fashion, makanan, media, dan keberhasilan.	
		Opini	Diri sendiri, isu sosial, politik, bisnis, ekonomi, pendidikan, produk, masa depan, dan budaya	

3.7 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah software *SmartPLS* 4.0 yang dijalankan dengan media komputer.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam menganalisis data pada penelitian ini menggunakan alat analisis deskriptif. Analisis statistik deskriptif merupakan statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan ataupun menggambarkan data yang telah dikumpulkan sebagaimana adanya dengan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum maupun generalisasi (Sugiyono, 2019). Untuk mengetahui tingkatan pada perolehan skor variabel yang diteliti maka dapat dihitung dengan menggunakan metode dalam mengklasifikasikan berdasarkan nilai pada rentang skala dengan menggunakan rumus adalah sebagai berikut (Wahyuni, 2012):

$$i = \frac{X_n - X_1}{k}$$

Keterangan:

i : Interval Kelas

X_n : Nilai Data Tertinggi

X₁ : Nilai Data Terendah

k : Jumlah Kelas

Untuk menentukan rentang pada skor terendah dan tertinggi dapat dilakukan dengan cara mengalikan jumlah populasi maupun sampel dengan bobot nilai terendah maupun bobot nilai tertinggi dalam skala pengukuran adalah sebagai berikut:

Rentang skor terendah = n x skor terendah

$$= 377 \times 1$$

$$= 377$$

Rentang skor tertinggi = n x skor tertinggi

$$= 377 \times 5$$

$$= 1.885$$

Maka didapat bahwa:

$$i = \frac{1.885 - 377}{5}$$

$$i = 301,6$$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kategori dalam mengklasifikasi untuk variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Rentang Pengklasifikasian Variabel

Variabel	Rentang Penilaian	Klasifikasi
Literasi Keuangan (X1)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi
Gaya Hidup (X2)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi
Perilaku Konsumtif (Y)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi

3.7.2 Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) merupakan metode analisis yang *powerfull* atau *soft modeling* karena dapat digunakan untuk menguji teori dan data yang lemah, seperti jumlah sampel kecil atau adanya masalah normalitas data (Ghozali & Latan, 2015). SEM yang berbasis kovarian menguji kualitas ataupun teori, sedangkan PLS bersifat *predictive model*. Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) mengemukakan bahwa PLS merupakan analisis persamaan struktural (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural. Model pengukuran yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural yang digunakan untuk menguji kausalitas (pengujian hipotesis dengan model prediksi).

Keunggulan-keunggulan dari PLS menurut (Abdillah & Hartono, 2015) adalah sebagai berikut:

1. Mampu atau dapat memodelkan banyak variabel dependen dan variabel independen (model kompleks).
2. Mampu atau dapat mengelola masalah multikolinearitas antar variabel independen.
3. Hasil tetap kokoh (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang.
4. Menghasilkan variabel laten independen secara langsung berbasis *cross-product* yang melibatkan variabel laten dependen sebagai kekuatan prediksi.
5. Dapat digunakan pada konstruk reflektif dan formatif.
6. Dapat digunakan pada sampel kecil.
7. Tidak mensyaratkan dan berdistribusi normal.
8. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda, seperti nominal, ordinal, dan kontinu.

3.7.3 Langkah-Langkah Menggunakan *Partial Least Square* (PLS)

Menurut (Ghozali & Latan, 2015) dalam model evaluasi PLS dilakukan dengan menilai *outer model* dan *inner model* adalah sebagai berikut:

1. Evaluasi *outer model* atau model pengukuran (*measurement model*)

Outer model merupakan suatu model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. *Outer model* dengan indikator reflektif dievaluasi melalui validitas *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikator pembentuk konstruk laten dan *composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk blok indikatornya (Ghozali & Latan, 2015). Evaluasi model pengukuran dapat dilihat dari pada tabel 3.4 adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 4 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Convergent	<i>Loading Factor</i>	• >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> • >0,60 untuk <i>Exploratory Research</i>
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	>0,50 untuk <i>Confirmatory</i> maupun <i>Exploratory Research</i>
	<i>Communality</i>	>0,50 untuk <i>Confirmatory</i> maupun <i>Exploratory Research</i>
Validitas Discriminant	<i>Cross Loading</i>	>0,70 untuk setiap variabel
	Akar Kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten	Akar kuadrat AVE > Korelasi antar konstruk laten
Reliabilitas	<i>Cronbach's Alpha</i>	• >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> • >0,60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>
	<i>Composite Reliability</i>	• >0,70 untuk <i>Confirmatory Research</i> • >0,60 masih dapat diterima untuk <i>Exploratory Research</i>

Sumber : (Ghozali & Latan, 2015)

- a. Uji Validitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Abdillah & Hartono, 2015). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid artinya instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2019). Uji validitas *convergent* indikator reflektif dilihat dari nilai *loading factor* untuk tiap indikator konstruk. Untuk penelitian yang bersifat *confirmatory* nilai *loading factor* harus lebih dari 0.70, sedangkan penelitian yang bersifat *exploratory* masih dapat diterima antara 0.60 hingga 0.70. Untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading factor* 0,50 hingga 0,60 masih dianggap cukup (Ghozali & Latan, 2015).

b. Uji Reliabilitas merupakan uji yang bertujuan untuk mengukur konsistensi alat ukur dengan mengukur suatu konsep ataupun dengan tujuan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan pada kuesioner atau instrumen penelitian (Abdillah & Hartono, 2015). Uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi, dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Dimana uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan dengan dua metode, seperti *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. Uji reliabilitas menggunakan *composite reliability* memiliki ketentuan, yaitu penelitian yang bersifat *confirmatory* nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0.70, sedangkan nilai 0.60 hingga 0.70 masih dapat diterima untuk penelitian bersifat *exploratory* (Ghozali & Latan, 2015).

2. Evaluasi *inner model* atau model struktural

Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) mengemukakan bahwa model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* dan nilai *path coefficient* atau *P-Values* tiap *path* untuk uji signifikansi antar konstruk dalam model struktural. Nilai *R-Square* digunakan dalam mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen, dimana semakin tinggi nilai *R-Square* maka akan semakin baik model penelitian yang diajukan. Nilai *R-Square* senilai 0,75 dikatakan model yang kuat dan nilai 0,50 dikatakan model moderate, serta nilai 0,25 dikatakan model lemah, sedangkan nilai *path coefficient* menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3. 5 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Kriteria	Rule of Thumb
<i>R-Square</i>	• 0,67 menunjukkan model kuat, 0,33 menunjukkan model moderate, dan 0,19 menunjukkan model lemah (Chin, 1998). • 0,75 menunjukkan model kuat, 0,50 menunjukkan model moderate, dan 0,25 menunjukkan model lemah (Hair et al., 2011).
<i>Q² predictive relevance</i>	• $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki <i>predictive relevance</i>. • $Q^2 < 0$ menunjukkan model kurang memiliki <i>predictive</i>

	<i>relevance.</i>
--	-------------------

Sumber : (Ghozali & Latan, 2015)

3.7.4 Pengujian Hipotesis

Hipotesis merupakan sebuah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana perumusan masalah pada penelitian tersebut telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2019). Menurut (Abdillah & Hartono, 2015) mengemukakan bahwa hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada pengujian *inner model*, yaitu melalui *T-statistic* yang dapat menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis tersebut. Dengan kriteria penerimaan hipotesis, yaitu nilai *T-statistic* harus lebih besar dari *T-tabel* 1,96 untuk pengujian hipotesis pada *alpha* 5% atau bisa dengan melihat *P-Value* $< 0,05$ yang dapat menunjukkan bahwa variabel tersebut signifikan dengan demikian hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pada variabel laten terhadap variabel laten lainnya. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan

$H1_0$: Tidak ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

$H1_1$: Ada pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

2. Gaya Hidup

$H2_0$: Tidak ada pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

$H2_1$: Ada pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Kota Jambi

Kota Jambi berdiri pada tanggal 28 Mei 1401. Kota Jambi merupakan Ibu Kota Provinsi Jambi dan merupakan salah satu dari sepuluh daerah Kabupaten/Kota yang ada dalam Provinsi Jambi. Secara historis, pemerintah Kota Jambi dibentuk dengan ketetapan Gubernur Sumatera No.103/1946 sebagai Daerah Otonom Kota Besar di Sumatera, kemudian diperkuat dengan Undang-Undang No.9/1956 dan dinyatakan sebagai Daerah Otonom Kota Besar dalam lingkungan Provinsi Sumatera Tengah. Dengan dibentuknya Provinsi Jambi tanggal 6 Januari 1948, maka sejak itu pula Kota Jambi resmi menjadi Ibukota Provinsi, dengan demikian Kota Jambi sebagai daerah tingkat II Kabupaten/Kota pernah menjadi bagian dari tiga Provinsi yakni Provinsi Sumatera, Provinsi Sumatera Tengah, dan Provinsi Jambi sekarang.

Lambang Kota Jambi berbentuk perisai dengan bagian yang meruncing di bawah dikelilingi tiga garis dengan warna bagian luar putih, tengah berwarna hijau, dan bagian luar berwarna putih. Garis hijau yang mengelilingi lambang pada bagian atas lebih lebar dan di dalamnya tercantum tulisan “Kota Jambi” yang melambangkan nama daerah dan diapit oleh dua bintang bersudut lima berwarna putih. Itu melambangkan kondisi kehidupan sosial masyarakat Jambi yang terdiri atas berbagai suku dan agama, memiliki keimanan kepada Tuhan yang Maha Esa.

Semboyan kota jambi adalah Tanah Pilih Pesako Betuah secara filosofi mengandung pengertian bahwa Kota Jambi sebagai pusat pemerintahan kota sekaligus sebagai pusat sosial, ekonomi, kebudayaan, mencerminkan jiwa masyarakatnya sebagai duta kesatuan baik individu, keluarga, dan kelompok maupun secara institusional yang lebih luas, berpegang teguh dan terikat pada nilai-nilai adat istiadat dan hukum adat serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

4.2 Visi dan Misi Kota Jambi

Adapun Visi dan Misi (PPID Pemerintah Kota Jambi, 2021) adalah sebagai berikut:

4.2.1 Visi Kota Jambi

Visi Kota Jambi adalah Menjadikan Kota Jambi Sebagai Pusat Perdagangan Dan Jasa Berbasis Masyarakat Berakhlak Dan Berbudaya Dengan Mengedepankan Pelayanan Prima.

4.2.2 Misi Kota Jambi

Misi Kota Jambi adalah sebagai berikut:

1. Penguatan Birokrasi dan Peningkatan Pelayanan Masyarakat Berbasis Teknologi Informasi.
2. Penguatan Penegakan Hukum, Trantibmas dan Kenyamanan Masyarakat.
3. Penguatan Pengelolaan Infrastruktur dan Utilitas Perkotaan serta Penataan Lingkungan.
4. Penguatan Kapasitas Ekonomi Perkotaan.
5. Peningkatan Kualitas Kehidupan Masyarakat Perkotaan.

4.3 Luas Wilayah

Luas keseluruhan wilayah administrasi Kota Jambi menurut Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1986 seluas 205,38 km² atau sekitar 0,38% dari luas wilayah Provinsi Jambi dan berdasarkan Peraturan Daerah Kota Jambi Nomor 9 Tahun 2013 seluas 175,53 km². Kota Jambi secara astronomis terletak pada 01°32'45" – 01°41'41" Lintang Selatan dan 103°31'29" – 103°40'6" Bujur Timur. Secara topografis, kota ini terletak di ketinggian yang relatif rendah, kurang lebih 10-60 meter di atas permukaan laut dan wilayahnya dikelilingi oleh Kabupaten Muaro Jambi. Secara administratif Kota Jambi terbagi menjadi 11 Kecamatan dan 62 Kelurahan dengan rincian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Luas Wilayah Administrasi Kota Jambi Kecamatan dan Jumlah Kelurahan

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Persentase (%)	Jumlah Kelurahan
1	Kotabaru	36,11	17,56	5
2	Alam Barajo	41,67	20,27	5
3	Jambi Selatan	11,41	5,55	5
4	Paal Merah	27,13	13,20	5
5	Jelutung	7,92	3,85	7
6	Pasar Jambi	4,02	1,96	4
7	Telanaipura	22,51	10,95	6
8	Danau Sipin	7,88	3,83	5
9	Danau Teluk	15,70	7,64	5
10	Pelayangan	15,29	7,44	6
11	Jambi Timur	15,94	7,75	9
Jumlah		205,38	100	62

Sumber: BPS Kota Jambi 2020

Pada tabel 4.2 terlihat bahwa Kecamatan dengan luas wilayah terbesar di Kota Jambi adalah Kecamatan Alam Barajo dengan luas wilayah 41,67 km² dengan persentase 20,27% dari luas Kota Jambi. Sedangkan Kecamatan dengan luas wilayah terkecil di Kota Jambi adalah Kecamatan Pasar Jambi dengan luas wilayah 4,02 km² dengan persentase 1,96% dari luas Kota Jambi.

4.4 Jumlah Penduduk Kota Jambi

Jumlah penduduk merupakan modal dasar disuatu daerah. Hal ini berkaitan dengan keberadaan sumber daya manusia yang diharapkan memanfaatkan sumber daya alam yang ada sesuai pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki. Secara keseluruhan jumlah penduduk Kota Jambi berjumlah 606.200 jiwa. Untuk melihat secara rinci penduduk perkecamatan adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Jumlah dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan di Kota Jambi

No	Kecamatan	Penduduk (Jiwa)	Kepadatan Penduduk/km²
1	Kotabaru	80.062	2,217
2	Alam Barajo	108.196	2,603
3	Jambi Selatan	56.929	4,989
4	Paal Merah	105.906	3,904
5	Jelutung	59.442	7,505
6	Pasar Jambi	11.193	2,784
7	Telanaipura	49.212	2,186
8	Danau Sipin	43.375	5,504
9	Danau Teluk	12.822	817
10	Pelayangan	12.939	846
11	Jambi Timur	66.124	4,148
Jumlah		606.200	2,952

Sumber : BPS Kota Jambi 2020

Pada tabel 4.3 dapat dilihat jumlah dan kepadatan penduduk menurut Kecamatan di Kota Jambi. Kecamatan di Kota Jambi yang memiliki jumlah penduduk yang sedikit terdapat pada Kecamatan Pasar Jambi dengan jumlah penduduknya sebanyak 11.193 penduduk, dengan kepadatan penduduk 2.784/Km². Hal ini dikarenakan wilayah tersebut menjadi pusat perbelanjaan sehingga hanya sedikit yang menjadi penduduk tetap di daerah tersebut. Sedangkan Kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak terdapat pada Kecamatan Alam Barajo yang jumlah penduduknya sebanyak 108.196 penduduk dengan kepadatan penduduk 2.603/Km². Banyaknya jumlah penduduk di Kecamatan Kotabaru dikarenakan padatnya bangunan rumah dan lingkungan sekitar dekat pertokoan yang membuat jumlah penduduk di daerah tersebut banyak.

Berikut ini adalah jumlah penduduk berdasarkan kelompok umur di Kota Jambi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur di Kota Jambi

Kelompok Umur	Jumlah (Jiwa)
0 – 4	54.702
5 – 9	51.878
10 – 14	49.305
15 – 19	49.695
20 – 24	51.470
25 – 29	52.029
30 – 34	49.315
35 – 39	46.946
40 – 44	45.287
45 – 49	41.455
50 – 54	35.379
55 – 59	28.821
60 – 64	20.878
65 – 69	14.704
70 – 74	7.329
75+	7.007
Total	606.200

Sumber : BPS Kota Jambi 2020

Pada tabel 4.4 terlihat bahwa kelompok umur dengan jumlah penduduk terbanyak di Kota Jambi adalah kelompok umur 0 – 4 sebanyak 54.702 jiwa. Sedangkan kelompok umur dengan jumlah penduduk terdikit di Kota Jambi adalah kelompok umur 75+ sebanyak 7.007 jiwa.

4.5 Jumlah Perguruan Tinggi dan Mahasiswa di Kota Jambi

Menurut Pangkalan Data Pendidikan Tinggi atau PDDikti Tahun 2021 jumlah perguruan tinggi jenjang S-1 di Kota Jambi ada sebanyak 17 perguruan tinggi. Jumlah mahasiswa S-1 di Kota Jambi berjumlah 19.337 mahasiswa aktif.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

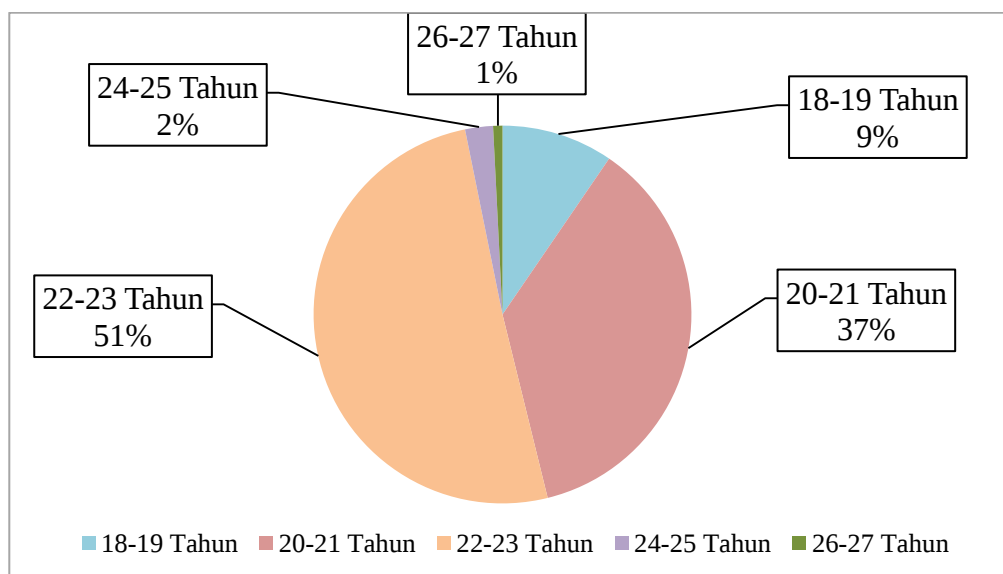
Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam pengguna *E-Wallet* pada mahasiswa S1 Perguruan Tinggi di Kota Jambi tahun 2021. Pada bab ini akan dibahas mengenai data dan hasil pengujian hipotesis. Pembahasan diawali dengan membahas mengenai gambaran umum responden dan hasil analisis data.

5.1 Gambaran Umum Responden

Berikut ini adalah gambaran umum responden berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan:

1. Responden Berdasarkan Usia

Gambaran responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada gambar 5.1 adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

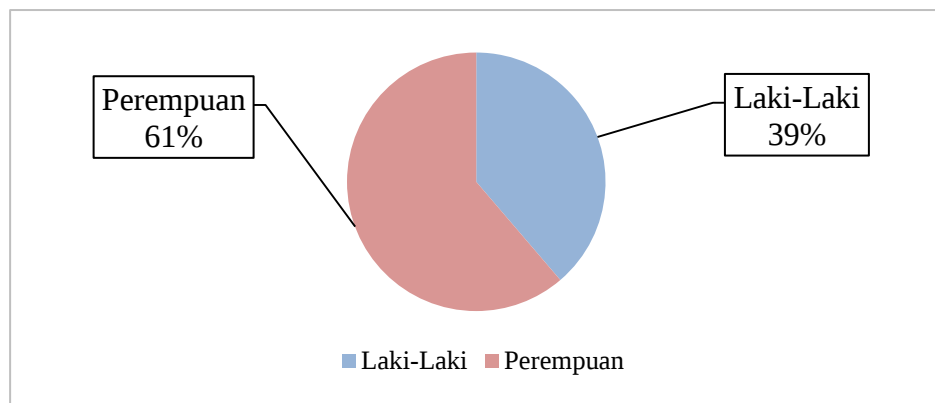
Gambar 5. 1 Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa dari 377 responden yang memiliki usia 18-19 tahun dengan persentase sebesar 9% berjumlah sebanyak 36 orang. Usia 20-21 tahun dengan persentase sebesar 37% berjumlah sebanyak 138 orang. Usia 22-23 tahun dengan persentase

sebesar 51% berjumlah sebanyak 191 orang. Usia 24-25 tahun dengan persentase sebesar 2% berjumlah sebanyak 9 orang. Dan usia 26-27 tahun dengan persentase sebesar 1% berjumlah sebanyak 3 orang. Maka usia responden yang paling banyak adalah pada rentang usia 22-23 tahun.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada gambar 5.2 adalah sebagai berikut:



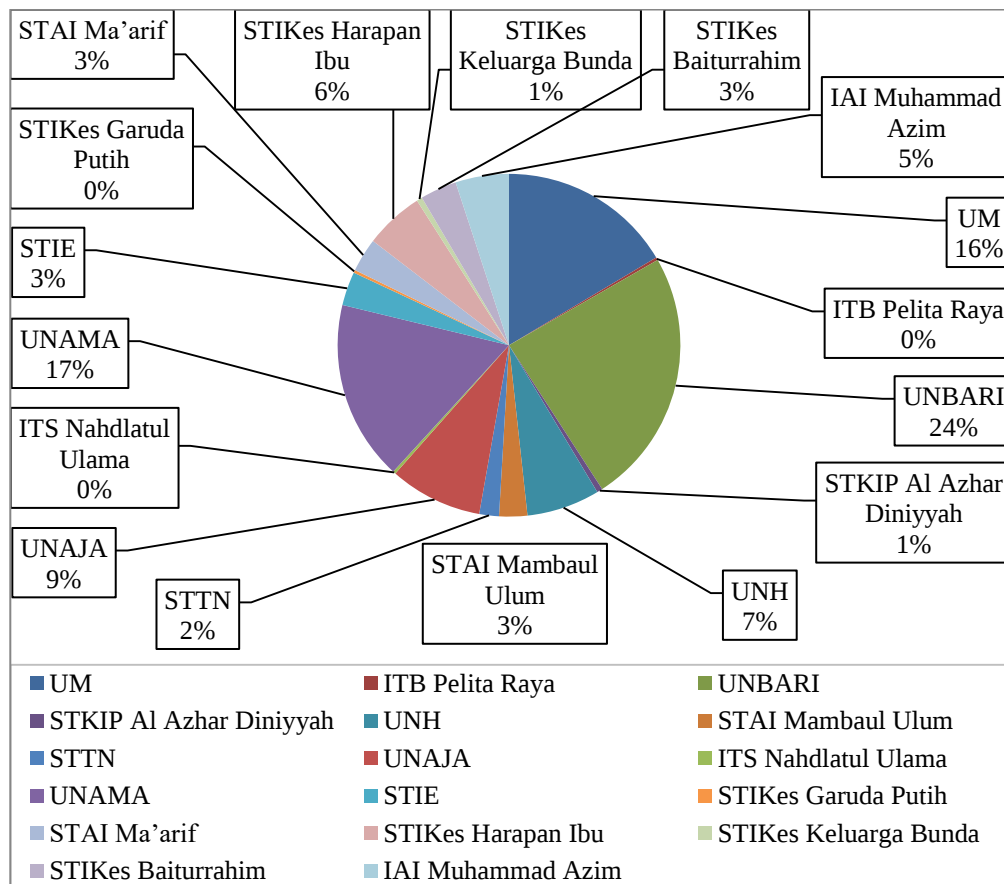
Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

Gambar 5. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan pada gambar 5.2 menunjukkan bahwa dari 377 responden terdapat jenis kelamin laki-laki dengan persentase sebesar 39% berjumlah sebanyak 146 orang. Dan jenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 61% berjumlah sebanyak 231 orang. Maka jenis kelamin responden yang paling banyak adalah perempuan.

3. Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Gambaran responden berdasarkan perguruan tinggi dapat ditunjukkan pada gambar 5.3 adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

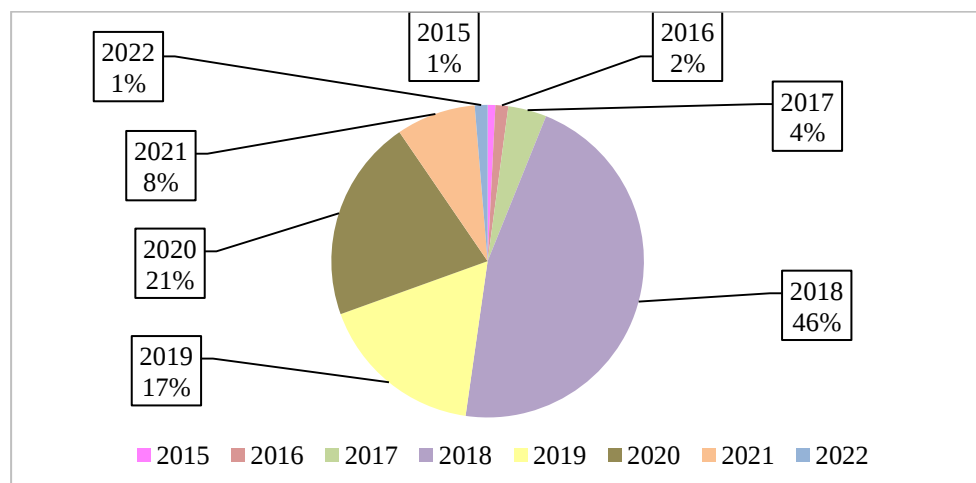
Gambar 5. 3 Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi

Berdasarkan pada gambar 5.3 menunjukkan bahwa dari 377 responden yang berada pada perguruan tinggi Universitas Muhammadiyah Jambi (UM) dengan persentase sebesar 16% berjumlah sebanyak 62 orang. Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi (STKIP) dengan persentase sebesar 1% berjumlah sebanyak 2 orang. Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi (STTN) dengan persentase sebesar 2% berjumlah sebanyak 7 orang. Universitas Dinamika Bangsa (UNAMA) dengan persentase sebesar 17% berjumlah sebanyak 64 orang. Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi (STAI) dengan persentase sebesar 3% berjumlah sebanyak 12 orang. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim (STIKes) dengan persentase sebesar 3% berjumlah sebanyak 13 orang. Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya (ITB) dengan persentase sebesar 0% berjumlah sebanyak 1 orang. Universitas Nurdin Hamzah (UNH) dengan

persentase sebesar 7% berjumlah sebanyak 26 orang. Universitas Adiwangsa Jambi (UNAJA) dengan persentase sebesar 9% berjumlah sebanyak 33 orang. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi (STIE) dengan persentase sebesar 3% berjumlah sebanyak 12 orang. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu (STIKes) dengan persentase sebesar 6% berjumlah sebanyak 21 orang. Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi (IAI) dengan persentase sebesar 5% berjumlah sebanyak 19 orang. Universitas Batanghari Jambi (UNBARI) dengan persentase sebesar 24% berjumlah sebanyak 91 orang. Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi (STAI) dengan persentase sebesar 3% berjumlah sebanyak 10 orang. Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi (ITS) dengan persentase sebesar 0% berjumlah sebanyak 1 orang. Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih (STIKes) dengan persentase sebesar 0% berjumlah sebanyak 1 orang. Dan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda (STIKes) dengan persentase sebesar 1% berjumlah sebanyak 2 orang. Maka responden paling banyak adalah pada Universitas Batanghari Jambi (UNBARI).

4. Responden Berdasarkan Angkatan

Gambaran responden berdasarkan angkatan dapat ditunjukkan pada gambar 5.4 adalah sebagai berikut:



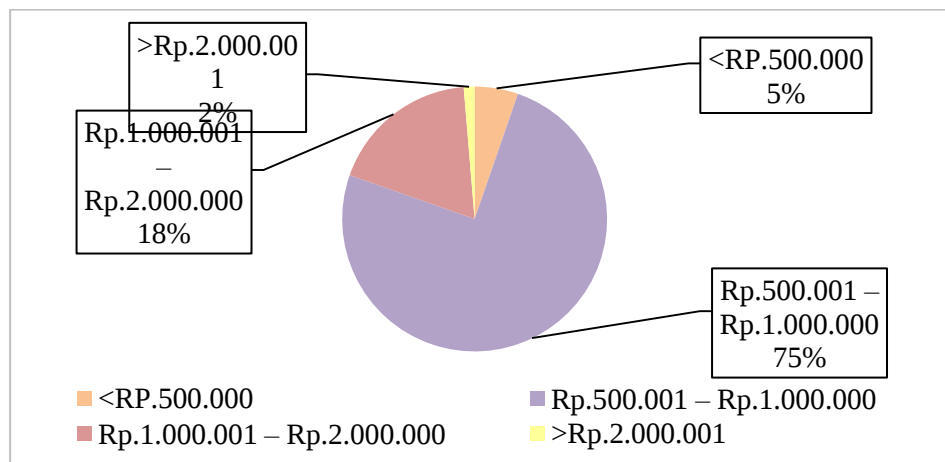
Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

Gambar 5. 4 Responden Berdasarkan Angkatan

Berdasarkan pada gambar 5.4 menunjukkan bahwa dari 377 responden terdapat responden dari angkatan 2015 dengan persentase sebesar 1% berjumlah sebanyak 3 orang. Angkatan 2016 dengan persentase sebesar 2% berjumlah sebanyak 5 orang. Angkatan 2017 dengan persentase sebesar 4% berjumlah sebanyak 15 orang. Angkatan 2018 dengan persentase sebesar 46% berjumlah sebanyak 174 orang. Angkatan 2019 dengan persentase sebesar 17% berjumlah sebanyak 65 orang. Angkatan 2020 dengan persentase sebesar 21% berjumlah sebanyak 79 orang. Angkatan 2021 dengan persentase sebesar 8% berjumlah sebanyak 31 orang. Dan angkatan 2022 dengan persentase sebesar 1% berjumlah sebanyak 5 orang. Maka angkatan responden yang paling banyak adalah angkatan 2018.

5. Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Perbulan

Gambaran responden berdasarkan penghasilan atau uang saku perbulan dapat ditunjukkan pada gambar 5.5 adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

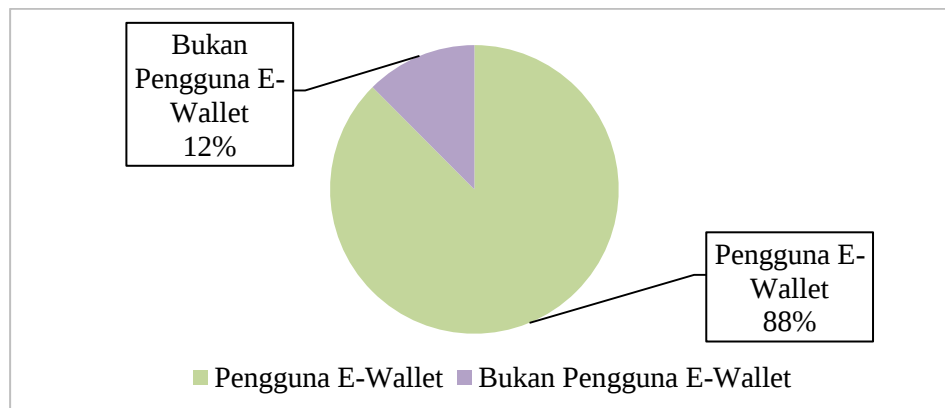
Gambar 5. 5 Responden Berdasarkan Penghasilan atau Uang Saku Perbulan

Berdasarkan pada gambar 5.5 menunjukkan bahwa dari 377 responden terdapat responden yang memiliki penghasilan atau uang saku perbulan kurang dari Rp.500.000 dengan persentase sebesar 5% berjumlah sebanyak 20 orang. Penghasilan atau uang saku perbulan Rp.500.001 – Rp.1.000.000 dengan persentase sebesar 75% berjumlah sebanyak 283 orang. Penghasilan atau uang saku perbulan Rp.1.000.001 – Rp.2.000.000 dengan persentase sebesar 18% berjumlah sebanyak 69 orang. Dan penghasilan atau

uang saku perbulan lebih dari Rp.2.000.001 dengan persentase sebesar 2% berjumlah sebanyak 5 orang. Maka penghasilan atau uang saku perbulan responden yang paling banyak adalah Rp.500.001 – Rp.1.000.000.

6. Responden Berdasarkan Pengguna *E-Wallet*

Gambaran responden berdasarkan pengguna *E-Wallet* dapat ditunjukkan pada gambar 5.6 adalah sebagai berikut:



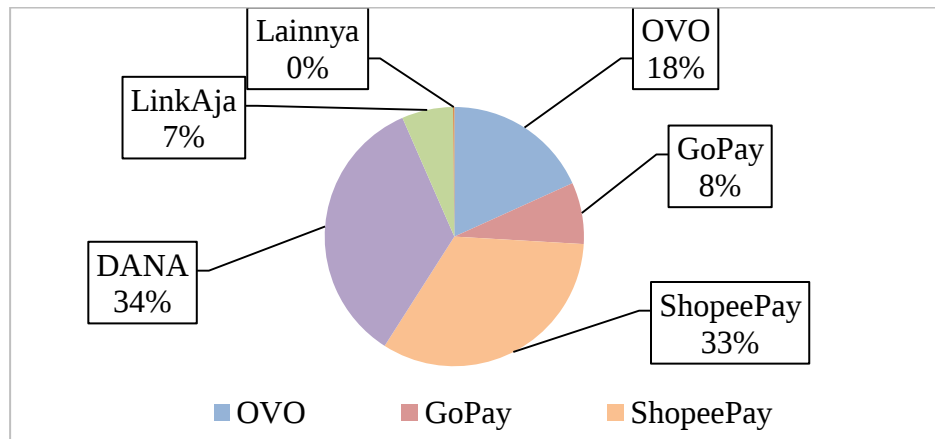
Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

Gambar 5. 6 Responden Berdasarkan Pengguna *E-Wallet*

Berdasarkan pada gambar 5.6 menunjukkan bahwa dari 377 responden yang merupakan pengguna *E-Wallet* dengan persentase sebesar 88% berjumlah sebanyak 330 orang. Dan yang bukan pengguna *E-Wallet* dengan persentase sebesar 12% berjumlah sebanyak 47 orang. Maka responden yang paling banyak adalah pengguna *E-Wallet*.

7. Responden Berdasarkan *E-Wallet* yang Digunakan

Gambaran responden berdasarkan *E-Wallet* yang digunakan dapat ditunjukkan pada gambar 5.7 adalah sebagai berikut:



Sumber: Data Primer 2022 (data diolah)

Gambar 5. 7 Responden Berdasarkan E-Wallet yang Digunakan

Berdasarkan pada gambar 5.7 menunjukkan bahwa dari 377 responden yang merupakan pengguna OVO dengan persentase sebesar 18% berjumlah sebanyak 114 orang. Pengguna *GoPay* dengan persentase sebesar 8% berjumlah sebanyak 48 orang. Pengguna *ShoopePay* dengan persentase sebesar 33% berjumlah sebanyak 207 orang. Pengguna DANA dengan persentase sebesar 34% berjumlah sebanyak 215 orang. Pengguna LinkAja dengan persentase sebesar 7% berjumlah sebanyak 40 orang. Dan pengguna *E-Wallet* lainnya dengan persentase sebesar 0% berjumlah sebanyak 1 orang. Maka responden pengguna *E-Wallet* yang paling banyak adalah pengguna DANA.

5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dapat digunakan apabila ingin mendeskripsikan data sampel (Sugiyono, 2019). Statistik deskriptif ini bertujuan untuk menganalisis data berdasarkan pada hasil yang diperoleh dari jawaban-jawaban responden terhadap masing-masing indikator pengukuran variabel. Untuk mengetahui kondisi dan tingkat kesesuaian pada masing-masing variabel, tabel berikut ini merupakan pengkategorian dengan skala pengukuran tertinggi adalah 5 dan nilai skala pengukuran terendah adalah 1 dengan jumlah keseluruhan responden berjumlah 377 orang.

Tabel 5. 1 Rentang Pengklasifikasian Variabel

Variabel	Rentang Penilaian	Klasifikasi
Literasi Keuangan (X1)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi
Gaya Hidup (X2)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi
Perilaku Konsumtif (Y)	377 – 678,6	Sangat Rendah
	678,7 – 980,3	Rendah
	980,4 – 1.282	Sedang
	1.282,1 – 1.583,7	Tinggi
	1.583,8 – 1.885	Sangat Tinggi

Berdasarkan pada tabel 5.1 dapat dilihat bahwa kategori interpretasi skor yang bertujuan untuk mengukur masing-masing indikator di tiap variabel yang digunakan pada penelitian ini. Gambaran mengenai tanggapan responden terkait masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Literasi Keuangan

a. *Objective Self Assesment*

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, berikut ini merupakan jawaban responden terkait pertanyaan *Objective Self Assesment* adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar?

Tabel 5. 2 Jawaban *Objective Self Assesment* Pertama

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Lebih dari Rp.200.000	7	1,9%
2	Tepat Rp.200.000	359	95,2%
3	Kurang dari Rp.200.000	11	2,9%
4	Tidak tahu	0	0%
Total		377	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan pertanyaan *Objective Self Assesment* pertama mengenai perhitungan dasar aritmatika dalam keuangan dapat diperoleh informasi bahwa jawaban yang benar adalah “Tepat Rp.200.000”. Dari tabel 5.2 diketahui bahwa dari 377 responden sebanyak 359 atau 95,2% responden menjawab benar dan 18 atau 4,8% responden menjawab salah. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan dasar aritmatika.

- 2) Seandainya Anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah?

Tabel 5. 3 Jawaban *Objective Self Assesment* Kedua

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang	14	3,7%
2	Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang	12	3,2%
3	Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang	350	92,8%
4	Tidak tahu	1	0,3%
Total		377	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan pertanyaan *Objective Self Assesment* kedua mengenai perhitungan inflasi dapat diperoleh informasi bahwa jawaban yang benar adalah “Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang”. Dari tabel 5.3 diketahui bahwa dari 377 responden sebanyak 350 atau 92,8% responden menjawab benar dan 27 atau 7,2% responden menjawab salah. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan inflasi.

- 3) Seandainya Anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini dan pada keesokan harinya dia mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?

Tabel 5. 4 Jawaban *Objective Self Assesment* Ketiga

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	2%	6	1,6%
2	3%	3	0,8%
3	Tidak berbunga	365	96,8%
4	Tidak tahu	3	0,8%
Total		377	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan pertanyaan *Objective Self Assesment* ketiga mengenai perhitungan bunga pinjaman dapat diperoleh informasi bahwa jawaban yang benar adalah “Tidak berbunga”. Dari tabel 5.4 diketahui bahwa dari 377 responden sebanyak 365 atau 96,8% responden menjawab benar dan 12 atau 3,2% responden menjawab salah. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan bunga pinjaman.

- 4) Misalkan Anda memiliki tabungan di Bank sebesar Rp. 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga)?

Tabel 5. 5 Jawaban *Objective Self Assesment* Keempat

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Lebih dari Rp.1.200.000	12	3,2%
2	Tepat Rp.1.200.000	349	92,5%
3	Kurang dari Rp.1.200.000	6	1,6%
4	Tidak tahu	10	2,7%
Total		377	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan pertanyaan *Objective Self Assesment* keempat mengenai perhitungan suku bunga bank dapat diperoleh informasi bahwa jawaban yang benar adalah “Tepat Rp.1.200.000”. Dari tabel 5.5 diketahui bahwa dari 377 responden sebanyak 349 atau 92,5% responden menjawab benar dan 28 atau 7,5% responden menjawab salah. Maka dapat disimpulkan bahwa responden memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan suku bunga bank.

- 5) Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?

Tabel 5. 6 Jawaban *Objective Self Assesment* Kelima

No	Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
1	Lebih dari Rp.2.000.000	283	75,1%
2	Tepat Rp.2.000.000	71	18,8%
3	Kurang dari Rp.2.000.000	5	1,3%
4	Tidak tahu	18	4,8%
Total		377	100%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan pertanyaan *Objective Self Assesment* kelima mengenai perhitungan suku bunga tabungan dapat diperoleh informasi bahwa jawaban yang benar adalah “Tepat Rp.2.000.000”. Dari tabel 5.6 diketahui bahwa dari 377 responden sebanyak 71 atau 18,8% responden menjawab benar dan 306 atau 81,2% responden menjawab salah. Maka dapat disimpulkan bahwa responden dapat dikatakan responden tidak memahami secara objektif tentang literasi keuangan mengenai perhitungan suku bunga tabungan.

Tabel 5. 7 Rangkuman Jawaban *Objective Self Assesment*

Pertanyaan 1	359	95,2%
Pertanyann 2	350	92,8%
Pertanyaan 3	365	96,8%
Pertanyaan 4	349	92,5%
Pertanyaan 5	71	18,8%

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Berdasarkan hasil jawaban responden dari pertanyaan *Objective Self Assesment* diperoleh hasil bahwa 4 dari 5 pertanyaan yang diberikan lebih dari 90% responden menjawab dengan benar, 1 diantaranya hanya kurang dari 50% menjawab benar. Hal ini di menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan literasi keuangan yang cukup baik.

b. *Subjective Self Assesment*

Untuk mengetahui literasi keuangan mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.8 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 8 Tanggapan Responden Terkait Literasi Keuangan

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan resiko yang tinggi.	Jumlah	8	6	153	149	61	377	Tinggi
		%	2,1	1,6	40,6	39,5	16,2	100	
		Skor	8	12	459	596	305	1.380	
2	Jika seseorang menawarkan saya kesempatan untuk menghasilkan banyak uang, kemungkinan besar saya juga akan kehilangan banyak uang.	Jumlah	26	5	187	131	28	377	Sedang
		%	6,9	1,3	49,6	34,8	7,4	100	
		Skor	26	10	561	524	140	1.261	
3	Menurut saya apabila inflasi dalam kondisi tinggi maka biaya hidup juga meningkat pesat.	Jumlah	1	10	176	137	53	377	Tinggi
		%	0,2	2,7	46,7	36,3	14,1	100	
		Skor	1	20	528	548	265	1.362	
4	Membeli saham dari berbagai perusahaan akan mengurangi resiko investasi dibandingkan dengan membeli saham 1 (satu) perusahaan saja.	Jumlah	38	73	136	92	38	377	Sedang
		%	10,1	19,3	36,1	24,4	10,1	100	
		Skor	38	146	408	368	190	1.150	
5	Menurut saya jika kita menyimpan sesuatu dengan menggunakan portofolio maka akan kecil kemungkinan kehilangan semua orang.	Jumlah	9	5	183	144	36	377	Tinggi
		%	2,4	1,3	48,6	38,2	9,5	100	
		Skor	9	10	549	576	180	1.324	
6	Saya terus mencermati urusan keuangan saya dengan cara membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran setiap harinya.	Jumlah	18	89	225	43	2	377	Sedang
		%	4,8	23,6	59,7	11,4	0,5	100	
		Skor	18	178	675	172	10	1.053	
7	Sebelum membeli sesuatu, saya hati-hati pertimbangkan dengan cermat apakah saya bisa mampu membelinya.	Jumlah	30	72	158	76	41	377	Sedang
		%	8	19,1	41,9	20,1	10,9	100	
		Skor	30	144	474	304	205	1.157	
8	Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya.	Jumlah	31	9	55	170	112	377	Tinggi
		%	8,2	2,4	14,6	45,1	29,7	100	
		Skor	31	18	165	680	560	1.454	

9	Saya menetapkan target keuangan jangka panjang dan berusaha untuk mencapainya.	Jumlah	10	24	194	103	46	377	Sedang
		%	2,6	6,4	51,5	27,3	12,2	100	
		Skor	10	48	582	412	230	1.282	
10	Saya merasa lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang.	Jumlah	31	14	149	108	75	377	Tinggi
		%	8,2	3,7	39,5	28,6	20	100	
		Skor	31	28	447	432	375	1.313	
11	Uang yang saya miliki saya habiskan untuk dibelanjakan.	Jumlah	33	41	148	100	55	377	Sedang
		%	8,7	10,9	39,3	26,5	14,6	100	
		Skor	33	82	444	400	275	1.234	
Rata-Rata								1.270	Sedang

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Dari hasil olah data kuesioner pada 5.8 terhadap 377 responden yang telah mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.270 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 980,4 – 1.282 dengan kategori sedang. Dari sebelas pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.454. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Saya terus mencermati urusan keuangan saya dengan cara membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran setiap harinya.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.053.

2. Gaya Hidup

Untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.9 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 9 Tanggapan Responden Terkait Gaya Hidup

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Saya memilih untuk berbelanja online untuk memenuhi hobi saya.	Jumlah	7	19	132	135	84	377	Tinggi
		%	1,9	5	35	35,8	22,3	100	
		Skor	7	38	396	540	420	1.401	
2	Saya memilih untuk berbelanja online untuk mengisi waktu luang.	Jumlah	16	38	203	97	23	377	Sedang
		%	4,2	10,1	53,9	25,7	6,1	100	
		Skor	16	76	609	388	115	1.204	
3	Saya memilih untuk berbelanja secara online saat merasa uang saku yang saya miliki berlebih.	Jumlah	10	19	98	184	66	377	Tinggi
		%	2,7	5	26	48,8	17,5	100	
		Skor	10	38	294	736	330	1.408	
4	Saya tertarik untuk mengoleksi barang-barang bermerk.	Jumlah	8	20	129	179	41	377	Tinggi
		%	2,1	5,3	34,2	47,5	10,9	100	
		Skor	8	40	387	716	205	1.356	
5	Saya memiliki minat dalam memesan makanan melalui online untuk mendapatkan promo.	Jumlah	10	19	130	177	41	377	Tinggi
		%	2,6	5	34,5	47	10,9	100	
		Skor	10	38	390	708	205	1.351	
6	Saya merasa senang saat menjadi pusat perhatian orang lain.	Jumlah	24	4	84	187	78	377	Tinggi
		%	6,4	1,1	22,3	49,6	20,6	100	
		Skor	24	8	252	748	390	1.422	
7	Saya menggunakan produk bermerk merupakan kebanggaan bagi saya.	Jumlah	27	70	176	93	11	377	Sedang
		%	7,1	18,6	46,7	24,7	2,9	100	
		Skor	27	140	528	372	55	1.122	
8	Saya membeli suatu produk yang saya sukai untuk mencapai kepuasan saya.	Jumlah	15	30	242	73	17	377	Sedang
		%	4	8	64,2	19,3	4,5	100	
		Skor	15	60	726	292	85	1.178	
Rata-Rata								1.305,3	Tinggi

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Dari hasil olah data kuesioner pada 5.9 terhadap 377 responden yang telah mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel gaya hidup memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.305,3 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel gaya hidup termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 1.282,1 – 1.583,7 dengan kategori tinggi. Dari delapan pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Saya merasa senang saat menjadi pusat perhatian orang lain.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.422. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban

responden yakni pada pernyataan “Saya menggunakan produk bermerk merupakan kebanggaan bagi saya.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.122.

3. Perilaku Konsumtif

Untuk mengetahui perilaku konsumtif mahasiswa Perguruan Tinggi di Kota Jambi dapat dilihat pada tabel 5.10 adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 10 Tanggapan Responden Terkait Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan		Skor					Total Skor	Keterangan
			STS	TS	KS	S	SS		
			1	2	3	4	5		
1	Saya membeli produk untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan dalam produk tersebut.	Jumlah	30	46	122	150	29	377	Sedang
		%	8	12,2	32,4	39,8	7,6	100	
		Skor	30	92	366	600	145	1.233	
2	Saya membeli berbagai jenis produk yang memiliki unsur favorit saya (merek dan warna), meskipun produk tersebut belum tentu terpakai.	Jumlah	20	61	150	129	17	377	Sedang
		%	5,3	16,2	39,8	34,2	4,5	100	
		Skor	20	122	450	516	85	1.193	
3	Saya mudah tertarik dengan produk yang memiliki kemasan yang menarik.	Jumlah	28	46	70	172	61	377	Tinggi
		%	7,4	12,2	18,6	45,6	16,2	100	
		Skor	28	92	210	688	305	1.323	
4	Saya membeli suatu produk, karena produk tersebut membuat saya percaya diri.	Jumlah	11	32	105	179	50	377	Tinggi
		%	2,9	8,5	27,8	47,5	13,3	100	
		Skor	11	64	315	716	250	1.356	
5	Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli produk-produk yang membuat saya tampak modis.	Jumlah	14	21	119	178	45	377	Tinggi
		%	3,7	5,6	31,6	47,2	11,9	100	
		Skor	14	42	357	712	225	1.350	
6	Saya membeli produk bermerek dengan harga yang mahal karena kualitas produk tersebut akan terjamin.	Jumlah	40	15	100	142	80	377	Tinggi
		%	10,6	4	26,5	37,7	21,2	100	
		Skor	40	30	300	568	400	1.338	
7	Saat membeli produk, saya cenderung lebih mempertimbangkan merek daripada manfaat.	Jumlah	28	60	184	91	14	377	Sedang
		%	7,4	16	48,8	24,1	3,7	100	
		Skor	28	120	552	364	70	1.134	
8	Saya membeli produk-produk mahal untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.	Jumlah	28	55	207	75	12	377	Sedang
		%	7,4	14,6	54,9	19,9	3,2	100	
		Skor	28	110	621	300	60	1.119	
9	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang berbeda	Jumlah	32	31	131	133	50	377	Sedang
		%	8,5	8,2	34,7	35,3	13,3	100	

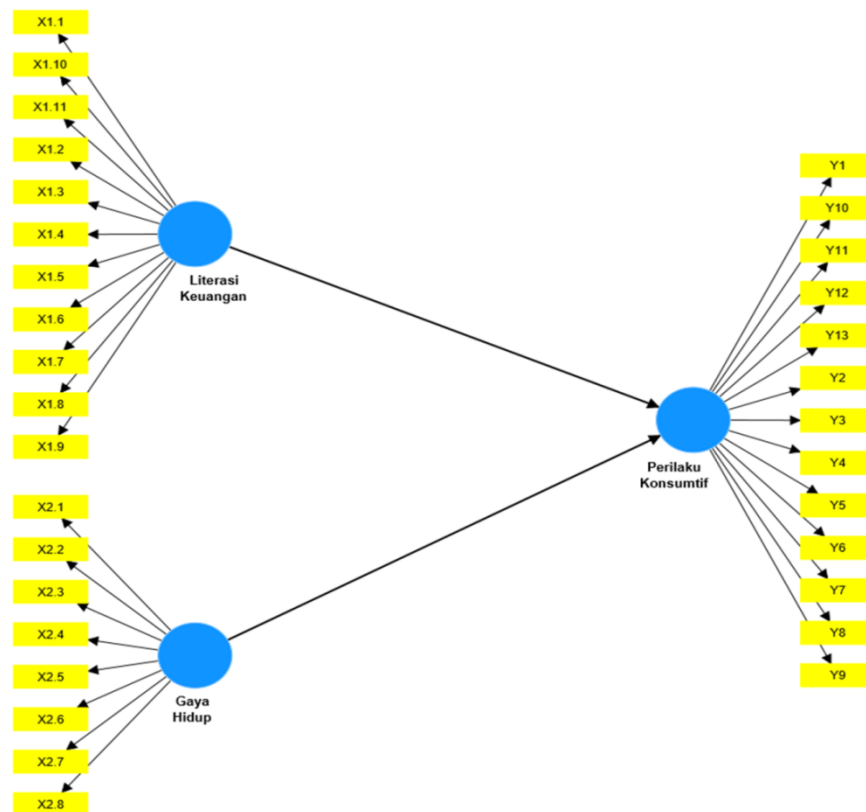
	walaupun produk yang lama belum habis digunakan.	Skor	32	62	393	532	250	1.269	
10	Saya membeli produk karena saya ingin membedakan kualitas produk dengan merek produk yang telah saya miliki.	Jumlah	21	29	134	155	38	377	Tinggi
		%	5,6	7,7	35,5	41,1	10,1	100	
		Skor	21	58	402	620	190	1.291	
11	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.	Jumlah	0	21	156	128	72	377	Tinggi
		%	0	5,6	41,4	33,9	19,1	100	
		Skor	0	42	468	512	360	1.382	
12	Saya membeli produk-produk yang di promosikan oleh idola saya.	Jumlah	48	70	129	98	32	377	Sedang
		%	12,7	18,6	34,2	26	8,5	100	
		Skor	48	140	387	392	160	1.127	
13	Saya membeli suatu produk karena terpengaruh oleh iklan yang dapat menumbuhkan rasa percaya diri saya.	Jumlah	27	32	179	115	24	377	Sedang
		%	7,2	8,5	47,5	30,5	6,3	100	
		Skor	27	64	537	460	120	1.208	
Rata-Rata								1.255,6	Sedang

Sumber: Hasil Olah Data Kuesioner (2022)

Dari hasil olah data kuesioner pada 5.10 terhadap 377 responden yang telah mengisi kuesioner menunjukkan bahwa dari seluruh indikator variabel perilaku konsumtif memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.255,6 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel perilaku konsumtif termasuk dalam kriteria skor pada rentang skala 980,4 – 1.282 dengan kategori sedang. Dari tiga belas pernyataan tersebut nilai skor tertinggi diperoleh oleh pernyataan “Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.” yang dapat ditunjukkan dengan nilai total skor indikator sebesar 1.382. Sedangkan nilai skor terendah dari jawaban responden yakni pada pernyataan “Saya membeli produk-produk mahal untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.” dengan memperoleh total skor sebesar 1.119.

5.3 Pengujian Data dan Model Penelitian

Bentuk diagram jalur perancangan *outer model* dan *inner model* yang digambarkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Gambar 5. 8 Outer Model dan Inner Model

Evaluasi model PLS dilakukan dengan cara mengevaluasi *outer model* dan *inner model*. *Outer model* merupakan model pengukuran untuk menilai validitas dan reliabilitas model. Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS* 4 dalam menilai *outer model* adalah dengan proses model pengukuran dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*. Sedangkan *inner model* merupakan model struktural guna memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Adapun kriteria dalam penggunaan teknik analisa data dengan *SmartPLS* 4.0 dalam menilai *inner model* adalah dengan proses *bootstrapping*, parameter uji *T-statistic* diperoleh guna memprediksi adanya hubungan kausalitas (Abdillah & Jogiyanto, 2015:194).

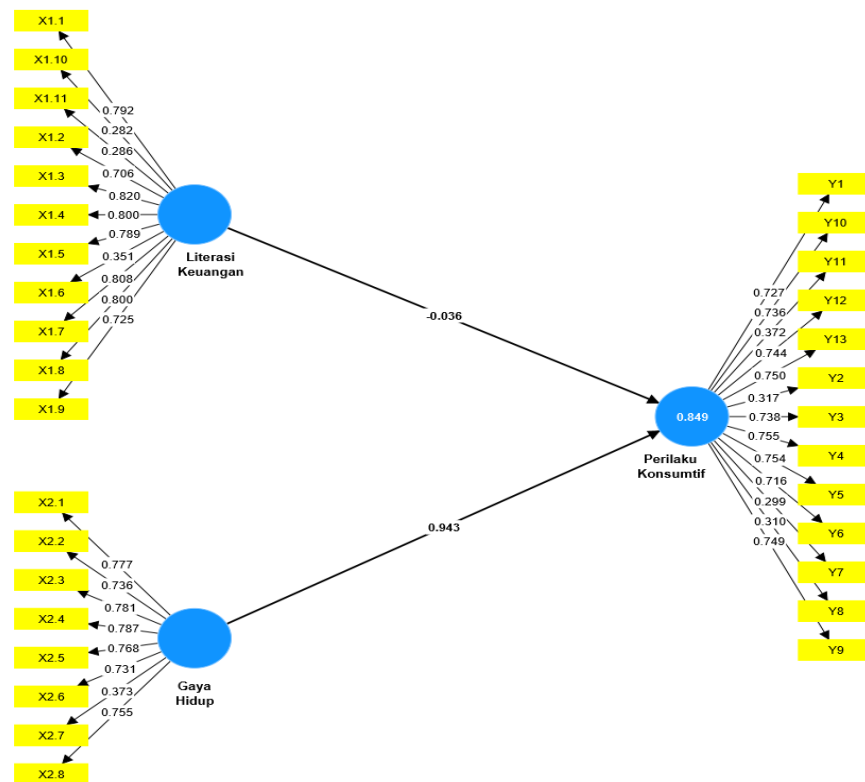
5.3.1 Evaluasi Model

1. Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model* (Model Pengukuran)

Proses pengukuran dalam penggunaan teknik analisa data dengan menggunakan *SmartPLS* 4.0 dalam menilai *outer model* adalah dengan melihat validitas konvergen, validitas diskriminan, *composite reliability*, dan *cronbach's alpha*.

a. *Convergent Validity*

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan *loading factor* indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Abdillah & Jogiyanto, 2015:195). Nilai *loading factor* dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur dan biasanya penelitiannya bersifat *confirmatory*. Namun menurut Chin (1998) nilai *loading factor* antara 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran (Ghozali & Latan, 2015:74). Pada penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.



Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Gambar 5. 9 Outer Model

Berikut ini merupakan tabel *outer loading* hasil kalkulasi algoritma untuk *outer model* :

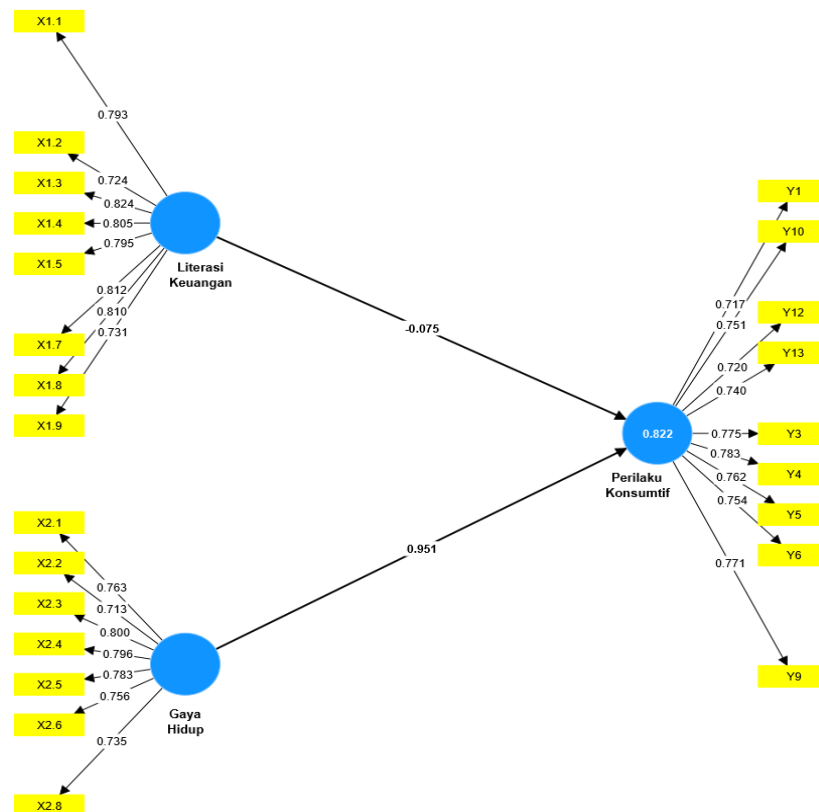
Tabel 5. 11 Tabel Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,792	Valid
	X1.10	0,282	Tidak Valid
	X1.11	0,286	Tidak Valid
	X1.2	0,706	Valid
	X1.3	0,820	Valid
	X1.4	0,800	Valid
	X1.5	0,789	Valid
	X1.6	0,351	Tidak Valid
	X1.7	0,808	Valid
	X1.8	0,800	Valid
	X1.9	0,725	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,777	Valid
	X2.2	0,736	Valid
	X2.3	0,781	Valid
	X2.4	0,787	Valid
	X2.5	0,768	Valid

	X2.6	0,731	Valid
	X2.7	0,373	Tidak Valid
	X2.8	0,755	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,727	Valid
	Y2	0,317	Tidak Valid
	Y3	0,750	Valid
	Y4	0,755	Valid
	Y5	0,754	Valid
	Y6	0,716	Valid
	Y7	0,299	Tidak Valid
	Y8	0,310	Tidak Valid
	Y9	0,749	Valid
	Y10	0,736	Valid
	Y11	0,372	Tidak Valid
	Y12	0,744	Valid
	Y13	0,750	Valid

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Pada tabel 5.11 dapat dilihat hasil dari pengelolaan data dengan menggunakan *SmartPLS* 4.0 yang menunjukkan bahwa pada awalnya nilai *outer model* atau korelasi antara konstruk dengan variabel belum memenuhi uji validitas konvergen dikarenakan masih terdapat beberapa indikator yang memiliki nilai *loading factor* dibawah 0,70. Oleh karena itu, nilai *loading factor* yang berada dibawah 0,70 dihapus karena tidak sesuai dengan kriteria validitas. Setelah dilakukan penghapusan beberapan indikator yang dianggap tidak valid kemudian dilakukan kalkulasi ulang. Adapun gambar model setelah dilakukan kalkulasi ulang adalah sebagai berikut:



Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Gambar 5. 10 Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang

Pada gambar 5.10 menunjukkan bahwa koefisien regresi atau tingkat kepekaan yang dibentuk oleh variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif senilai 0,951 lebih besar daripada tingkat kepekaan yang dibentuk oleh variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif senilai -0,075. Dimana pada hal ini dapat disimpulkan bahwa setiap terjadi perubahan dari gaya hidup akan merubah dari variabel perilaku konsumtif. Selain itu, terdapat beberapa indikator yang tidak valid dan dihapuskan dari model sehingga hanya menyisakan indikator-indikator yang nilainya valid. Berikut ini adalah tabel *outer loading* hasil dari kalkulasi ulang untuk *outer model*:

Tabel 5. 12 Outer Loading Setelah Dikalkulasi Ulang

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0,793	Valid
	X1.2	0,724	Valid
	X1.3	0,824	Valid
	X1.4	0,805	Valid
	X1.5	0,795	Valid
	X1.7	0,812	Valid
	X1.8	0,810	Valid
	X1.9	0,731	Valid
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0,763	Valid
	X2.2	0,713	Valid
	X2.3	0,800	Valid
	X2.4	0,796	Valid
	X2.5	0,783	Valid
	X2.6	0,756	Valid
	X2.8	0,735	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,717	Valid
	Y3	0,775	Valid
	Y4	0,783	Valid
	Y5	0,762	Valid
	Y6	0,754	Valid
	Y9	0,771	Valid
	Y10	0,751	Valid
	Y12	0,720	Valid
	Y13	0,740	Valid

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Setelah dilakukan kalkulasi ulang *outer model* pada tabel 5.12 menunjukkan bahwa semua *loading factor* untuk tiap-tiap indikator memiliki nilai diatas 0,70. Dengan demikian konstruk untuk masing-masing variabel sudah tidak ada lagi yang dihapuskan dari model.

b. Discriminant Validity

Untuk menguji validitas diskriminan yaitu dengan cara melihat nilai *cross loading* pengukuran dengan konstruknya yaitu nilai *cross loading* > 0,7 dalam satu variabel. Metode lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas diskriminan yaitu dengan cara membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan konstruk lainnya dalam model penelitian. Dimana jika akar AVE untuk setiap konstruk lebih besar dibandingkan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya maka

dapat disimpulkan bahwa model memiliki validitas diskriminan yang cukup (Abdillah & Jogiyanto, 2015:195). Adapun hasil pengujian validitas diskriminan (*discriminant validity*) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. 13 Nilai *Discriminant Validity* (Cross Loading)

	Gaya Hidup (X1)	Literasi Keuangan (X1)	Perilaku Konsumtif (Y)
X1.1	0,414	0,793	0,325
X1.2	0,355	0,724	0,248
X1.3	0,422	0,824	0,338
X1.4	0,389	0,805	0,294
X1.5	0,434	0,795	0,373
X1.7	0,411	0,812	0,329
X1.8	0,475	0,810	0,349
X1.9	0,686	0,731	0,634
X2.1	0,763	0,554	0,678
X2.2	0,713	0,368	0,592
X2.3	0,800	0,447	0,769
X2.4	0,796	0,441	0,702
X2.5	0,783	0,525	0,697
X2.6	0,756	0,422	0,760
X2.8	0,735	0,508	0,615
Y1	0,611	0,319	0,717
Y3	0,706	0,306	0,775
Y4	0,760	0,375	0,783
Y5	0,806	0,444	0,762
Y6	0,674	0,354	0,754
Y9	0,637	0,338	0,771
Y10	0,653	0,422	0,751
Y12	0,595	0,371	0,720
Y13	0,641	0,480	0,740

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 5.13 dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang ada pada penelitian ini telah memiliki validitas diskriminan (*discriminant validity*) yang baik dalam menyusun setiap variabelnya. Hal ini turut dibuktikan dengan nilai *cross loading* tiap-tiap indikator pada variabel yang dibentuk lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya.

c. Uji Reliabilitas (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha*)

Dalam mengukur konsistensi internal alat ukur pada PLS dilakukan dengan menggunakan uji reliabilitas. Dimana uji reliabilitas dalam PLS dapat dilakukan melalui dua metode, yaitu *composite reliability* dan *cronbach's alpha* (Abdillah & Jogiyanto, 2015:196). Pada pengujian reliabilitas menunjukkan ketepatan, konsistensi suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran, dimana reliabilitas akan mengacu pada instrumen yang dianggap dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang dapat dipercaya atau reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula (Hartono, 2019). (Ghozali & Latan, 2015) lebih menyarankan dalam menguji reliabilitas suatu konstruk dengan menggunakan *composite reliability*, hal ini dilakukan karena penggunaan *cronbach's alpha* untuk menguji reliabilitas konstruk akan memberikan nilai yang lebih rendah atau *under estimate*. Menurut Hair et.al pada (Abdillah & Jogiyanto, 2015:196) nilai *composite reliability* harus lebih besar dari 0,70 dan dapat dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi. Berikut ini merupakan nilai *composite reliability* untuk masing-masing variabel:

Tabel 5. 14 *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
Gaya Hidup (X2)	0,908
Literasi Keuangan (X1)	0,929
Perilaku Konsumtif (Y)	0,922

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Berdasarkan data pada tabel 5.14 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan adanya nilai *composite reliability* yang menunjukkan angka lebih dari 0,70.

Berikut ini adalah data nilai *cronbach's alpha* untuk masing-masing variabel pada penelitian ini:

Tabel 5. 15 Cronbach's Alpha

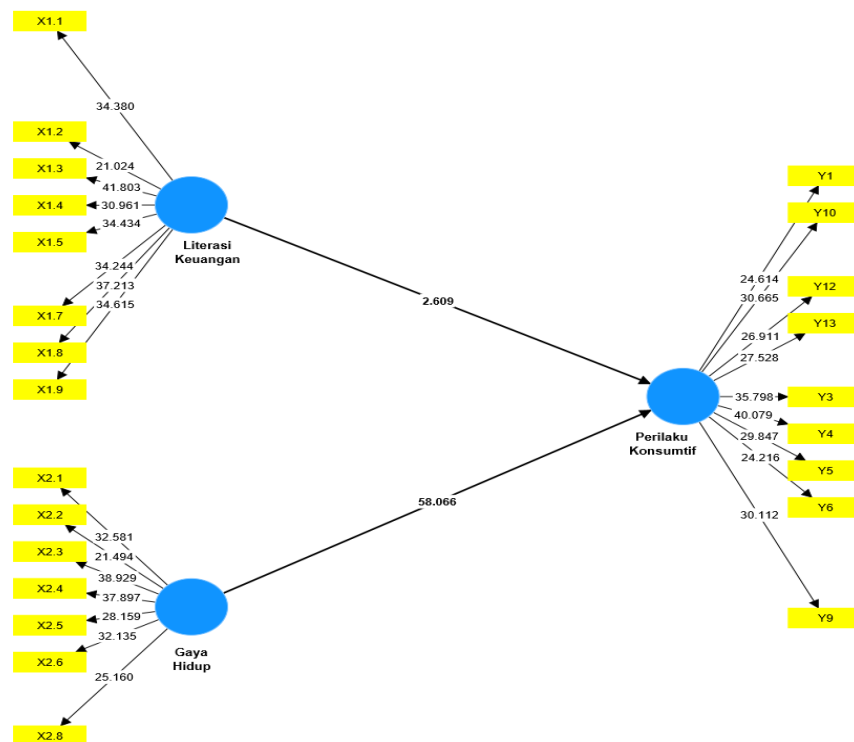
Variabel	Cronbach's Alpha
Gaya Hidup (X2)	0,881
Literasi Keuangan (X1)	0,915
Perilaku Konsumtif (Y)	0,905

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Berdasarkan data pada tabel 5.15 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan adanya nilai *cronbach's alpha* yang menunjukkan angka lebih dari 0,70.

2. Pengujian Inner Model (Model Struktural)

Inner model atau model struktural dalam PLS dilihat berdasarkan *R-Square*. Dimana nilai *R-Square* digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Pengujian *inner model* dilakukan dengan uji *bootstrapping* (Abdillah & Jogiyanto, 2015:197). Berikut ini merupakan tabel hasil pengujian *inner model* melalui uji *bootstrapping* pada penelitian ini:



Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Gambar 5. 11 Inner Model (Model Struktural)

Dalam pengujian hipotesis tingkat signifikansi ditunjukkan oleh nilai *Path Coefficient* atau *inner model* (Abdillah & Jogiyanto, 2015:197). Berdasarkan pada gambar 5.11 menunjukkan bahwa nilai *path coefficient* paling besar ditunjukkan dengan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 58,066. Sedangkan, nilai *path coefficient* paling kecil ditunjukkan dengan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 2,609. Selain itu, variabel yang digunakan pada model penelitian ini bernilai positif dimana semakin besar nilai *path coefficient* pada satu variabel independen terhadap variabel dependen, maka semakin kuat pula pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen.

Untuk mengetahui nilai *inner model* pada PLS dapat dilihat pada *R-Square* untuk konstruk dependen. Berikut ini tabel 5.17 yang merupakan hasil estimasi *R-Square* dengan menggunakan *SmartPLS* 4.0:

Tabel 5. 16 Nilai *R-Square*

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
Perilaku Konsumtif (Y)	0,822	0,822

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua variabel independen (X), yaitu variabel literasi keuangan (X_1) dan gaya hidup (X_2) serta satu variabel dependen, yaitu variabel perilaku konsumtif (Y). Nilai *R-Square* yang didapat setelah melakukan pengujian akan digunakan sebagai pengukur tingkat variasi perubahan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil pada tabel 5.16 dijelaskan bahwa semakin tinggi nilai *R-Square* maka semakin baik pula model prediksi dari model penelitian yang telah diajukan (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Sementara pada penelitian ini, nilai *R-Square* diperoleh sebesar 0,822 atau bila di persentasekan sebesar 82,2%. Yang selanjutnya dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat dijelaskan yakni sebesar 82,2%, kemudian sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar dari model yang diajukan.

Nilai *R-Square Adjusted* memiliki nilai dengan interval antara 0 hingga 1. Jika nilai *R-Square Adjusted* semakin mendekati 1, maka menunjukkan bahwa variabel laten independen (X) menjelaskan variasi dari variabel laten dependen (Y) semakin baik. Pada penelitian ini, diperoleh nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0,822 atau 82,2%. Dapat disimpulkan bahwa variasi yang terjadi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model yang diajukan.

5.4 Pengujian Hipotesis

Adapun dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis untuk menunjukkan tingkat signifikansi yaitu dengan melihat nilai *path coefficient* atau *inner model*. Berikut disajikan tabel 5.17 yang memberikan hasil *output* pengujian *inner model* atau model struktural:

Tabel 5. 17 Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics</i>	<i>P Values</i>
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0,951	0,951	0,016	58,066	0,000
Literasi Keuangan -> Perilaku Konsumtif	-0,075	-0,073	0,029	2,609	0,009

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2022

Untuk melihat tingkat signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai *T-table* dan *T-statistic*, dimana jika nilai *T-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *T-table*, maka berarti bahwa hipotesis terdukung. Dengan tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 5 persen atau 0,05) maka nilai *T-table* untuk hipotesis dua ekor yaitu $\geq 1,96$ (Abdillah & Jogiyanto, 2015:211). Berdasarkan tabel 5.17 diperoleh hasil pengujian dengan menggunakan metode *bootstrapping* menggunakan PLS dan didapatkan hasil uji hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Uji Hipotesis I Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa koefisien jalur bertanda negatif sebesar -0,075, dan nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh antara variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 0,009 serta nilai *T-statistic* memperoleh nilai positif sebesar 2,609. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,009 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $2,609 > 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

2. Uji Hipotesis II Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,951 dan nilai *P-Values* yang membentuk pengaruh antara variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 0,000 serta nilai *T-statistic* memperoleh nilai positif sebesar 58,066. Hasil ini sesuai dengan *rule of thumb* dimana nilai *P-Values* $0,000 < 0,05$ dan nilai *T-statistic* $58,066 > 1,96$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 dapat diterima dan H_0 ditolak karena nilai *T-statistic* lebih besar dari 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-Values* kurang dari 0,05.

5.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi, sedangkan variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Adapun

pembahasan dari hasil analisis yang dilakukan dengan menggunakan *SmartPLS* 4.0 disajikan adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda negatif sebesar -0,075 dan nilai (*T-statistic*) $2,609 > 1,96$ (*T-table*) dan nilai *P-Values* $0,009 > 0,05$. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk dengan jumlah yang lebih, mengurangi pembelian produk yang kurang dibutuhkan, serta memakai produk yang belum habis dipakai namun sudah membeli produk yang baru dengan merek yang sama.

Hasil penelitian ini sejalan dengan tanggapan responden pada variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.270 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan termasuk dalam kategori sedang. Dimana dari sebelas pernyataan terdapat lima pernyataan yang memiliki kategori tinggi, seperti “Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.454 serta “Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan resiko yang tinggi.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.380. Begitupun pada variabel pada variabel perilaku konsumtif memperoleh skor rata-rata sebesar 1.255,6 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel perilaku konsumtif termasuk dalam kategori rendah. Dimana dari tiga belas pernyataan terdapat enam pernyataan yang memiliki kategori tinggi, seperti “Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.382 serta “Saya membeli suatu produk, karena produk tersebut membuat saya percaya diri.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.356.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh negatif secara signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Literasi keuangan dan perilaku konsumtif tidak searah, hal ini dibuktikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka akan menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin rendah. Dan begitu juga sebaliknya, apabila semakin rendah literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, maka akan menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin tinggi. Hal ini dikarenakan literasi keuangan merupakan pengetahuan keuangan dalam mengatasi masalah keuangan dalam kehidupan sehari-hari, membantu dalam mengambil keputusan keuangan, serta kemampuan untuk mengaplikasikannya. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan maka dapat mengelola keuangannya dengan baik, sehingga mampu terhindar dari masalah pengelolaan keuangan dan mengurangi berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang sudah ada. Seperti pada penelitian (Haryana, 2020) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Seorang individu yang tidak mampu mengatur keuangan pribadinya maka akan terjebak dalam perilaku konsumtif terutama di jaman teknologi saat ini. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh individu maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, dan begitu juga sebaliknya semakin rendah tingkat literasi keuangan yang dimiliki maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Silalahi, 2020) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STIE Galileo berbelanja *online*.

Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Astiningrum, 2015) dan (Dikria & Mintarti, 2016) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik

akan selektif dalam mengonsumsi sesuatu, mereka akan memprioritaskan membeli yang mereka butuhkan dan mengesampingkan apa yang diinginkan karena mereka akan menghadapi hal-hal yang terjadi apabila mereka mengesampingkan apa yang mereka prioritaskan.

Namun penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisi & Purwantoro, 2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Hal ini dikarenakan individu yang belum memahami mengenai literasi keuangan sehingga menyebabkan individu mengalami kerugian, menyebabkan ekonomi individu yang cenderung boros karena masyarakat yang semakin konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,951 dan nilai (*T-statistic*) 58,066 > 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-Values* 0,000 > 0,05. Dapat diartikan bahwa semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam berbelanja, maka akan meningkatkan perilaku mahasiswa yang konsumtif dalam membeli produk yang terdapat hadiah menarik. Serta, semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam mengoleksi barang bermerek, maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menjaga status sosialnya bila menggunakan barang bermerek.

Hasil penelitian ini sejalan dengan tanggapan responden pada variabel literasi keuangan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.305,3 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel literasi keuangan termasuk dalam kategori tinggi. Dimana dari delapan pernyataan terdapat lima pernyataan yang memiliki kategori tinggi, seperti “Saya merasa senang saat menjadi pusat perhatian orang lain.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.422 serta “Saya memilih untuk berbelanja secara online saat merasa uang saku yang saya miliki berlebih.” dengan memperoleh total skor rata-rata

sebesar 1.408. Begitupun pada variabel pada variabel perilaku konsumtif memperoleh skor rata-rata sebesar 1.255,6 dalam hal ini nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel perilaku konsumtif termasuk dalam kategori rendah. Dimana dari tiga belas pernyataan terdapat enam pernyataan yang memiliki kategori tinggi, seperti “Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.382 serta “Saya membeli suatu produk, karena produk tersebut membuat saya percaya diri.” dengan memperoleh total skor rata-rata sebesar 1.356.

Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh positif secara signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Dalam penelitian sebagian besar mahasiswa melakukan belanja online dan menggunakan barang bermerek untuk menjadi pusat perhatian orang lain. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi juga tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Yang artinya, semakin mewah gaya hidup mahasiswa maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Dan begitu juga sebaliknya semakin rendah gaya hidup mahasiswa maka semakin rendah juga perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan individu terhadap berbagai hal dan juga bagaimana menghabiskan waktu serta uang individu tersebut (Kasali, 2007).

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang sudah ada. Pada penelitian (Astiningrum, 2015) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi PJKR UPGRIS. Sementara, menurut (Kusumaningtyas & Sakti M.Si, 2017) mengatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Didukung juga oleh penelitian yang dilakukan oleh (Yahya, 2021) yang mengatakan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Diploma Tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa. Gaya hidup terus mengalami perkembangan

dikarenakan mahasiswa memiliki uang saku karena kedua orangtuanya bekerja, hal ini sesuai dengan pendapat dimana gaya hidup terus berevolusi karena para konsumen dapat memilih produk dan jasa yang terus bertambah dan sebagian besar yang mempunyai uang untuk melakukan lebih banyak pilihan. Serta meningkatnya daya beli disebabkan oleh meningkatnya keluarga-keluarga yang memiliki penghasilan ganda (Lamb et al., 2013).

Namun penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisi & Purwantoro, 2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Kebiasaan gaya hidup telah mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju kearah berlebihan selama berkembangnya teknologi *smartphone*, *social media*, dan *electronic commerce*. Tindakan yang berlebihan dalam mengonsumsi barang atau layanan jasa untuk memenuhi gaya hidup yang boros.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha Batik di Kecamatan Pelayangan dan Danau Teluk Kota Jambi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. Model yang diajukan pada penelitian ini dapat menjelaskan variabel Kinerja Usaha sebesar 82,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain. Adapun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda negatif sebesar -0,075 dan nilai (*T-statistic*) 2,609 > 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-Values* 0,009 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan apabila semakin tinggi tingkat pengetahuan literasi keuangan mahasiswa maka akan mengakibatkan semakin rendah pola perilaku konsumtif mahasiswa. Dan sebaliknya, apabila semakin rendah tingkat pengetahuan literasi keuangan mahasiswa maka akan mengakibatkan semakin tinggi pola perilaku konsumtif mahasiswa. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk dengan jumlah yang lebih, mengurangi pembelian produk yang kurang dibutuhkan, serta memakai produk yang belum habis dipakai namun sudah membeli produk yang baru dengan merek yang sama.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,951 dan nilai (*T-statistic*) 58,066 > 1,96 (*T-table*) dan nilai *P-*

Values 0,000 > 0,05. Dalam penelitian sebagian besar mahasiswa melakukan belanja online dan menggunakan barang bermerek untuk menjadi pusat perhatian orang lain. Oleh karena itu, semakin tinggi gaya hidup mahasiswa maka semakin tinggi juga tingkat perilaku konsumtif mahasiswa. Yang artinya, semakin mewah gaya hidup mahasiswa maka semakin meningkat perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Dan begitu juga sebaliknya semakin rendah gaya hidup mahasiswa maka semakin rendah juga perilaku konsumtif mahasiswa. Dapat diartikan bahwa semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam berbelanja, maka akan meningkatkan perilaku mahasiswa yang konsumtif dalam membeli produk yang terdapat hadiah menarik. Serta, semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam mengoleksi barang bermerek, maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menjaga status sosialnya bila menggunakan barang bermerek.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Instansi

Diharapkan untuk memfasilitasi dengan mengadakan sosialisasi dan membuat program edukasi yang dapat meningkatkan literasi keuangan mahasiswa terutama pada Perguruan Tinggi di Kota Jambi. Dengan memiliki literasi keuangan yang baik maka perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin baik dan lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan serta menjaga pola gaya hidup agar tidak memiliki pola perilaku konsumtif yang berlebihan.

2. Bagi Mahasiswa

Untuk mahasiswa terutama mahasiswa S1 pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi disarankan untuk terus mempelajari dan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan dengan baik sehingga terhindar dari

kesulitan keuangan dan pola perilaku konsumtif yang hedonisme. Hal ini dikarenakan, dengan memiliki pola perilaku konsumtif yang hedonisme mahasiswa akan memiliki gaya hidup yang tinggi sehingga tidak mampu mengelola keuangannya dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga, mahasiswa disarankan untuk mengurangi pola gaya hidup yang hedonisme agar terhindar dari kesulitan keuangan maupun perilaku konsumtif yang berlebihan. Mahasiswa disarankan untuk melakukan kegiatan yang positif dan berguna dengan baik dan bijak agar bermanfaat untuk kehidupan masa depan yang akan datang.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Disarankan agar dapat menambahkan variabel independen dan membentuk model penelitian baru yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana model dalam penelitian ini hanya dapat menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 82,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar dari model yang diajukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS)-Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis* (D. Prabantini (ed.); I). Penerbit: ANDI.
- Abdillah, W., & Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*. Penerbit: Andi.
- Akkaya, M. (2021). Understanding the impacts of lifestyle segmentation & perceived value on brand purchase intention: An empirical study in different product categories. *European Research on Management and Business Economics*, 27(3), 100155.
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100155>
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Ilmiah Psikologi*, 6(2), 273–279.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i2.4570>
- Anshika, Singla, A., & Mallik, G. (2021). Determinants of financial literacy: Empirical evidence from micro and small enterprises in India. *Asia Pacific Management Review*, 26(4), 248–255.
<https://doi.org/10.1016/j.apmr.2021.03.001>
- Asisi, I., & Purwanto. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
<http://ejournal.lldikti10.id/index.php/benefita/article/view/4194>
- Astiningrum, R. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi PJKR Upgris. *Pjkr Upgris*, 1985, 352–359.
<http://prosiding.upgris.ac.id/index.php/SNKIII/SNK2018/paper/view/2924>
- Bank Indonesia. (2016). PBI 18/40/PBI/2016 Processing of Payment Transactions. *Bank Indonesia*, 51.
https://www.bi.go.id/id/peraturan/sistem-pembayaran/Pages/pbi_184016.aspx
- Bank Indonesia. (2020). *Elektronifikasi*. Bank Indonesia.
<https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default.aspx>
- Bank Indonesia. (2022). *Survei Konsumen: Optimisme Konsumen Meningkat*.
<https://www.bi.go.id/id/edukasi/Documents/Infografis-Survei-Konsumen-Oktober-2022.pdf>
- Burlea-Schiopoiu, A., Puiu, S., & Dinu, A. (2022). The impact of food delivery applications on Romanian consumers' behaviour during the COVID-19 pandemic. *Socio-Economic Planning Sciences*, June, 101220.
<https://doi.org/10.1016/j.seps.2021.101220>
- Chen, H., & Volpe, P. R. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among Collage Students Haiyang. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.

- [https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- 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. *E-Biomedik*, 3(1), 297–302.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35790/ebm.v3i1.7124>
- Ciptasari, W. N., Andayani, E., & Yudiono, U. (2017). Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi Dan Modernitas Individu. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 2(1), 1–6.
<https://ejournal.unikama.ac.id/index.php/jrpe/article/view/3844>
- Dharmmesta, P. D. B. S. M. B. ., & Handoko, D. T. H. M. B. . (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* (Pertama). Penerbit: BPFE_Yogyakarta.
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. W. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Pendidikan Ekonomi*, 9(2).
<http://journal.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/7161>
- Dikria, O., & Mintarti W, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.
<https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen* (D. F. X. Budiyanto (ed.); Keenam, Ji). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fadhli, K., & Fahimah, D. A. N. (2021). Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Bantuan Sosial COVID-19. *Education and Development*, 9(3), 118–124.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37081/ed.v9i3.2770>
- Ghozali, P. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Kedua). Penerbit: Badan Universitas Diponegoro.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 50–65.
<https://www.neliti.com/publications/126900/pengaruh-konsep-diri-terhadap-perilaku-konsumtif-mahasiswa-universitas-esa-unggu>
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control, Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16(1), 29–36.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Hawkins, & Mothersbaugh. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (10th ed.). New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Imawati, I., Susilaningsih, & Ivada, E. (2013). Pengaruh Fincancial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Sukarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 48–58.

- Jambi, P. P. K. (2021). *Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (LPPD) Kota Jambi*.
<https://ppid.jambikota.go.id/>
- Julian, E., Ananda, N. A., & Andriani, S. (2018). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2).
<https://doi.org/10.37673/jmb.v1i2.15>
- Kasali, R. (2007). *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning* (Cet: Kedel). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
[https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=3UJ4c_dskHEC&oi=fnd&pg=PR19&dq=Kasali,Rhenald.\(2001\).Membidik+Pasar+Indonesia%3BSegmentasi+Targeting+Dan+Positioning&ots=DFxxJzPYPP&sig=yWVYO21UVpWBenH-9Fvcv3WLMws&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=3UJ4c_dskHEC&oi=fnd&pg=PR19&dq=Kasali,Rhenald.(2001).Membidik+Pasar+Indonesia%3BSegmentasi+Targeting+Dan+Positioning&ots=DFxxJzPYPP&sig=yWVYO21UVpWBenH-9Fvcv3WLMws&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Kotler & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran* (B. Molan (ed.); Kedua Bela). Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (1996). *Manajemen Pemasaran* (D. Octarevia (ed.); Jilid 2). Jakarta: Gelora Pratama.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2009). *Marketing Management, Thirteenth Edition* (13th ed.). Penerbit: Erlangga.
- Kumalasari & Soesilo, D. & Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Konsumtif Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71.
<https://doi.org/https://dx.doi.org/10.17977/UM014v12i12019p061>
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
<https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/Ekonomika/article/view/2709>
- Kusumaningtyas, I., & Sakti M.Si, D. N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Pendidikan Ekonomi*, 5(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jupe.v5n3.p%25p>
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2013). *Marketing* (Twelfth Ed). South Western: Cengage Learning.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=3X4JAAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT6&dq=Lamb,+Charles+W.,+Mcdaniel,+Carl.,+Hair,+Joseph+F.,+2001&ots=h7JEx2j1te&sig=Z-JOMRmYX1Rm5ma7oPIgabDm1EU&redir_esc=y#v=onepage&q=Lamb%2C+Charles+W.%2C+Mcdaniel%2C+Carl.%2C+Hair%2C
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 5(3), 157–166.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.vol5.iss3.pp157-166>
- Maulana, R. (2018). *Tren Perilaku Konsumen Belanja Online Indonesia Tahun 2018 Menurut I-Price*. Tech In Asia.

- <https://id.techinasia.com/tren-perilaku-konsumen-online-indonesia-menurut-iprice>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
<http://sjee.unbari.ac.id/index.php/ojssjee/article/view/29>
- Momentum Works. (2021). *Blooming ecommerce in Indonesia, Part 2.1 : Ecosystem - Payment*. The Low Down.
https://thelowdown.momentum.asia/country_sector/blooming-ecommerce-in-indonesia-part-2-3/?option=2021-indonesia&code=12408#
- Monticone, C. (2010). How Much Does Wealth Matter In The Acquisition of Financial Literacy? *Consumer Affairs*, 44(2), 1–20.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01175.x>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2013). *Perilaku Konsumen* (Lima). Penerbit: Erlangga.
- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. F. (2020). Pengaruh Fintech E-wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8(2), 143–150.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35314/inovbiz.v8i2.1513>
- Nada, N., & Wijaya, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior (Studi Kasus Pengguna E-Wallet). *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 99.
<https://doi.org/10.35590/jeb.v8i2.3315>
- Neurosensum. (2021). *Perkembangan Pembayaran Digital*.
<https://neurosensum.com/>
- E-Wallet: Pengertian, Jenis, serta Kelebihan dan Kekurangan, (2022).
<https://www.ocbcnisp.com/id/article/2022/01/19/e-wallet-adalah>
- OECD, O. for E. C. and D. (2016). *OECD/Infe International Survey of Adult Financial Literacy Competencies*.
<https://www.oecd.org/finance/oecd-infe-survey-adult-financial-literacy-competencies.htm>
- OECD, O. for E. C. and D. (2018). *OECD/Infe Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*.
<https://www.oecd.org/financial/education/2018-INFE-FinLit-Measurement-Toolkit.pdf>
- OECD, O. for E. C. and D. (2019). *Education at a Glance 2019: OECD Indicators*. OECD.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1787/f8d7880d-en>
- Otoritas Jasa Keuangan, O. (2021). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021-2025*. 1–130.
<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Strategi-Nasional-Literasi-Kuangan-Indonesia-SNLKI-2021---2025.aspx>
- Priansa, D. J. S. P. S. S. M. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains*

- Manajemen*, 2(3), 103–110.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Putri, N. A., & Diyana, L. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36407/akurasi.v1i1.61>
- Ramavhea, G., Fouche, J., & Walt, F. van der. (2017). Financial Literacy of Undergraduate Students – A Case Study Of A Public University In South Africa. *International Journal of Economics and Finance Studies*, 9(2), 48–65.
https://www.sobiad.org/eJOURNALS/journal_IJEF/archieves/IJEF_2017_2/g-ramavhea.pdf
- Sari, F. W. (2019). *Pengaruh Intelligence Qoutient dan Pendidikan Keuangan di Keluarga Terhadap Hasil Belajar Mengajar Manajemen Keuangan Mahasiswa Pendidikan Bisnis Universitas Negeri Medan Stambuk 2015*.
<http://digilib.unimed.ac.id/36380/>
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Silaen, E., & Prabawani, B. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan Menggunakan E-Wallet Dan Persepsi Manfaat Serta Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Saldo E-Wallet OVO. *Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(4), 1–9.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/24834>
- Silalahi, R. Y. B. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online*. 3(2), 191–200.
<https://docplayer.info/amp/209569714-Pengaruh-literasi-keuangan-dan-gaya-hidup-terhadap-perilaku-konsumtif-berbelanja-online.html>
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa Unsrat di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
<https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.v8i1.27819>
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (D. I. Sutopo. S.Pd., MT (ed.); Kedua). Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, P. D. I. U. M. S. (2020). *Perilaku Konsumen* (R. Sikumbang (ed.); Ed. Kedua). Penerbit Ghalia Indonesia.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155.
<https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Triyaningsih, S. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
<https://media.neliti.com/media/publications/23338-ID-dampak-online-marketing-melalui-facebook-terhadap-perilaku-konsumtif-masyarakat.pdf>

- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Faultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Empati*, 9(4), 271–279.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/empati.2020.28950>
- Utari, R. H., & Pertiwi, T. K. (2021). Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-Wallet (Studi Pada Pengguna E-Wallet DANA di Indonesia). *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(1), 215–226.
<http://journal.stmikjayakarta.ac.id/index.php/jisamar>,
- Vitt, L. A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). Personal Finance and the Rush To Competence: Financial Literacy Education in the U.S. *Personal Finance*, 1–234.
www.isfs.org/documents-pdfs/rep-finliteracy.pdf
- Wahyuni. (2012). *Dasar-Dasar Statistik Deskriptif*. Nuha Medika.
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548.
<https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4194>
- Yahya, A. (2021). *Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior*. 23(01), 37–50.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung. *Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Zahra, D. R., & Pandji, A. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(2), 1033–1041.
<https://doi.org/https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pengguna *E-Wallet* (Studi Pada Mahasiswa S1 Pengguna *E-Wallet* Perguruan Tinggi di Kota Jambi)

Responden yang terhormat,

Saya Weny Margaretta Panjaitan, Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2018, saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi persyaratan penyelesaian pendidikan di Universitas Jambi. Sehubungan dengan penelitian ini, saya menyusun kuesioner untuk mengumpulkan beberapa informasi dari Saudara/i mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif”. Saya mohon untuk ketersediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk. Penelitian ini digunakan untuk kepentingan akademik, sehingga kerahasiaan Saudara/i akan terjamin.

Bantuan dari Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya, secara obyektif dan apa adanya sangat berarti bagi penelitian ini. Atas bantuan dan ketersediaan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Weny Margaretta Panjaitan

I. Identitas Responden

Isilah data berikut ini dengan benar dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya:

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Usia :
4. Universitas/Institusi :
 - Universitas Muhammadiyah Jambi
 - Universitas Batanghari Jambi
 - Universitas Nurdin Hamzah
 - Universitas Adiwangsa Jambi
 - Universitas Dinamika Bangsa
 - Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi
 - Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi
 - Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi
 - Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi
 - Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih
 - Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim
 - Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi
 - Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi
 - Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi
 - Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya
 - Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi
 - Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi
5. Angkatan :
6. Penghasilan/ Uang Saku Perbulan :
 - <Rp 500.000
 - Rp 500.000 – Rp 1.000.000
 - Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - >Rp 2.000.000

7. Apakah Anda pengguna *E-Wallet*?
- Ya
 - Tidak
8. *E-Wallet* apa saja yang Anda gunakan?
- ☐ OVO
 - ☐ GoPay
 - ☐ ShopeePay
 - ☐ DANA
 - ☐ LinkAja
 - ☐ Lainnya

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

- Jawablah pertanyaan sesuai dengan pendapat pribadi Anda secara jujur dan objektif.
- Berilah tanda checklist (✓) pada salah satu kolom kode huruf (STS/ TS/ KS/ S/ SS) pada pernyataan.

Keterangan:

- STS: Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- KS : Kurang Setuju
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

BAGIAN A: Perilaku Konsumtif

Pilihlah jawaban Saudara/i sesuai skala berikut dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

No	Pernyataan	Nilai/Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Membeli Produk Karena Iming-Iming Hadiah						
1	Saya membeli produk untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan dalam produk tersebut.					
2	Saya membeli berbagai jenis produk yang memiliki unsur favorit saya (merek dan warna), meskipun produk tersebut belum					

	tentu terpakai.					
Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik						
3	Saya mudah tertarik dengan produk yang memiliki kemasan yang menarik.					
Membeli Produk Demi Menjaga Penampilan Diri dan Gengsi						
4	Saya membeli suatu produk, karena produk tersebut membuat saya percaya diri.					
5	Uang saku saya lebih banyak terkuras untuk membeli produk-produk yang membuat saya tampak modis.					
Membeli Produk Atas Pertimbangan Harga						
6	Saya membeli produk bermerek dengan harga yang mahal karena kualitas produk tersebut akan terjamin.					
7	Saat membeli produk, saya cenderung lebih mempertimbangkan merek daripada manfaat.					
Membeli Produk Hanya Sekadar Menjaga Simbol Status						
8	Saya membeli produk-produk mahal untuk menjaga status yang melekat pada diri saya.					
Mencoba Lebih Dari Dua Produk Sejenis (Merk Berbeda)						
9	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis digunakan.					
10	Saya membeli produk karena saya ingin membedakan kualitas produk dengan merek produk yang telah saya miliki.					
Memakai Produk Karena Unsur Konformitas Terhadap Model yang Diidolakan						
11	Saya menggunakan produk dengan merek-merek yang sama seperti idola saya.					
12	Saya membeli produk-produk yang di promosikan oleh idola saya.					
Membeli Produk Dengan Harga Mahal Untuk Meningkatkan Rasa						

Percaya Diri					
13	Saya membeli suatu produk karena terpengaruh oleh iklan yang dapat menumbuhkan rasa percaya diri saya.				

BAGIAN B: Literasi Keuangan (*Objective Self Assessment*)

Mohon untuk memilih salah satu jawaban dibawah ini yang menurut Saudara/i paling tepat.

1. Apabila 5 (lima) orang diberi hadiah sebesar Rp. 1.000.000. Jika hadiah dibagi secara merata, maka masing-masing orang akan mendapat bagian sebesar?
 - a. Lebih dari Rp 200.000
 - b. Tepat Rp 200.000
 - c. Kurang dari Rp 200.000
 - d. Tidak tahu
2. Seandainya Anda harus menunggu satu tahun untuk mendapatkan bagian uang sebesar Rp. 1.000.000 tersebut dan mengalami inflasi. Setelah satu tahun mereka dapat membeli barang dalam jumlah?
 - a. Lebih banyak dari pada yang dibeli sekarang
 - b. Sama banyak dengan jumlah yang dibeli sekarang
 - c. Lebih sedikit dari pada yang mereka beli sekarang
 - d. Tidak tahu
3. Seandainya Anda meminjamkan uang sebesar Rp. 100.000 kepada teman hari ini dan pada keesokan harinya dia mengembalikan uang tersebut sebesar Rp. 100.000. Berapa bunga yang telah dia bayar untuk pinjaman tersebut?
 - a. 2%
 - b. 3%
 - c. Tidak berbunga
 - d. Tidak tahu
4. Misalkan Anda memiliki tabungan di Bank sebesar Rp. 1.000.000 dengan tingkat bunga 20% per tahun. Dengan asumsi tidak ada biaya administrasi dan

- penarikan saldo tabungan. Berapa jumlah rekening Anda pada akhir tahun pertama (termasuk bunga)?
- Lebih dari Rp 1.200.000
 - Tepat Rp 1.200.000
 - Kurang dari Rp 1.200.000
 - Tidak tahu
5. Berdasarkan soal nomor 4, maka setelah 5 tahun berapakah jumlah tabungan yang ada di rekening Anda?
- Lebih dari Rp 2.000.000
 - Tepat Rp 2.000.000
 - Kurang dari Rp 2.000.000
 - Tidak tahu

BAGIAN C: Lietrasi Keuangan (*Subjective Self Assessment*)

Pilihlah jawaban Saudara/i sesuai skala berikut dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

No	Pernyataan	Nilai/Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Pengetahuan Keuangan (<i>Financial Knowledge</i>)						
1	Menurut saya investasi memiliki keuntungan yang besar dan resiko yang tinggi.					
2	Jika seseorang menawarkan saya kesempatan untuk menghasilkan banyak uang, kemungkinan besar saya juga akan kehilangan banyak uang.					
3	Menurut saya apabila inflasi dalam kondisi tinggi maka biaya hidup juga meningkat pesat.					
4	Membeli saham dari berbagai perusahaan akan mengurangi resiko investasi dibandingkan dengan membeli saham 1 (satu) perusahaan saja.					
5	Menurut saya jika kita menyimpan sesuatu dengan menggunakan portofolio maka akan kecil					

	kemungkinan kehilangan semua orang.					
Perilaku Keuangan (<i>Financial Behaviour</i>)						
6	Saya terus mencermati urusan keuangan saya dengan cara membuat anggaran pemasukan dan pengeluaran setiap harinya.					
7	Sebelum membeli sesuatu, saya hati-hati pertimbangkan dengan cermat apakah saya bisa mampu membelinya.					
8	Jika saya meminjam uang, saya memiliki tanggung jawab untuk mengembalikannya.					
9	Saya menetapkan target keuangan jangka panjang dan berusaha untuk mencapainya.					
Sikap Keuangan (<i>Financial Attitude</i>)						
10	Saya merasa lebih puas menghabiskan uang daripada menyimpannya untuk jangka panjang.					
11	Uang yang saya miliki saya habiskan untuk dibelanjakan.					

BAGIAN D: Gaya Hidup

Pilihlah jawaban Saudara/i sesuai skala berikut dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang tersedia.

No	Pernyataan	Nilai/Skor				
		STS	TS	KS	S	SS
Kegiatan (Activity)						
1	Saya memilih untuk berbelanja online untuk memenuhi hobi saya.					
2	Saya memilih untuk berbelanja online untuk mengisi waktu luang.					
3	Saya memilih untuk berbelanja secara online saat merasa uang saku yang saya miliki berlebih.					
Minat (Interest)						
4	Saya tertarik untuk mengoleksi barang-barang bermerk.					
5	Saya memiliki minat dalam memesan makanan melalui online					

	untuk mendapatkan promo.					
6	Saya merasa senang saat menjadi pusat perhatian orang lain.					
Opini (<i>Opinion</i>)						
7	Saya menggunakan produk bermerk merupakan kebanggan bagi saya.					
8	Saya membeli suatu produk yang saya sukai untuk mencapai kepuasan saya.					

Lampiran 2 Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Angkatan	Perguruan Tinggi	Uang Saku Perbulan	Pengguna E-Wallet	E-Wallet yang Digunakan
1	BM	Perempuan	21	2020	Universitas Dinamika Bangsa	<Rp 500.000	Ya	DANA
2	MF	Laki-Laki	21	2018	Universitas Batanghari Jambi	>Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA, LinkAja
3	AW	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
4	DA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
5	DI	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
6	TD	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	>Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
7	AS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
8	RJ	Perempuan	24	2018	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Ya	GoPay
9	YF	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, Seabank
10	SP	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
11	AO	Laki-Laki	27	2015	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
12	IN	Laki-Laki	25	2015	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	Tidak pakai
13	KO	Laki-Laki	25	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	Tidak pakai
14	RN	Laki-Laki	26	2016	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO
15	FN	Laki-Laki	25	2015	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay
16	DS	Perempuan	21	2018	Universitas Batanghari Jambi	>Rp 2.000.000	Ya	DANA
17	NA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
18	SH	Perempuan	24	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	<Rp 500.000	Ya	ShopeePay
19	RA	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
20	HS	Perempuan	22	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay
21	KF	Laki-Laki	20	2021	Universitas Batanghari Jambi	>Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
22	MA	Perempuan	23	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
23	SA	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
24	RF	Perempuan	20	20	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
25	IR	Perempuan	23	2018	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Ya	ShopeePay

26	AD	Perempuan	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
27	IY	Laki-Laki	20	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
28	NH	Perempuan	21	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
29	NQ	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	<Rp 500.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
30	HN	Perempuan	21	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay
31	RW	Perempuan	21	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
32	EI	Perempuan	21	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
33	SM	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
34	RY	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
35	DH	Laki-Laki	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
36	ES	Perempuan	21	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
37	LS	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
38	SS	Perempuan	21	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
39	UH	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
40	SE	Laki-Laki	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
41	IS	Perempuan	20	2020	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
42	SA	Perempuan	20	2019	Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
43	VE	Perempuan	21	2019	Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
44	AI	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
45	WM	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Al Azhar Diniyyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
46	WW	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
47	DW	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
48	MP	Laki-Laki	20	2020	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
49	FS	Laki-Laki	20	2020	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
50	AA	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
51	TH	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada

52	RA	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
53	MW	Laki-Laki	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
54	KA	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
55	TN	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
56	LS	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
57	NM	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
58	PS	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
59	NA	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay
60	SI	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Garuda Putih	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
61	VT	Perempuan	24	2016	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
62	WM	Perempuan	23	2016	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
63	LD	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
64	DY	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
65	JI	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
66	PS	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
67	SA	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
68	AZ	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
69	AE	Laki-Laki	23	2016	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
70	NS	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
71	NR	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
72	RR	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, LinkAja

73	MK	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, DANA
74	SN	Perempuan	23	2017	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
75	NH	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
76	RA	Laki-Laki	20	2020	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
77	LP	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
78	BS	Laki-Laki	21	2019	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, DANA
79	PR	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
80	LA	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
81	MA	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Mambaul Ulum Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
82	MT	Laki-Laki	20	2020	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
83	DP	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
84	KG	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
85	MP	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
86	AA	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
87	WI	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
88	MF	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
89	MH	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
90	FD	Perempuan	19	2021	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
91	SI	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
92	HF	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
93	AP	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak
94	AM	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO
95	JS	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
96	BL	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
97	LC	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
98	SA	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
99	NK	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA

100	AS	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
101	PD	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
102	VA	Perempuan	19	2021	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
103	AR	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
104	BH	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, DANA
105	GP	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
106	YA	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
107	UK	Perempuan	21	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
108	MZ	Laki-Laki	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
109	MZ	Laki-Laki	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
110	AD	Perempuan	21	2019	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
111	PZ	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
112	MH	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
113	RD	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak afa
114	IK	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
115	NA	Perempuan	21	2019	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
116	SP	Perempuan	22	2019	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
117	HP	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
118	VS	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
119	NA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
120	NK	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
121	VT	Perempuan	20	2020	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
122	RW	Laki-Laki	21	2019	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
123	HA	Laki-Laki	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
124	MI	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
125	TA	Perempuan	21	2019	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
126	AA	Laki-Laki	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	tidak ada

127	RC	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
128	AG	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	tidak ada
129	EM	Perempuan	20	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
130	HG	Laki-Laki	23	2017	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO
131	MR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	tidak ada
132	AR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
133	NF	Perempuan	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
134	RO	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
135	FR	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
136	WK	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO
137	PE	Perempuan	19	2021	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
138	CA	Laki-Laki	19	2021	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	Tidak ada
139	IP	Laki-Laki	21	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
140	IS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
141	NT	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
142	RF	Laki-Laki	22	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay
143	DA	Laki-Laki	24	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
144	OP	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
145	VA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
146	MF	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
147	TR	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
148	BD	Perempuan	23	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
149	DH	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
150	NM	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay
151	RN	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
152	MI	Laki-Laki	21	2020	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO
153	NP	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA

154	MR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
155	GP	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
156	AI	Laki-Laki	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
157	BE	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
158	KN	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
159	FL	Laki-Laki	22	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA
160	CQ	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Teknologi Nasional Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
161	AM	Laki-Laki	20	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
162	DM	Perempuan	22	2018	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
163	NR	Perempuan	18	2022	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Tidak	Tidak ada
164	DA	Perempuan	21	2018	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Ya	DANA
165	AM	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
166	IV	Perempuan	21	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
167	MA	Perempuan	21	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	<Rp 500.000	Ya	ShopeePay, DANA
168	AP	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay
169	FA	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
170	SH	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
171	TA	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay
172	PP	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
173	FM	Perempuan	21	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
174	ST	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
175	SA	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
176	YE	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
177	CW	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa	Rp 500.000 –	Ya	ShopeePay

					Jambi	Rp 1.000.000		
178	QA	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
179	AR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
180	MS	Laki-Laki	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada
181	PL	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
182	TK	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
183	HA	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
184	AS	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
185	BT	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
186	SH	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
187	EF	Perempuan	23	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
188	DS	Perempuan	23	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
189	YSS	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
190	MS	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
191	CD	Perempuan	23	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO
192	MH	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
193	AS	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
194	FF	Perempuan	23	2017	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
195	SL	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
196	WA	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
197	BD	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
198	IS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
199	JV	Laki-Laki	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
200	AR	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
201	MA	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
202	NP	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
203	PA	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja

204	AT	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Tidak	tidak ada
205	RN	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
206	RR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
207	RN	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
208	RM	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay
209	AP	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
210	MA	Laki-Laki	22	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
211	SN	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA, LinkAja
212	RM	Laki-Laki	22	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
213	FS	Perempuan	21	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
214	TA	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
215	MI	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
216	DM	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
217	RN	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
218	HA	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
219	AM	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
220	MM	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
221	JU	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, LinkAja
222	ML	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
223	EA	Perempuan	23	2017	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
224	ES	Perempuan	22	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
225	LV	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
226	BA	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
227	MK	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
228	MH	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
229	AM	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA, LinkAja
230	DL	Perempuan	23	2017	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay

231	AY	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
232	DI	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
233	WO	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
234	RA	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
235	FR	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
236	RF	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
237	AF	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, LinkAja
238	MR	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
239	MA	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
240	AZ	Laki-Laki	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
241	MF	Laki-Laki	20	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
242	FW	Laki-Laki	20	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
243	FN	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
244	IW	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
245	MZ	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
246	RA	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
247	Yosi YS	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
248	WA	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
249	YD	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
250	MI	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
251	MF	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
252	IR	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
253	ON	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
254	FA	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
255	AH	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
256	NA	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
257	IS	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay

258	RT	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
259	SM	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
260	AR	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	<Rp 500.000	Tidak	tidak ada
261	SA	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay, DANA
262	AD	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA, LinkAja
263	NP	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
264	SD	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
265	AA	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO
266	PN	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
267	BA	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
268	MI	Perempuan	21	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, DANA
269	RP	Laki-Laki	21	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
270	TD	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
271	EP	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
272	FZ	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
273	AR	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
274	EP	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
275	AR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
276	AR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
277	BT	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
278	AI	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
279	AS	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
280	AS	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
281	ER	Perempuan	21	2018	Universitas Dinamika Bangsa	<Rp 500.000	Ya	OVO, GoPay
282	GA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
283	FR	Laki-Laki	22	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
284	AN	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	<Rp 500.000	Ya	ShopeePay, DANA

285	SN	Perempuan	21	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
286	DS	Laki-Laki	26	2016	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
287	DY	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
288	TA	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	<Rp 500.000	Ya	ShopeePay, DANA
289	MH	Perempuan	21	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay
290	BD	Laki-Laki	21	2020	Universitas Nurdin Hamzah	<Rp 500.000	Ya	DANA
291	SR	Perempuan	21	2019	Universitas Nurdin Hamzah	<Rp 500.000	Ya	DANA
292	SD	Perempuan	21	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
293	NI	Perempuan	22	2019	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	<Rp 500.000	Tidak	Tidak ada
294	SK	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
295	MI	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
296	IR	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
297	SM	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
298	VY	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA, LinkAja
299	SN	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
300	VE	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
301	WN	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
302	DP	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
303	RH	Laki-Laki	21	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
304	AM	Perempuan	18	2022	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
305	MY	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
306	LS	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
307	AD	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
308	DL	Perempuan	18	2022	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
309	ED	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
310	AU	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
311	DF	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
312	SA	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika	Rp 500.000 –	Ya	ShopeePay, DANA

					Bangsa	Rp 1.000.000		
313	ES	Laki-Laki	20	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
314	PA	Perempuan	20	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
315	MS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
316	DJ	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
317	NA	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
318	MM	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, LinkAja
319	SV	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
320	RJ	Laki-Laki	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA, LinkAja
321	MH	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
322	RO	Laki-Laki	19	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
323	SM	Perempuan	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
324	SA	Laki-Laki	20	2020	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
325	DA	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
326	IP	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
327	ZP	Laki-Laki	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
328	PN	Perempuan	20	2020	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
329	NK	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
330	MD	Laki-Laki	21	2019	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
331	AR	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
332	RA	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
333	TH	Laki-Laki	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, DANA
334	KE	Perempuan	23	2017	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
335	MR	Laki-Laki	22	2017	Universitas Dinamika Bangsa	<Rp 500.000	Ya	LinkAja
336	PP	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
337	SO	Perempuan	22	2018	Institut Agama Islam Muhammad Azim Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
338	RR	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Keluarga Bunda Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	Tidak ada

339	NS	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
340	PL	Perempuan	21	2019	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
341	EJ	Perempuan	23	2017	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay
342	ZA	Laki-Laki	19	2021	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
343	BB	Laki-Laki	22	2018	Sekolah Tinggi Agama Islam Ma'arif Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO
344	OP	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay
345	WA	Perempuan	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay
346	TM	Perempuan	19	2021	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
347	SR	Perempuan	20	2020	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
348	MF	Laki-Laki	20	2020	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Tidak	tidak ada
349	AA	Laki-Laki	21	2019	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA
350	TA	Perempuan	21	2019	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
351	BS	Laki-Laki	21	2020	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
352	AS	Laki-Laki	21	2020	Universitas Nurdin Hamzah	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	OVO, DANA, LinkAja
353	DT	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
354	DR	Perempuan	19	2022	Universitas Batanghari Jambi	<Rp 500.000	Ya	LinkAja
355	MA	Laki-Laki	19	2020	Universitas Batanghari Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
356	FH	Perempuan	22	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
357	TR	Perempuan	24	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	>Rp 2.000.000	Ya	OVO, GoPay, ShopeePay
358	DY	Perempuan	20	2020	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Harapan Ibu Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
359	RI	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	GoPay, ShopeePay, DANA
360	SW	Perempuan	22	2018	Universitas Dinamika Bangsa	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
361	JA	Perempuan	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
362	RP	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
363	TP	Perempuan	23	2017	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
364	FO	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari	Rp 500.000 –	Ya	ShopeePay, DANA

					Jambi	Rp 1.000.000		
365	VE	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay
366	TA	Perempuan	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay
367	GD	Perempuan	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	OVO, ShopeePay, DANA
368	JD	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
369	MS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	LinkAja
370	BZ	Laki-Laki	22	2018	Universitas Muhammadiyah Jambi	<Rp 500.000	Tidak	tidak ada
371	RH	Laki-Laki	23	2017	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
372	BH	Laki-Laki	24	2019	Universitas Muhammadiyah Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	DANA
373	FZ	Laki-Laki	21	2019	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak ada
374	FR	Laki-Laki	22	2018	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Tidak	tidak punya
375	DL	Perempuan	18	2022	Universitas Batanghari Jambi	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
376	KF	Perempuan	22	2018	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Baiturrahim	Rp 500.000 – Rp 1.000.000	Ya	ShopeePay, DANA
377	DS	Laki-Laki	22	2018	Universitas Adiwangsa Jambi	Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000	Ya	DANA, LinkAja

Lampiran 3 Rekapitulasi Data Hasil Kuesioner Penelitian

X1											X2								Y												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	
2	1	3	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	1	1	

3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	1	
3	1	3	1	3	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	1	
3	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	1	
3	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	1	2	
3	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2
3	2	3	1	3	2	1	1	2	1	1	3	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2
3	2	3	1	3	2	2	1	2	1	1	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2
3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

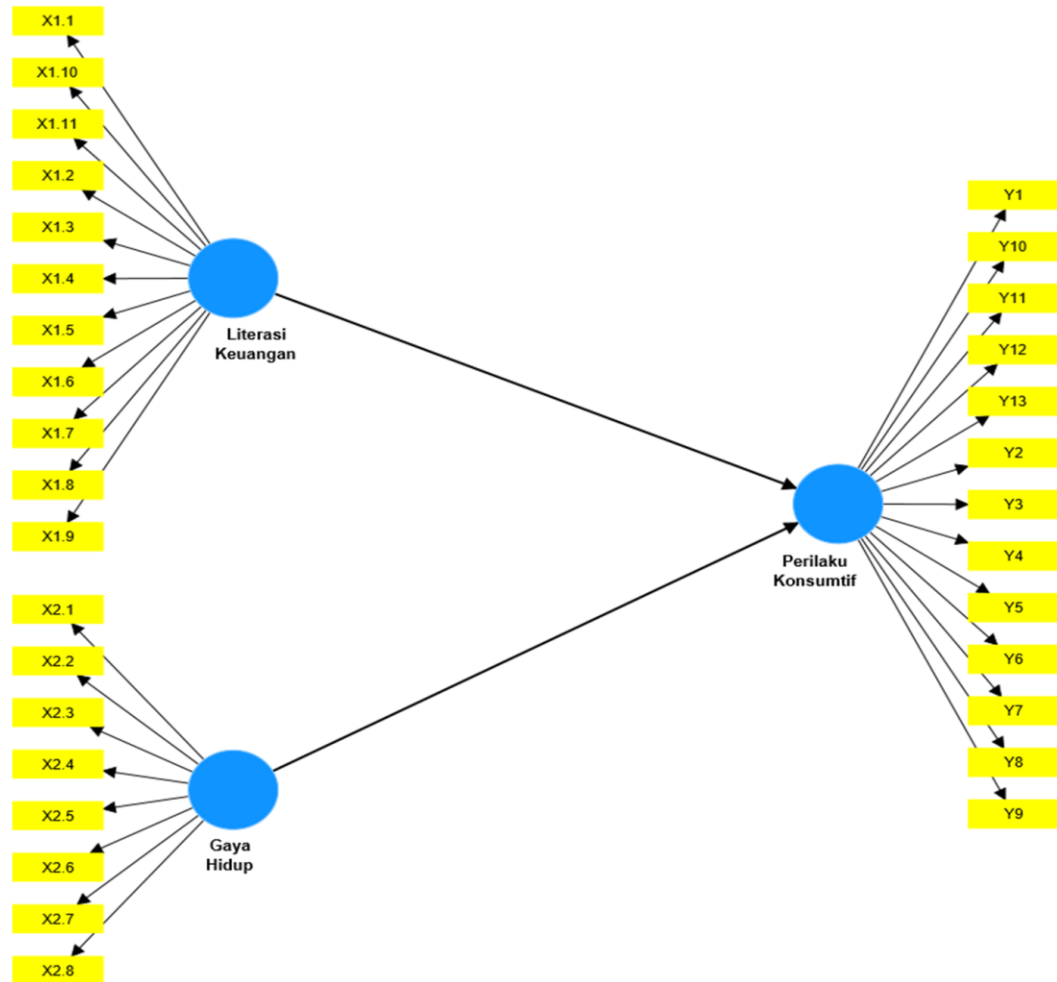
[illegible]

[illegible]

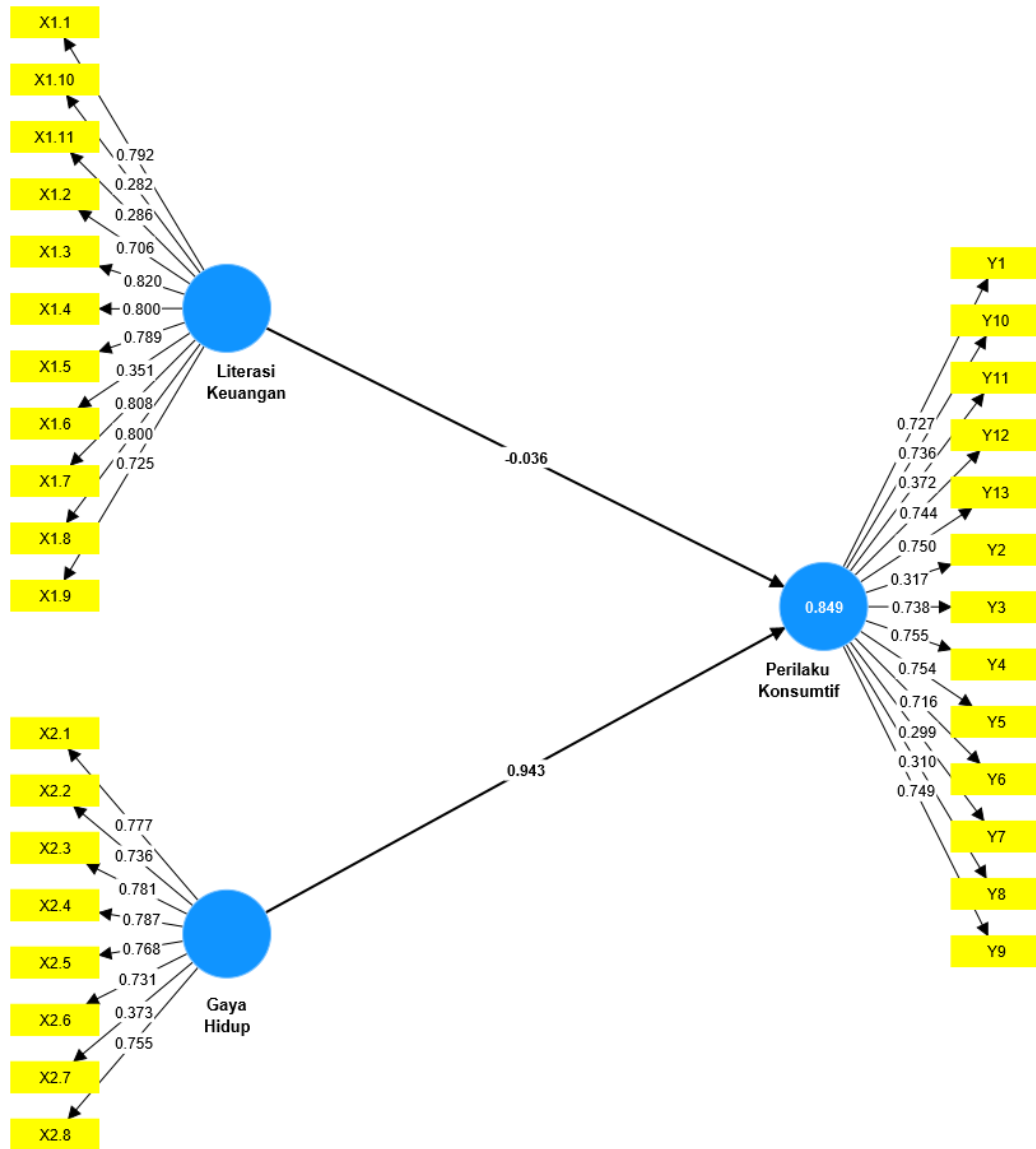
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Lampiran 4 Hasil Pengelolaan Data Dengan PLS

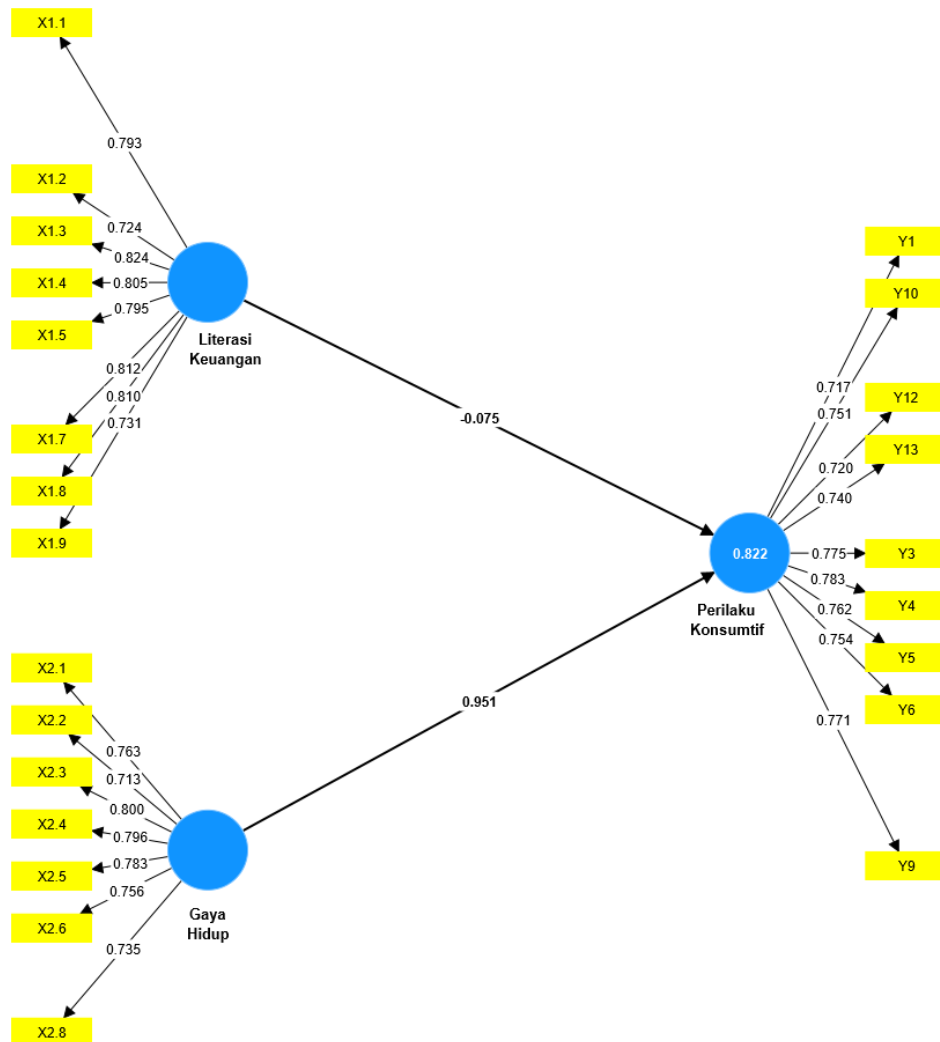
1. Hubungan Antar Variabel Laten



2. Outer Model



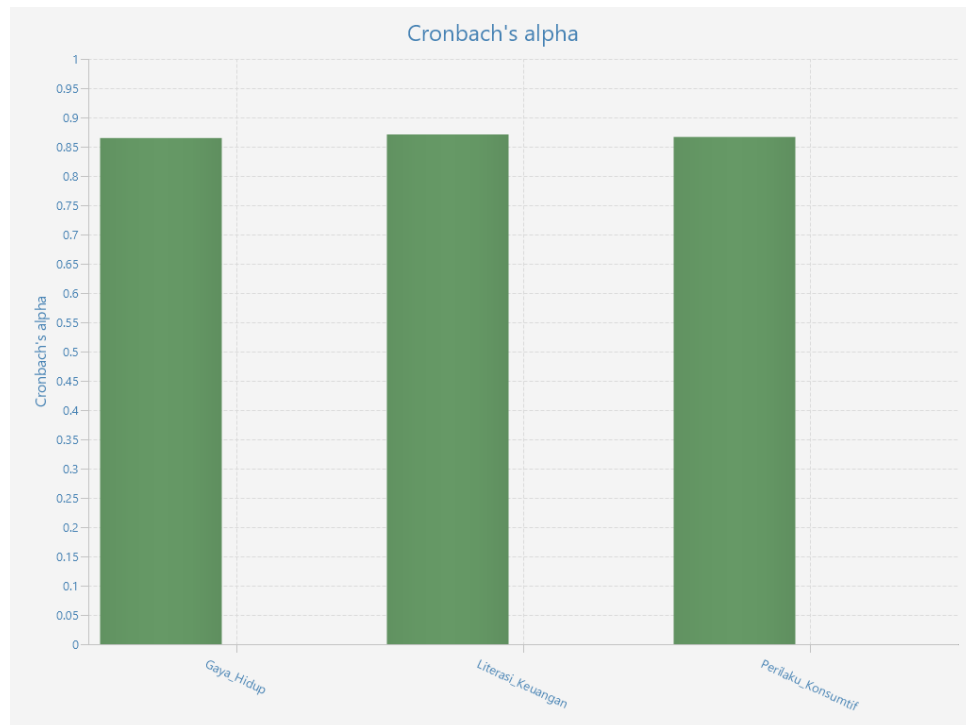
3. Outer Model Setelah Dikalkulasi Ulang



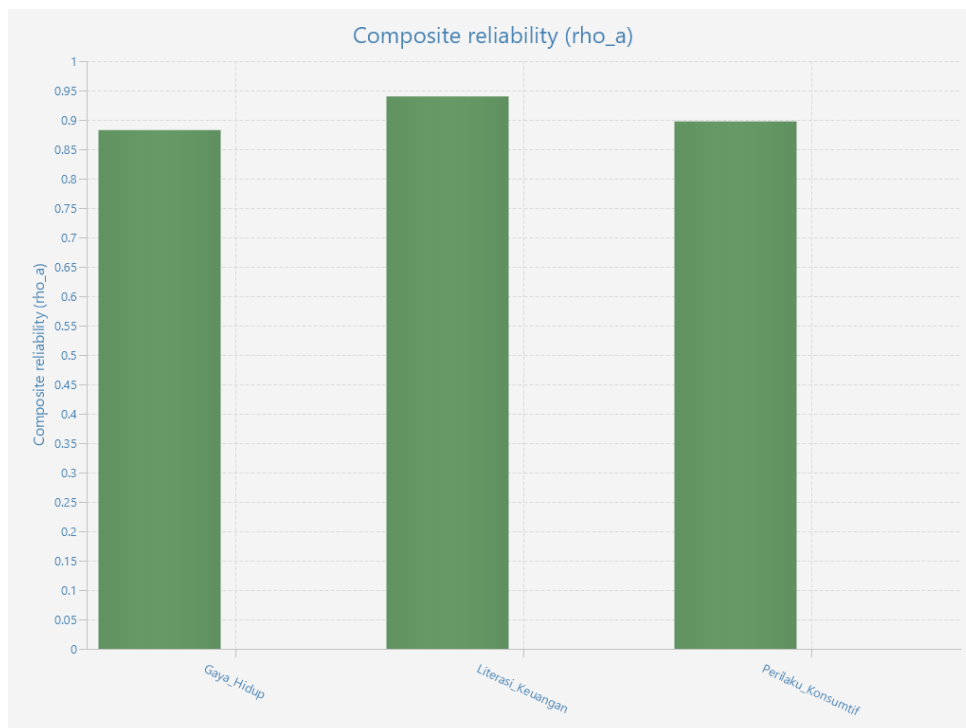
4. Matriks Validitas dan Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Gaya_Hidup	0.865	0.883	0.896	0.526
Literasi_Keuangan	0.871	0.940	0.898	0.469
Perilaku_Konsumtif	0.867	0.897	0.893	0.413

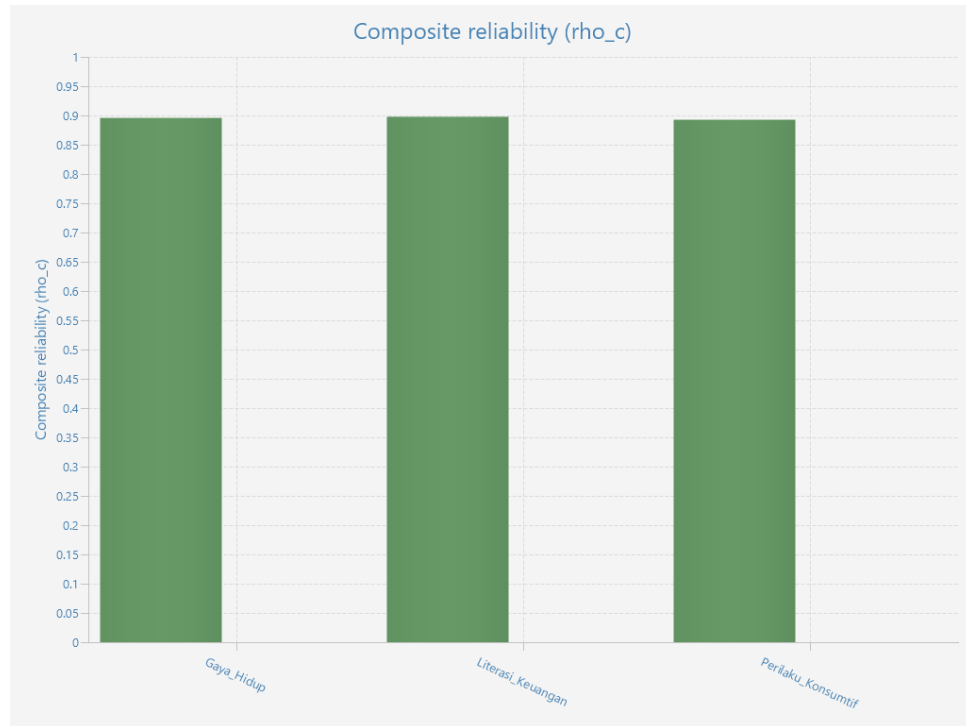
5. Diagram *Cronbach's Alpha*



6. Diagram *Composite Reliability (rho_a)*



7. Diagram Composite Reliability (ρ_c)

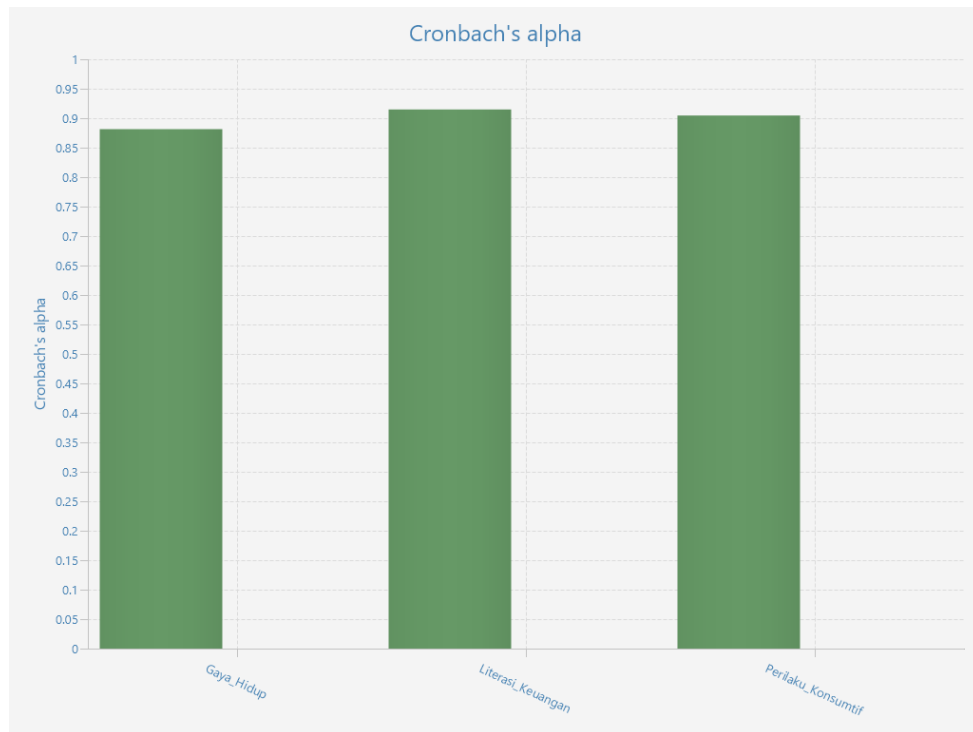


8. Matriks Validitas dan Reliabilitas Setelah Dikalkulasi Ulang

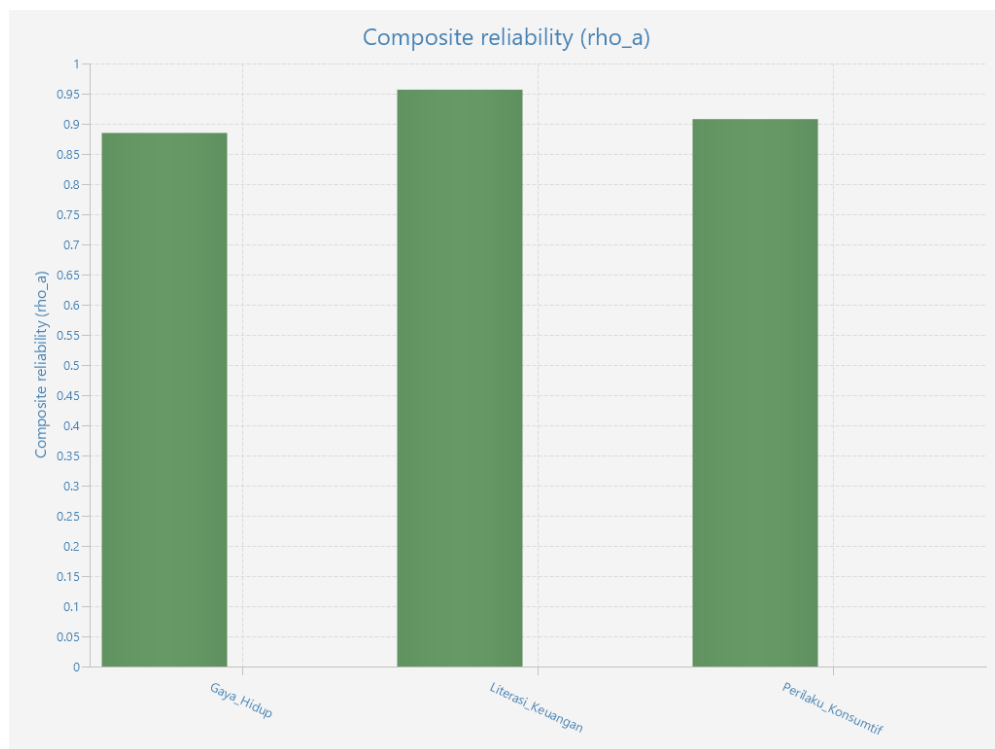
Construct reliability and validity - Overview [Zoom \(102%\)](#) [Copy to Excel](#) [Copy to R](#)

	Cronbach's alpha	Composite reliability (ρ_a)	Composite reliability (ρ_c)	Average variance extracted (AVE)
Gaya_Hidup	0.881	0.885	0.908	0.584
Literasi_Kuangan	0.915	0.957	0.929	0.620
Perilaku_Konsumtif	0.905	0.908	0.922	0.567

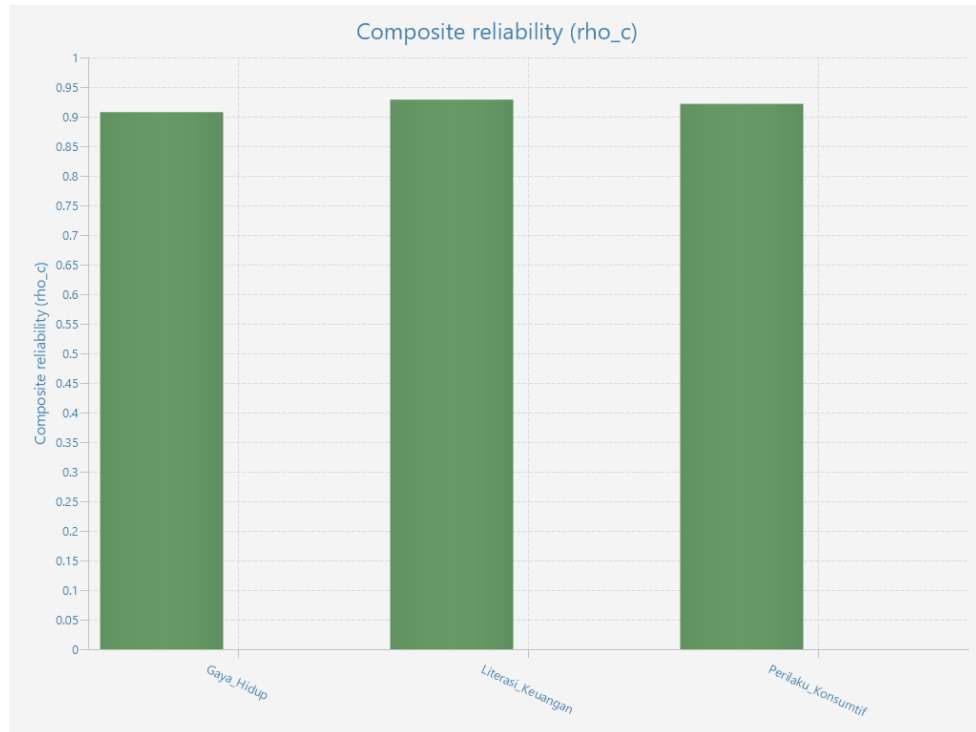
9. Diagram *Cronbach's Alpha* Setelah Dikalkulasi Ulang



10. Diagram *Composite Reliability (rho_a)* Setelah Dikalkulasi Ulang



11. Diagram *Composite Reliability (rho_c)* Setelah Dikalkulasi Ulang



12. *Discriminant Validity (Cross Loading)*

Discriminant validity - Cross loadings			
	Gaya_Hidup	Literasi_Kuangan	Perilaku_Konsumtif
X1.1	0.414	0.793	0.325
X1.2	0.355	0.724	0.248
X1.3	0.422	0.824	0.338
X1.4	0.389	0.805	0.294
X1.5	0.434	0.795	0.373
X1.7	0.411	0.812	0.329
X1.8	0.475	0.810	0.349
X1.9	0.686	0.731	0.634
X2.1	0.763	0.554	0.678
X2.2	0.713	0.368	0.592
X2.3	0.800	0.447	0.769
X2.4	0.796	0.441	0.702
X2.5	0.783	0.525	0.697

Discriminant validity - Cross loadings Zoom (150%) Copy to Excel Copy to R

	Gaya_Hidup	Literasi_Keuangan	Perilaku_Konsumtif
X2.4	0.796	0.441	0.702
X2.5	0.783	0.525	0.697
X2.6	0.756	0.422	0.760
X2.8	0.735	0.508	0.615
Y1	0.611	0.319	0.717
Y10	0.653	0.422	0.751
Y12	0.595	0.371	0.720
Y13	0.641	0.480	0.740
Y3	0.706	0.306	0.775
Y4	0.760	0.375	0.783
Y5	0.806	0.444	0.762
Y6	0.674	0.354	0.754
Y9	0.637	0.338	0.771

13. Path Coefficients

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values Zoom (100%) Copy to Excel Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
Gaya_Hidup -> Perilaku_Konsumtif	0.951	0.951	0.016	58.066	0.000
Literasi_Keuangan -> Perilaku_Konsumtif	-0.075	-0.073	0.029	2.609	0.009

14. R-Square

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Perilaku_Konsumtif	0.822	0.822

15. f-Square

f-square - Matrix Zoom (100%) Cop

	Gaya_Hidup	Literasi_Keuangan	Perilaku_Konsumtif
Gaya_Hidup			3.205
Literasi_Keuangan			0.020
Perilaku_Konsumtif			