

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN PENDIDIKAN
EKONOMI DALAM KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

SKRIPSI



**OLEH:
ELPRIDA MUNTHER
NIM A1A120022**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI
2024**

**PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN PENDIDIKAN
EKONOMI DALAM KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN
EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Jambi Untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Pendidikan Ekonomi**



**OLEH
ELPRIDA MUNTHE
NIM A1A120022**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS JAMBI**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi*; Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Elprida Munthe, Nomor Induk Mahasiswa A1A120022 telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Jambi, 16 Mei 2024
Pembimbing I



Fachruddiansyah Muslini, S.Pd., M.Pd
NIP. 198202112005011002

Jambi, 6 Mei 2024
Pembimbing II



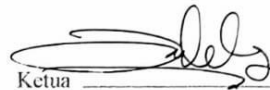
Dr. Mayasari, M.Pd
NIP. 198609212022032005

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul *Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi*: Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi, yang disusun oleh Elprida Munthe, Nomor Induk Mahasiswa A1A120022 telah dipertahankan di depan tim penguji pada Selasa, 28 Mei 2024.

Tim Penguji

1. Fachruddiansyah Muslim, S.Pd.,M.Pd.
NIP. 196309231990012001


Ketua

2. Dr. Mayasari, M.Pd
NIP. 196309231990012001


Sekretaris

Jambi, 28 Mei 2024
Mengetahui,
Ketua Program Studi


Drs. H. Arpizal, M.Pd.
NIP. 196109161986031002

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elprida Munthe
Nim : A1A120022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas : Keguruan Dan Ilmu Pendidikan

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar – benar karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan atau plagiat dari hasil penelitian pihak lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan jiplakan atau plagiat, saya bersedia menerima sanksi dicabut gelar dan ditarik ijazah.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Jambi, Mei 2024
Yang Membuat Pernyataan



Elprida Munthe
NIM. A1A120022

MOTTO

“Sebab itu janganlah kamu kuatir akan hari esok, karena hari esok punya kesusahannya sendiri. Kesusahan sehari cukuplah untuk sehari”

(Matius 6:34)

“Sebaik apapun kita pada orang lain belum tentu kita mendapatkan hal yang sama apalagi kita melakukan yang buruk. Tetap jadi baik, karena berbuat baik itu tidak akan ada ruginya”

(Ristawati Pane)

“Diberkatilah orang yang mengandalkan Tuhan dan menaruh harapannya pada Tuhan”

(Yeremia 17:7)

Kupersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tuaku tercinta untuk bapak dan mama yang paling aku sayangi yang selama ini berjuang dan bekerja keras demi merawat, membesarkan dan mendidik aku hingga dewasa ini. Berkat perjuangan dan doa yang setiap waktu dilangitkan demi melihat anaknya sukses. Terimakasih untuk dukungan dan menjadi sandaran saat aku merasa putus asa dan menjadi sumber semangat hingga saat ini . Sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi bapak dan mama harus selalu ada disetiap perjalanan hidupku.

ABSTRAK

Munthe, Elprida.2024.*Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi: Skripsi, Pendidikan Ekonomi Jurusan Pendidikan Ilmu pengetahuan Sosial, FKIP Universitas Jambi, Pembimbing: (I) Fachruddiansyah Muslim, S.Pd.,M.Pd. (II) Dr. Mayasari, M.Pd.*

Kata Kunci: Penggunaan Teknologi Digital, Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Perilaku Konsumtif

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan pada perilaku konsumsi mahasiswa yang berubah yaitu memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini disebabkan oleh penggunaan Penggunaan Teknologi Digital yang kurang baik dan kurangnya penerapan pendidikan ekonomi yang telah diterima mahasiswa dari keluarganya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa program studi pendidikan ekonomi univesitas jambi baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021, 2022 dan 2023 dengan sampel sebanyak 178 orang dan diambil secara *simple random sampling*. Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan metode *ex-post facto*. Teknik pengumpulan data menggunakan *google form*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara parsial variabel Penggunaan Teknologi Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara parsial variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Secara simultan Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan meyangkut hal-hal yang berkaitan dengan Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga dengan kaitannya terhadap perilaku konsumtif dan dapat dijadikan sebagai literatur agar dapat memahami dan menguasai penggunaan Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas segala rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa, atas pertolongannya sehingga penulis dalam hal ini dapat mengajukan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi.

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, pertama dan terutama kedua orang tua tercinta yaitu Ayah Benget Munthe dan Ibu Ristawati Pane terimakasih tak terhingga kepada kedua orang tua tercinta atas segala doa, dukungan, dan cinta kasih yang telah penulis terima selama ini. Terimakasih Ayah Ibu dalam setiap jerih payah dan dan sandaran saat tangisan dan saat merasa putus asa yang selalu menjadi sumber kekuatan dan penyemangat selama menempuh pendidikan ini.

Dalam kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati, penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Pak Fachruddiansyah Muslim, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing I yang telah membimbing dengan sabar dan telah berkenan meluangkan waktu dalam segala kesibukan aktivitas beliau untuk berdiskusi, memberi saran dan motivasi kepada peneliti selama melakukan penulisan proposal skripsi ini dan Ibu Dr. Mayasari, M.Pd selaku pembimbing II yang telah berkenan meluangkan waktu beliau untuk membimbing, dan memberikan masukan-masukan yang sangat membantu dalam menyempurnakan

penulisan skripsi ini. Terimakasih untuk segala motivasi yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari banyak mendapat bantuan, dan dukungan serta ide maupun saran dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Prof. Dr. Helmi, S.H., M.H selaku rektor Universitas Jambi, kepada Bapak Pof. Dr. M. Rusdi, S.Pd., M.Sc selaku dekan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, kepada Ibu Dr. Rosmiati, S.Pd., M.Pd selaku ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, kepada Bapak Drs. H. Arpizal., M.Pd selaku ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi, dan kepada Bapak Hidayatul Arief, S.Pd.,M.Pd yang telah memberikan motivasi, semangat dan juga arahan selama masa studi serta kepada Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga bagi penulis.

Kepada Kakak dan adik-adik tercinta dan keluarga besar Munthe yang dengan setulus hati mencurahkan kasih sayang, menjadi sumber inspirasi, dukungan, menghibur, memberikan doa serta semangat kepada penulis dari awal menempuh pendidikan hingga saat ini.

Untuk sahabatku tercinta Afry, Anna, Elsa, Endang, Ribka, Triyola terimakasih untuk persahabatan selama ini, terimakasih tak terhingga atas kehadiran, dukungan, bantuan dan motivasi dari awal pendidikan hingga penyusunan skripsi ini. Terimakasih juga kepada teman-teman mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2020 terimakasih untuk kebersamaan, dukungan dan semangat saling mendukung dan menguatkan. Serta seluruh pihak yang tidak

dapat saya sebutkan namanya satu per satu yang dengan suka rela telah memberikan bantuan selama penulisan ini.

Demikian yang penulis dapat sampaikan, apabila terjadi kesalahan dan terdapat kekurangan mohon maaf. Dan jika terdapat saran dan juga kritik tentang skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Jambi, 28 Mei 2024
Penulis,

Elprida Munthe
NIM. A1A120022

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Defenisi Operasional	13
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	15
2.1 Perilaku Konsumtif.....	15
2.1.1 Pengertian Perilaku konsumtif	15
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	16
2.1.3 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif.....	24
2.1.4 Dampak Perilaku Konsumtif.....	26
2.1.5 Indikator Perilaku Konsumtif.....	30
2.2 Penggunaan Teknologi Digital.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Pengertian Penggunaan Teknologi Digital.....	32
2.2.2 Jenis – Jenis Penggunaan Teknologi Digital.....	34
2.2.3 Manfaat Penggunaan Teknologi Digital	37
2.2.4 Indikator Penggunaan Teknologi Digital	39
2.3 Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	40
2.3.1 Pengertian Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga.....	40

2.3.2 Manfaat Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	43
2.3.3 Indikator Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	45
2.4 Penelitian Relevan	46
2.5 Hubungan Antar Variabel	49
2.6 Kerangka Berfikir	50
2.7 Hipotesis	50
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	52
3.1.1 Tempat Penelitian.....	52
3.1.2 Waktu Penelitian	52
3.2 Desain Penelitian dan Variabel Penelitian	53
3.2.1 Desain Penelitian.....	53
3.2.2 Variabel Penelitian	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel Penelitian.....	54
3.4 Jenis dan Sumber Data	55
3.4.1 Jenis Data	55
3.4.2 Sumber Data.....	56
3.5 Teknik Pengambilan Sampel.....	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data	57
3.7 Instrumen Penelitian.....	57
3.7.1 Angket.....	58
3.7.2 Kisi Kisi Instrumen Penelitian	59
3.8 Uji Instrumen Penelitian	61
3.8.1 Uji Validitas	61
3.8.2 Uji Reliabilitas	61
3.9 Teknik Analisis Data	62
3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	63
3.9.3 Uji Hipotesis.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian	70

4.1.1 Uji Validitas	70
4.1.2 Uji Reabilitas.....	72
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	73
4.2.1 Dekripsi Data Variabel Perilaku Konsumtif (Y).....	73
4.2.2 Deskripsi Data Variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1)	74
4.2.3 Deskripsi Data Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) 75	
4.3 Uji Prasyarat Analisis	76
4.3.1 Uji Normalitas Data	76
4.3.2 Uji Linearitas.....	78
4.3.3 Uji Homogenitas	79
4.3.4 Uji Multikolinearitas	80
4.2.4 Uji Heterokedastisitas	81
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	83
4.5 Uji Hipotesis.....	84
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	84
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	86
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	87
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian.....	88
4.6.1 Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023	88
4.6.2 Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023	90
4.6.3 Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023.....	92
BAB V PENUTUP	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Implikasi.....	95
5.3. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Bagan Kerangka Berpikir.....	52
4.1 Uji Normalitas P-Plot.....	78
4.2 Grafik Scatterplot.....	83

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Intensitas Penggunaan Penggunaan Teknologi Digital	5
1.2 Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	8
1.3 Pernyataan Observasi Awal	9
2.1 Penelitian Relevan	48
3.1 Waktu Penelitian	54
3.2 Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021,2022,2023	55
3.3 Pembagian Sampel	59
3.4 Skor Alternatif Jawaban Angket.....	60
3.5 Kisi- Kisi Instrumen Penggunaan Teknologi Digital	61
3.6 Kisi- Kisi Instrumen Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	61
3.7 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif	62
3.8 Interpretasi nilai r.....	64
3.9 Rentang Skala TCR	66
4.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	72
4.2 Uji Reabilitas Instrumen Penelitian	73
4.3 Deskripsi Data Variabel Perilaku Konsumtif	75
4.4 Deskripsi Data Variabel Penggunaan Teknologi Digital.....	76
4.5 Deskripsi Data Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga.....	77
4.6 Hasil Uji Normalitas	78
4.7 Hasil Uji Linearitas Variabel Penggunaan Teknologi Digital	79
4.8 Hasil Uji Linearitas Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	79
4.9 Hasil Uji Homogenitas Penggunaan Teknologi Digital	80
4.10 Hasil Uji Homogenitas Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	81
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda	84
4.14 Hasil Uji parsial X terhadap Y.....	86
4.15 Hasil Uji Simultan	87
4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	81
Lampiran 2 Data Populasi Penelitian.....	103
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	107
Lampiran 4 Angket Penelitian	144
Lampiran 5 Data Tabulasi Hasil Penelitian	118
Lampiran 6 Hasil Penelitian	137
Lampiran 7 Tabel r.....	152
Lampiran 8 Tabel t.....	153
Lampiran 9 Tabel F.....	154

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan manusia tidak akan terlepas dari kegiatan konsumsi. Individu melakukan konsumsi dengan tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku konsumsi setiap individu bervariasi sesuai dengan kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud melibatkan segala hal yang diperlukan manusia untuk mendukung kehidupannya. Manusia cenderung melakukan konsumsi berdasarkan intensitas kebutuhannya. Konsumsi dilakukan oleh individu dengan membeli barang dan jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dari individu tersebut (Hanum, 2017)). Konsumsi dianggap sebagai suatu kewajiban karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok manusia.

Masyarakat saat ini mengalami perubahan perilaku konsumsi dimana dulunya manusia melakukan kegiatan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, sedangkan saat ini cenderung melakukan konsumsi untuk memenuhi keinginannya yang mengarah pada perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan (Fattah & Indriayu, 2018). Dalam hal ini individu yang memiliki perilaku konsumtif cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan dengan menyisihkan uangnya untuk ditabung karena individu tersebut lebih mengutamakan pemenuhan keinginannya. Sejalan dengan Ayuni et al (2019) perilaku konsumtif merupakan adanya pola konsumsi membeli barang yang kurang diperlukan atau bahkan tidak diperlukan sama sekali yang mengutamakan pemenuhan keinginannya bukan lagi manfaat akan barang tersebut

Perilaku konsumtif merupakan perilaku atau gaya hidup seseorang yang suka membeli barang tanpa adanya pertimbangan yang kuat dan lebih memilih memuaskan hasrat keinginannya dari pada kebutuhan yang ada. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan akan bergeser akibat keinginan yang kuat. Sesuai dengan Nurjanah (2019) perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang mengutamakan keinginan di atas kebutuhan ketika melakukan konsumsi yang melebihi batasnya tanpa berpikir rasional.

Perilaku konsumtif ini pada umumnya menjelaskan tentang keinginan seseorang untuk mengkonsumsi barang ataupun jasa melampaui batas yang kurang dibutuhkan dan bukan kebutuhan pokok, sehingga perilaku konsumtif ini cenderung menuju pada sikap boros yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah timbulnya rasa cemburu sosial, penurunan peluang untuk menabung, dan kecenderungan untuk tidak memperhatikan kebutuhan di masa depan. Perilaku konsumtif membuat seseorang lebih cenderung untuk menghabiskan uangnya daripada menyisihkannya untuk ditabung (Arisanti, 2019).

Perilaku konsumtif banyak dilakukan oleh kalangan remaja salah satunya mahasiswa, dimana mahasiswa belum memiliki penghasilan tetapi cenderung konsumtif dan adanya keinginan untuk melakukan pembelian tanpa memperhatikan tujuan dan manfaatnya. Sesuai dengan kajian Khoirul (2016) masa remaja merupakan fase peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang mana ditandai berbagai perubahan baik fisik, sosial maupun psikis. Perubahan yang terjadi pada remaja tersebut dijadikan sebagai upaya menemukan jati diri yang mana mereka berusaha membentuk citra atau *image* tentang dirinya. Hal

tersebut menyebabkan para remaja mudah terpengaruh oleh berbagai hal yang ada di sekelilingnya. Sejalan dengan Nurjanah (2019) kelompok mahasiswa termasuk dalam kategori yang mudah terkena dampak perilaku konsumtif, karena pola konsumsi seseorang cenderung terbentuk saat memasuki usia dewasa, dan mahasiswa rentan terpengaruh oleh godaan atau rayuan konsumtif.

Saat ini mahasiswa cenderung mengikuti gaya hidup konsumtif yang serba *up to date*, selalu berusaha untuk mendapat pandangan yang positif dari lingkungan sosial melalui penampilan dan gaya hidupnya. Mahasiswa ingin menunjukkan bahwa mereka juga mengikuti *trend* yang sedang menjadi sorotan (Ardiyanti & Nasikah, 2022). Mahasiswa sering melakukan pembelian hanya karena banyak orang menggunakan barang tersebut yang dapat menimbulkan perasaan puas dalam berbelanja. Kampus seharusnya berfungsi sebagai tempat pembelajaran, pertukaran ide, dan interaksi sosial antar mahasiswa, namun terlihat bahwa kampus kadang-kadang dijadikan sebagai tempat untuk memamerkan penampilan dan gaya hidup. Hal ini menyebabkan mahasiswa lebih fokus pada penampilan pribadi, gengsi, dan mengikuti tren lingkungan sekitarnya (Pulungan & Febriaty, 2018). Dengan keinginan membeli barang untuk mengikuti tren mahasiswa mau mengorbankan uang sakunya hanya untuk diakui oleh teman temannya yang membuat mahasiswa terjebak kedalam perilaku konsumtif. Sejalan dengan Melina & Wulandari (2018) perilaku konsumtif timbul dari pemilihan keputusan konsumen yang irasional berdasarkan pada perilaku meniru yang disesuaikan dengan trend yang sedang berkembang.

Perubahan perilaku konsumsi setiap kalangan berubah sesuai dengan perkembangan zaman tidak terkecuali pada mahasiswa. Dengan hadirnya

teknologi dapat memudahkan segala bentuk kegiatan, terlebih kecepatan dalam menemukan informasi hanya dengan melalui *smartphone* dan internet. Dengan Penggunaan Teknologi Digital manusia mendapatkan banyak kemudahan salah satunya kemudahan dalam kegiatan ekonomi. Hal tersebut sejalan dengan Muslim & Nasori (2022) yang mengungkapkan Penggunaan Teknologi Digital mempermudah aspek kehidupan salah satunya dalam bisnis yaitu mempermudah konsumen memperoleh barang kebutuhan secara cepat tanpa batasan waktu dan tempat. Dengan hal ini mahasiswa bisa mencari dan membeli barang kebutuhannya hanya melalui perangkat maupun aplikasi Penggunaan Teknologi Digital saat ini. Seperti yang ditunjukkan oleh Wibowo et al (2023) Penggunaan Teknologi Digital atau *digital technology* merupakan teknologi yang dimana pengoperasiannya tidak membutuhkan banyak tenaga manusia dan yang bertujuan untuk menggunakan sistem otomatis dengan sistem komputer.

Dengan adanya Penggunaan Teknologi Digital saat ini tidak dapat dipungkiri masyarakat lebih bergantung pada teknologi khususnya pada kalangan mahasiswa dikarenakan kepraktisan dan keefisienan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital tersebut. Masyarakat khususnya mahasiswa sering menggunakan Penggunaan Teknologi Digital baik dalam kegiatan pendidikan, belanja maupun hiburan. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan terhadap mahasiswa untuk mengetahui intensitas penggunaan perangkat Penggunaan Teknologi Digital untuk kegiatan belanja dengan bantuan *google form* pada 30 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 Universitas Jambi menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1 Intensitas Penggunaan Penggunaan Teknologi Digital Mencari Produk Online

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Hampir setiap hari	16	53,3%
2.	Beberapa kali seminggu	7	23,3%
3.	Sekali sebulan	2	6,7%
4.	Jarang	5	16,7%

Sumber : Olahan data observasi, 2023

Berdasarkan data observasi diatas dari 30 responden sebanyak 53,3% atau sekitar 16 mahasiswa hampir setiap hari menggunakan perangkat digital untuk berbelanja maupun mencari produk atau layanan online, 23,3% atau sekitar 7 mahasiswa hanya beberapa kali dalam seminggu menggunakan perangkat digital untuk berbelanja secara online. 6,7% atau 2 orang mahasiswa melakukan pembelian melalui online hanya sekali sebulan dan 16% atau 5 orang mahasiswa jarang menggunakan perangkat digital untuk berbelanja dan mencari produk digital. Dari persentase tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 memiliki intensitas penggunaan perangkat digital yang cukup tinggi hampir setiap hari melakukan pencarian maupun belanja menggunakan perangkat Penggunaan Teknologi Digital.

Dengan intensitas penggunaan Penggunaan Teknologi Digital yang tinggi mahasiswa mudah beradaptasi dengan adanya Penggunaan Teknologi Digital yang memunculkan budaya digital. Dengan adanya adaptasi budaya digital ini mempermudah masyarakat melakukan transaksi *e-commerce* dan memesan produk melalui aplikasi. Dengan melalui smartphone dapat menemukan informasi salah satunya media sosial. Pada media sosial penggunaanya dapat berinteraksi secara online dan bahkan menjadi tempat untuk mengekspresikan dirinya. Dengan melihat postingan ataupun iklan yang lewat pada aplikasi media digital

yang mereka gunakan dapat menumbuhkan hasrat untuk membeli dan menggunakan barang tersebut.

Dalam kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan saat ini berdampak pada perubahan perilaku konsumsi masyarakat yang cenderung mengedepankan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan (Wulandari et al., 2021). Didukung juga dengan banyaknya promosi yang ditawarkan mulai dari gratis ongkos kirim, diskon, hingga *cashback* yang akan mendorong banyaknya transaksi pembelian yang mengarah pada perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan (Prastyaningtyas, 2019) yang mengungkapkan dengan Penggunaan Teknologi Digital atau era digital saat ini terlebih dalam bidang ekonomi menyebabkan bertambahnya perilaku konsumtif masyarakat Indonesia khususnya generasi Z dan milenial. Dengan kehadiran Penggunaan Teknologi Digital ini banyak individu salah satunya mahasiswa yang tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk memuaskan keinginan atau sekedar mengikuti *trend* yang ada pada media digital yang muncul dari diri mereka yang mengarah pada perilaku konsumtif.

Dengan perubahan perilaku konsumsi yang dialami oleh berbagai kalangan perlu pertimbangan yang tepat untuk menentukan sebuah pilihan dalam berkonsumsi. Hal tersebut perlu ditanamkan sejak dini yang dimulai dari keluarga atau lingkungan terdekat. Keluarga merupakan kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih yang memiliki hubungan melalui darah, perkawinan, adopsi, dan tempat tinggal (Engel & Wahyono, 2013). Keluarga merupakan tempat pertama dimana individu menerima pendidikan, nilai-nilai, dan perilaku yang akan membentuk dasar perkembangan tingkah laku mereka di masa depan. Pendidikan

terdapat beberapa bentuk yaitu pendidikan formal, informal dan pendidikan non formal. Pendidikan awal yang dijalani adalah pendidikan informal yaitu pendidikan dalam keluarga, dimana salah satu pendidikan yang diajarkan adalah pendidikan ekonomi dalam keluarga yang tidak hanya sebatas penyampaian pengetahuan ekonomi oleh orang tua namun pendidikan ekonomi dalam keluarga juga mencakup pembiasaan dan keteladanan (Mayasari et al., 2022).

Salah satu pendidikan yang penting dilakukan yaitu pendidikan ekonomi dalam keluarga yang tidak terpisahkan dari lingkungan keluarga itu sendiri. Sebagaimana dikemukakan oleh Narmaditya (2013) pendidikan ekonomi diberikan orang tua melalui pembiasaan- pembiasaan seperti pembiasaan menabung, berhemat, selektif dalam pemilihan barang dan jasa. Penelitian Wulandari et al (2021) menghasilkan bahwa Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin baik pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga maka semakin baik pola pikir mahasiswa dalam melakukan konsumsi.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti pada 30 mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 untuk mengetahui pendidikan ekonomi yang diterima dari keluarga melalui *google form* menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.2 Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

No	Keterangan	Frekuensi	Persentase
1.	Menabung	16	53,3%
2.	Mengelola uang saku	4	13,3%
3	Membeli barang sesuai kebutuhan	8	26,7%
4	Membandingkan harga dengan kualitas	2	6,7%

Sumber : Olahan data Observasi , 2023

Berdasarkan data diatas menjelaskan bahwa pendidikan ekonomi yang paling sering diajarkan oleh orang tua mahasiswa dari 30 responden 53,3% atau sekitar 16 mahasiswa sering mendapat pendidikan tentang ekonomi membiasakan menabung, sebanyak 26,7% atau 8 mahasiswa menjawab membeli barang sesuai kebutuhan, sebanyak 13,3% atau sebanyak 4 mahasiswa mendapat pendidikan tentang ekonomi untuk mengelola uang saku serta dengan persentase 6,7% atau sekitar 2 mahasiswa sering mendapat pendidikan ekonomi dari keluarga untuk membandingkan harga dengan kualitas barang yang akan dibeli. Dapat diketahui bahwa mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2022 mendapat pendidikan tentang ekonomi dalam lingkungan keluarganya. Dengan pendidikan ekonomi dari lingkungan keluarga ini dapat menjadikan individu dapat bertindak secara rasional dalam kegiatan ekonomi.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti melakukan observasi awal melalui penyebaran angket pada mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2022 menggunakan bantuan *google form* yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Adapun hasil observasi awal yang dilakukan sebagai berikut :

Tabel 1.3 Observasi Awal Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan Angket	Alternatif Jawaban		Persentase
		Ya	Tidak	
1	Apakah anda pernah terdorong untuk membeli produk tertentu setelah melihat postingan atau iklan melalui perangkat digital anda?	90% (27)	10% (3)	100% (30)
2	Apakah pengetahuan ekonomi yang anda dapatkan dari keluarga membantu anda mengelola keuangan pribadi anda?	20% (4)	80% (24)	100% (30)
3	Apakah anda sering membeli barang/jasa berdasarkan keinginan bukan dari kebutuhan	76,7% (23)	23,3% (7)	100% (30)
4	Apakah anda sering membeli barang/jasa hanya karena tergoda dengan adanya diskon	80% (24)	20% (6)	100% (30)
5	Apakah anda pernah mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama	73,3% (22)	26,7% (8)	100% (30)

Sumber: olahan data observasi, 2023

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan menunjukkan dari 30 mahasiswa 90% mahasiswa atau sekitar 27 orang menjawab pernah terdorong melakukan pembelian produk hanya karena melihat postingan yang lewat pada aplikasi media digital yang mereka gunakan demi mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Observasi awal peneliti juga menunjukkan kurangnya penerapan pendidikan ekonomi yang sudah diterima oleh mahasiswa dalam kegiatan konsumsinya. 80% mahasiswa mendapat Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dan belum mampu membantu dalam mengelola keuangan pribadi mereka dan 20% mahasiswa mengatakan dengan pendidikan ekonomi yang mereka terima mampu mengelola keuangan pribadi mereka. Sehingga dalam penerapan kehidupan sehari-harinya mahasiswa cenderung kurang menerapkan pendidikan ekonomi yang diterimanya sehingga cenderung berperilaku konsumtif.

Observasi awal yang peneliti lakukan menunjukkan dari 30 mahasiswa 76,7% atau sekitar 23 mahasiswa masih sering melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan sehari-hari melainkan berdasarkan pada keinginan pribadi mereka, yang dilakukan semata-mata untuk memenuhi kepuasan pribadi. Keinginan tersebut terkait dengan pembelian barang yang tidak diperlukan hanya untuk memenuhi keinginannya tanpa memperhatikan kebermanfaatannya. Hal tersebut dilakukan hanya untuk keinginan meniru orang lain, mengikuti tren, meningkatkan status sosial. Sebanyak 80% atau sekitar 24 mahasiswa menjawab membeli produk karena tergoda hanya karena adanya diskon, bukan karena kebutuhan akan produk tersebut. Disamping itu sebanyak 73,3% atau sekitar 22 mahasiswa menjawab pernah mencoba produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama.

Dengan melihat fenomena yang terjadi mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang cukup tinggi. Mahasiswa sebagai generasi yang paling melek Penggunaan Teknologi Digital dan kalangan yang sudah mendapat pendidikan dari orang tuanya tentang ekonomi diharapkan dapat menjadi mahasiswa yang memiliki pemahaman digital yang baik, mampu mengontrol dirinya dalam melakukan pembelian barang ataupun jasa agar tidak menjadikan dirinya berperilaku konsumtif. Mahasiswa diharapkan bijak dalam mengelola keuangan agar bisa menciptakan kesejahteraan dirinya dimasa mendatang. Oleh karena itu peneliti ingin membuktikan pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021-2022 yang dapat dilihat dari gaya hidupnya, keputusan membeli barang hanya berdasar pada keinginan, mudahnya terpengaruh *trend* yang sedang berkembang dan kurangnya kontrol diri dari mahasiswa untuk melakukan kegiatan konsumsi yang rasional.

Berdasarkan Uraian permasalahan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang dapat disusun berdasarkan penjabaran latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Pemenuhan kebutuhan mahasiswa saat ini tidak hanya didasarkan pada kebutuhan semata tetapi telah bergeser pada *trend*

2. Mahasiswa melakukan kegiatan konsumsi barang/jasa bukan karena untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi mengutamakan keinginan
3. Kurangnya kontrol diri mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi.
4. Kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital memicu munculnya perilaku konsumtif mahasiswa
5. Kurangnya penerapan pendidikan ekonomi oleh mahasiswa yang sudah diberikan dari lingkungan keluarganya.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka perlu dibatasi pada Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui suatu permasalahan yang ingin diteliti, serta agar lebih terfokus dan memahami begitu banyaknya faktor yang mempengaruhinya, maka permasalahan yang dipilih yaitu:

1. Penggunaan Teknologi Digital yang diteliti adalah kemudahan dan kepraktisan penggunaannya yang menghasilkan budaya digital (digitalisasi) dalam ekonomi.
2. Pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diteliti adalah penerapan pendidikan tentang ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa.
3. Yang diteliti dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2023 Universitas Jambi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah peneliti paparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?
2. Apakah terdapat pengaruh pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?
3. Apakah terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi
2. Untuk mengetahui pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi
3. Untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

1.6 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap dapat memberikan manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Dapat dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan semoga penelitian dapat menjadi sumber referensi yang bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian ini.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana dalam pengembangan ilmu pengetahuan melalui kegiatan penelitian serta menerapkan memperluas wawasan peneliti mengenai perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan agar dapat menambah referensi bagi mahasiswa agar dapat menerapkan pendidikan ekonomi yang diberikan oleh orang tuanya dan lebih bijak dalam penggunaan Penggunaan Teknologi Digital untuk kegiatan konsumsi

c. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pembelajaran dan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

1.7 Defenisi Operasional

1. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu mengkonsumsi barang/jasa tanpa pertimbangan yang masuk akal yang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhannya. Indikator yang digunakan yaitu membeli barang karena iming-iming hadiah, membeli barang karena

kemasannya yang menarik, membeli barang karena menjaga penampilan dan gengsi, membeli barang karena potongan harga, membeli barang karena menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan, membeli barang mahal demi meningkatkan rasa percaya diri, mencoba barang yang sama dengan merk berbeda.

2. Penggunaan Teknologi Digital adalah teknologi yang dimana pengoperasionalannya tidak lagi banyak membutuhkan tenaga manusia dan cenderung memanfaatkan sistem yang otomatis dengan sistem komputer atau biasa disebut sistem digitalisasi. Indikator yang digunakan yaitu persepsi kemudahan, persepsi kebermanfaatan, sikap terhadap penggunaan, penggunaan sesungguhnya.
3. Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga adalah suatu upaya untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman kepada individu dan keluarga mengenai aspek-aspek ekonomi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi, perencanaan keuangan, dan mengelola sumber daya yang ada. Indikator yang digunakan yaitu pemberian pembelajaran ekonomi, pembiasaan contoh ekonomi, dan pengelolaan pendapatan.

BAB II

KAJIAN TEORITIK

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Pengertian Perilaku konsumtif

Konsumtif merupakan istilah yang sering digunakan pada masalah yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Menurut Lestarina et al (2017) Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya.

Menurut Dewi et al (2017) perilaku konsumtif merupakan kegiatan konsumsi yang tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi berdasar pada keinginan dan kepuasan semata. Hal ini berarti konsumen mengkonsumsi barang/jasa hanya berdasar pada keinginan. Masalah tersebut menyebabkan lebih banyak pengeluaran pribadi, yang dengan kata lain bahwa perilaku konsumtif ini merupakan perilaku yang dilakukan oleh konsumen dalam melaksanakan pembelian ataupun mengkonsumsi barang maupun jasa berdasarkan keinginan bukan dari kebutuhannya.

Menurut Prihastuty (2018) perilaku konsumtif adalah 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. Sejalan dengan pendapat Wahyudi (2013) perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan rasional, memiliki kecenderungan

materialistik yang kuat, memiliki cita-cita tinggi untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan, serta menggunakan segala sesuatu yang dianggap sebagai paling mahal dan dianjurkan.

Menurut Hidayah & Bowo (2019) seseorang yang berperilaku konsumtif akan menghabiskan uangnya untuk membeli barang-barang maupun jasa yang menjadi keinginannya tanpa memerdulikan kebutuhan yang seharusnya dipenuhi terlebih dahulu. Seseorang cenderung melakukan konsumsi secara impulsif tanpa memikirkan prioritas kebutuhan mereka. Definisi tersebut menunjukkan bahwa individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Sejalan dengan Sumartono (dalam wardani & Anggadita, 2021), bahwa perilaku konsumtif adalah aktivitas membeli suatu barang dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan suatu aktivitas membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sama sekali sehingga sifatnya menjadi mubazir. Jadi, individu dalam melakukan pembelian lebih mementingkan faktor keinginan (*want*) daripada faktor kebutuhan (*need*).

Berdasarkan teori-teori diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh individu mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan berdasarkan keinginan tanpa pertimbangan yang masuk akal.

2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (dalam Melinda et al 2021) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor eksternal :

a. Faktor eksternal

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal atau lingkungan dimana individu dilahirkan dan dibesarkan. Variabel–variabel yang termasuk dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kebudayaa, kelas sosial, kelompok sosial, dan keluarga.

a. Kebudayaan

Budaya didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat . Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam bentuk perilaku demi kebutuhan hidupnya. Kebudayaan adalah determinan paling fundamental dan keinginan perilaku seseorang.

b. Kelas sosial

Pada dasarnya manusia dikelompokkan menjadi 3 bagian yaitu golongan atas, golongan menengah, golongan bawah. Perilaku konsumtif antar kelompok sosial satu dengan yang lain berbeda dalam hubungannya dengan perilaku konsumtif.

c. Keluarga

Keluarga merupakan salah satu pengaruh yang sangat penting untuk individu melakukan konsumsi. Keluarga didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat kecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli.

b. Faktor Internal

Faktor internal terbagi menjadi dua aspek yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

a. Faktor psikologis

- a) Motivasi, dapat mendorong seseorang untuk melakukan konsumsi, karena dengan motivasi tinggi untuk membeli produk atau jasa maka mereka akan cenderung membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.
- b) Persepsi, yang memiliki hubungan dengan motivasi. Dengan persepsi yang baik maka motivasi untuk bertindak akan tinggi, dan ini menyebabkan individu tersebut bertindak secara rasional.
- c) Sikap pendirian dan kepercayaan, melalui tindakan dan belajar individu akan memperoleh kepercayaan dan pendirian. Dengan kepercayaan kepada penjual yang berlebihan dan dengan pendirian yang tidak stabil dapat menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif.

b. Faktor pribadi

- a) Usia, pada usia remaja seseorang cenderung untuk berperilaku konsumtif lebih besar daripada orang dewasa. Remaja biasanya lebih mudah terbujuik rayuan iklan, suka ikut ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung borong dalam menggunakan uangnya.
- b) Pekerjaan, mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan mempunyai kebutuhan yang berbeda pula. Dan hal ini menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif untuk menyesuaikan diri dengan pekerjaannya.

- c) Keadaan ekonomi, orang yang mempunyai uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang atau jasa. Sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan cenderung hemat.
- d) Kepribadian, kepribadian dapat menentukan pola hidup seseorang, demikian juga dengan perilaku konsumtif pada seseorang dapat dilihat dari kepribadian tersebut.
- e) Jenis kelamin, jenis kelamin mempengaruhi kebutuhan membeli, karena remaja putri cenderung lebih konsumtif dibandingkan dengan remaja putra.

Menurut Rossanty et al (2018) menyikapi budaya konsumtif perlahan menjadi satu ciri khas masyarakat Indonesia di era globalisasi ini. Berikut faktor-faktor yang membentuk budaya konsumtif yaitu:

1. Pengaruh Budaya

Kebudayaan adalah faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Di Indonesia sendiri budaya mengosumsi lebih di gemari daripada memproduksi barang yang dibutuhkan.

2. Perubahan gaya hidup (*life style*)

Konsumen pada hakikatnya terus menunjukkan adanya permintaan untuk solusi menyerderhanakan hidup mereka. Hal ini mempengaruhi kebiasaan konsumsi dan belanja akan barang dan jasa, sehingga tuntutan gaya hidup terus meningkat dari waktu ke waktu. Perubahan gaya hidup tidak hanya dilihat dari pola konsumsi semata atau *e-commerce*, sebagai contoh pergeseran gaya hidup

disisi transportasi yang telah mengalami pergeseran pola atau gaya penggunaan transportasi. Jika dimasa lalu menggunakan transportasi umum atau pelayanan publik yang disediakan pemerintah, maka saat ini tergantikan dengan adanya penyedia transportasi online

3. Digitalisasi

Penyumbang pergeseran masyarakat menjadi digital diantaranya adalah penggunaan internet. Mudahnya mengakses segala hal tentu akan memudahkan aktivitas sehari-hari. Hal ini tentu saja membuat melonjaknya kegiatan konsumsi yang dilakukan. Penggunaan *cashless* atau *e-money* dikatakan juga sebagai fenomena digitalisasi, dimana lebih meningkatkan keamanan serta kemudahan dibandingkan dengan membawa uang tunai.

Selanjutnya Sari & Mayasari (2022) menjelaskan faktor –faktor yang mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif yaitu:

1. Mengikuti teman sebaya
2. Membeli produk hanya karena menarik
3. Membeli produk karena harganya bukan manfaat produk tersebut
4. Membeli produk hanya karena gengsi
5. Mencoba lebih dari dua produk serupa

Sedangkan menurut Febriani dan Dewi (2019) ada tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain sebagai berikut:

1. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian.

a. Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Budaya adalah salah satu cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sebuah kelompok dan diwariskan dari generasi ke generasi.

b. Sub Budaya

Sub budaya merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas dari perilaku anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat macam, yaitu kelompok kebangsaan, keagamaan, ras, dan wilayah.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan para anggota kelompoknya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Acuan

Kelompok referensi atau acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Seseorang akan melihat kelompok acuannya dalam menentukan barang yang akan dibeli.

b. Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat, dan para anggota keluarga menjadi acuan primer yang paling berpengaruh.

c. Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang. Masing-masing peran menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran dan status mereka di masyarakat.

3. Faktor Pribadi

- a. Usia sepanjang hidup, selera seseorang dalam membeli barang atau menggunakan jasa akan berubah-ubah.
- b. Pekerjaan juga memengaruhi pola konsumsi seseorang. Seseorang dengan pekerjaan yang berbeda tentunya akan memiliki kebutuhan yang berbeda pula.
- c. Keadaan ekonomi atau lingkungan ekonomi, keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan dan kekayaan, kemampuan meminjam, dan sikapnya terhadap pengeluaran dibandingkan menabung.
- d. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas atau aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uangnya. Individu yang berasal dari sub budaya kelas sosial, bahkan dari pekerjaan yang sama mungkin memiliki gaya hidup yang berbeda.
- e. Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif tetap dan bertahan lama terhadap lingkungannya.

Selain itu menurut Kurniawan (2017) faktor- faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain

Perilaku ini muncul karena individu ingin memiliki barang yang tidak dimiliki orang lain, individu tersebut akan mencari barang yang langka atau *limited edition*.

2. Kebanggaan karena penampilan dirinya

Perilaku konsumtif terjadi karena rasa kebanggaan yang berlebih terhadap penampilan. Individu tersebut akan percaya diri bila memiliki barang-barang mewah dan selalu update/terbaru.

3. Ikut-ikutan

Perilaku konsumtif ini muncul karena selalu ikut-ikutan dengan orang lain sehingga apapun itu akan selalu dibeli dan ingin selalu memiliki barang yang sedang terkenal seiring perkembangan zaman.

4. Menarik perhatian dari orang lain

Perilaku ini dimiliki oleh individu yang selalu ingin menarik perhatian orang lain yaitu dengan memiliki barang-barang yang *up to date*. kecenderungan orang-orang akan memaksimalkan kegiatan belanja mereka bukan lagi sesuai kebutuhan primer sehari-hari akan tetapi sesuai selera mereka masing-masing

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Kotler yaitu faktor eksternal seperti kebudayaan, kelas sosial, dan keluarga dan faktor internal seperti faktor psikologis (motivasi, persepsi, sikap pendirian, dan kepercayaan), faktor pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, kepribadian, dan jenis kelamin).

2.1.3 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Pratama (2017) terdapat beberapa aspek-aspek konsumtif antara lain:

1. Pembelian implusif (*implusive buying*)

Pembelian impulsif merupakan pembelian yang dilakukan oleh individu secara tiba-tiba yang biasanya dipengaruhi oleh faktor ketertarikan konsumen kepada penjual dalam menawarkan barang. Pembelian impulsive bersifat spontan dalam artian tidak direncanakan sebelumnya sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen terhadap barang yang dijual tersebut.

2. Pembelian berlebihan/pemborosan (*wasteful buying*)

Merupakan pembelian konsumen yang tidak didasari kebutuhan yang jelas dan cenderung hanya menghambur-hamburkan uang. Dalam pemborosan biasanya konsumen dalam melakukan pembelian barang konsumsi secara berlebihan dan kurang bermanfaat, perilaku ini atas dasar menghambur-hamburkan materi demi konsumsi yang tidak jelas arahnya, biasanya perilaku ini bersifat kesenangan sesaat daripada kebutuhan pokok yang seharusnya lebih utama. Seperti mahasiswa kebanyakan lebih utama membeli perlengkapan perawatan tubuh bahkan mengikuti tren daripada membeli buku referensi kuliah.

3. Pembelian tidak rasional

Merupakan pemberian konsumen yang tidak rasional, tanpa memperhatikan kebutuhan yang jelas dan hanya sebatas mengikuti *trend* saja (gengsi). Konsumen dalam membeli barang konsumsi untuk mencari kesenangan semata. Kesenangan disini biasanya memanfaatkan waktu luang untuk

mencari sebuah kesenangan sehingga seseorang akan berperilaku konsumtif. Waktu luang ini yang diteliti untuk mengukur perilaku konsumtif mahasiswa dalam mencari kesenangan yang menimbulkan *non rational buying* atau dapat diartikan kegiatan konsumsi yang sifatnya tidak rasional dan tidak ada manfaatnya.

Sejalan dengan Sovitriana dan Lubis (2019) aspek- aspek perilaku konsumtif yaitu:

1. Aspek pembelian impulsif, yaitu aspek pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul secara tiba-tiba
2. Aspek pembelian tidak rasional, yaitu aspek pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan tetapi karena gengsi agar dapat dinilai sebagai orang yang mengikuti tren atau mengikuti mode.
3. Aspek pembelian yang berlebihan, yaitu aspek pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen atau bersifat pemborosan.

Selain itu menurut Hidayati (2018) aspek- aspek perilaku konsumtif yaitu:

1. Impulsif, perilaku impulsif merupakan perilaku seseorang yang tidak dapat mengontrol dirinya saat membeli dan hanya untuk memenuhi keinginan dan kehendaknya tanpa perencanaan.
2. Pemborosan, perilaku ini ditunjukkan dengan adanya keinginan yang besar untuk mencoba produk baru, yang disertai dengan adanya ketidakpuasan jika barang yang diinginkan belum dimiliki sehingga menyebabkan seseorang menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Mencari kesenangan, perilaku ini berkaitan dengan sikap yang narsistik yang ingin mencari kesenangan dengan melakukan pembelian dan keinginan eksis dalam kelompoknya.
4. Mencari kepuasan, perilaku ini didasari oleh keinginan untuk selalu lebih dari yang lain, selalu ada ketidakpuasan dan usaha untuk mendapat pengakuan dari yang lain dan biasanya diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek sikap konsumtif adalah pembelian implusif (*implusive buying*), pembelian berlebihan/pemborosan (*wasteful buying*) dan pembelian tidak rasional (*non rasional buying*).

2.1.4 Dampak Perilaku Konsumtif

Dampak Perilaku Konsumtif Perilaku konsumtif ditandai dengan keinginan untuk menghabiskan banyak uang. Menurut Prishardoyo et al (2016) perilaku konsumtif menimbulkan dampak positif dan dampak negatif baik yang dirasakan oleh konsumen itu sendiri maupun oleh pihak lain yaitu :

1. Dampak negatif

Dampak negatif yang disebabkan oleh perilaku konsumtif adalah pemborosan, inflasi, dan timbulnya kesenjangan sosial.

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif akan terwujud dalam perilaku boros. Misalnya, seseorang yang bertindak konsumtif saat berbelanja akan mengabaikan keharusan melakukannya untuk bertahan hidup. Orang-orang konsumtif yang melihat item tas yang ditawarkannya akan tertarik untuk membelinya.

b. Menimbulkan inflasi

Kenaikan biaya produk umumnya disebut sebagai inflasi. Perilaku konsumtif dapat mengakibatkan inflasi karena meningkatnya permintaan barang dan jasa meningkatkan biaya barang secara umum.

c. Menimbulkan kesenjangan sosial

Seseorang yang bertindak secara konsumtif akan menonjolkan konflik sosial yang berkembang di masyarakat. Keluarga konsumtif sering hidup dalam kemewahan untuk membedakan diri dari keluarga lain.

2. Dampak Positif

Dampak positif antara lain adalah memberikan kepuasan kepada konsumen, memberikan keuntungan yang lebih besar kepada produsen, dan mempercepat roda perekonomian.

a. Memberikan kepuasan kepada konsumen

Seorang konsumen akan mengalami tingkat kepuasan yang lebih besar ketika mereka membeli produk dan layanan yang mereka inginkan.

b. Memberikan keuntungan yang lebih besar kepada produsen

Perilaku konsumtif akan meningkatkan penjualan barang pabrikan sehingga meningkatkan pendapatan mereka.

c. Mempercepat roda perekonomian

Perilaku konsumtif akan menyebabkan perputaran uang yang lebih tinggi, perputaran modal yang lebih cepat, dan investasi yang lebih besar.

Menurut Kurniawan (2017) perilaku konsumtif memiliki dampak negatif dan dampak positif.

1. Dampak Positif

- a. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, dikarenakan dengan bertambahnya perilaku konsumtif akan membutuhkan tenaga kerja yang lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
- b. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan, karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
- c. Menciptakan pasar bagi produsen karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Dampak Negatif

- a. Pola hidup yang boros akan menimbulkan kecemburuan sosial, ketika orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang sama seperti itu.
- b. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya dimasa mendatang.

- c. Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan uangnya untuk ditabung.

Menurut Wahyudi (2013) perilaku konsumtif merupakan sebuah masalah karena individu cenderung tidak menanamkan sifat hidup hemat dan sifat produktif. Dari hidup yang berperilaku konsumtif yang berlebihan akan menimbulkan hal negatif yang lebih besar yaitu:

1. Sifat boros, sifat pemborosan mencakup kecenderungan untuk menghamburkan uang dengan hanya memenuhi keinginan dan nafsu belanja semata, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, adanya kesenjangan atau ketidaksetaraan sosial menunjukkan adanya perasaan cemburu, iri, dan ketidakpuasan diantara anggota masyarakat terhadap lingkungan sekitarnya.
3. Tindakan kejahatan, artinya perbuatan kejahatan merujuk pada sikap seseorang yang membenarkan segala metode untuk memperoleh barang atau keinginannya.
4. Akan muncul individu-individu yang kurang produktif, yang artinya mereka tidak mampu menghasilkan pendapatan tetapi hanya mengonsumsi dan menggunakan uang.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan dampak dari perilaku konsumtif terbagi menjadi dua yaitu dampak negatif dan dampak positif. Dampak negatifnya yaitu pemborosan, menimbulkan kesenjangan sosial dan menimbulkan inflasi sedangkan dampak positifnya yaitu membuka atau menambah lapangan

pekerjaan, memberikan kepuasan bagi konsumen dan mempercepat roda perekonomian.

2.1.5 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Hijrianti & Fitriani (2020) terdapat delapan indikator perilaku konsumtif, yaitu:

1) **Membeli produk karena iming-iming hadiah**

Individu membeli barang atau jasa karena tertarik dengan hadiah yang diberikan oleh produsen sebagai imbalan atas pembelian konsumen.

2) **Membeli produk karena kemasannya menarik**

Individu membeli produk karena tertarik dengan kemasan barang yang menarik dan unik.

3) **Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi**

Individu dalam membeli produk karena menjaga penampilan dan gengsinya, membeli barang dengan harga mahal dan bermerek demi dipandang lebih oleh masyarakat sekitarnya.

4) **Membeli produk atas potongan harga bukan manfaat**

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Potongan harga yang sengaja diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif

5) **Membeli produk hanya sekedar untuk menjaga simbol status**

Individu membeli produk hanya menjaga simbol status dengan membeli barang yang dianggap paling mewah untuk menunjukkan individu tersebut termasuk dalam kelas tinggi dan status sosial yang paling baik

6) Menggunakan produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Individu menggunakan produk yang dipakai ataupun diiklankan oleh idolanya karena ingin mengikuti idolanya

7) Adanya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal meningkatkan rasa percaya diri.

Individu membeli produk bukan berdasarkan kebutuhan akan tetapi karena produk tersebut memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.

8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda. Individu membeli produk dengan merk berbeda namun memiliki fungsi yang sama akan menimbulkan pemborosan.

Menurut Solomon (2014) perilaku konsumtif ditandai dengan ciri-ciri sebagai berikut :

1) Perilaku konsumen yang tidak mempertimbangkan dengan matang membeli sesuatu hanya karena tergiur dengan produk tersebut bukan berdasarkan skala prioritas. Contohnya tergiur karena promo atau iming iming hadiah padahal barang tersebut tidak dibutuhkan.

2) Kepuasan konsumen tersebut bersifat sementara. Seorang melakukan pembelian suatu produk yang didasarkan pada keinginan bukan dari kebutuhan, hanya karena memperoleh kepuasan atau kesenangan yang bersifat sementara. Contohnya membeli produk dengan model- model terkini karena gengsi, status sosial, dan ingin mendapat pengakuan dari orang lain.

3) Konsumen merasa bersalah dan menyesal setelah melakukan pembelian. Setelah melakukan pembelian akan timbul penyesalan atas tindakan yang

dilakukannya karena produk tersebut tidak dibutuhkan dan tidak mendapat manfaat dari produk tersebut.

Menurut Nainggolan (2022) terdapat lima indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif seseorang yaitu:

1. Membeli produk karena *trend*
2. Memberli produk karena kemasannya yang menarik
3. Membeli produk atas diskon atau iming-iming hadiah
4. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial
5. Membeli produk karena idolanya yang menjadi bintang iklan produk tersebut.

Berdasarkan beberapa penjelasan di atas penelitian ini menggunakan indikator perilaku konsumtif ynag dikemukakan oleh Sumartono yaitu membeli barang karena hadiah yang menarik, membeli barang karena kemasannya yang menarik, membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, membeli barang karena ada program potongan harga, membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda.

2.2 Penggunaan Teknologi Digital

2.2.1 Pengertian Penggunaan Teknologi Digital

Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Technologia* menurut Webster Dictionary berarti *systematic treatment* atau penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan *techne* sebagai dasar kata teknologi berarti *skill* atau keahlian,

keterampilan dan ilmu. Menurut Muntaqo (2017) teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisien dalam setiap kegiatan manusia. Sejalan dengan Davis dalam (Sukma et al., 2019) orang menerima ataupun menolak penggunaan aplikasi dalam teknologi informasi digital yaitu cenderung menggunakan atau tidak menggunakan teknologi tersebut dalam tugas tugas mereka (*perceived usefulness*) dan sekalipun pengguna percaya bahwa sistem teknologi tersebut berguna, namun pada saat yang sama mereka juga percaya bahwa sistem teknologi tersebut sulit untuk digunakan (*perceived ease of use*).

Menurut Aji (2016) Penggunaan Teknologi Digital atau *digital technology* adalah teknologi yang pengoperasiannya tidak lagi membutuhkan banyak tenaga manusia dan bertujuan untuk menggunakan sistem otomatis dengan sistem komputer. Hal ini sebagian besar terkait dengan sistem operasi yang secara otomatis dikaitkan dengan sistem komputer atau format yang dapat dibaca komputer. Sistem digital merupakan evolusi dari sistem analog. Setiap sistem digital menggunakan angka urutan untuk mengambil informasi. Penggunaan Teknologi Digital dapat membantu meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan jangkauan komunikasi. Penggunaan Teknologi Digital adalah nama lain dari teknologi informasi, oleh karena itu pengetahuan yang diperoleh dari Penggunaan Teknologi Digital dapat diterapkan pada teknologi informasi ketika mempelajari teknologi informasi.

Menurut Muhasim (2017) perkembangan Penggunaan Teknologi Digital merupakan hasil rekayasa akal, pikiran, dan kecerdasan manusia yang tercermin dalam kemajuan ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat dalam segala aspek

kehidupan manusia. Sejalan dengan pendapat diatas Dude (2021) mengungkapkan Penggunaan Teknologi Digital adalah sebuah teknologi informasi yang lebih mengutamakan kegiatan dilakukan secara komputer atau digital dibandingkan menggunakan tenaga manusia, tetapi lebih cenderung pada sistem pengoperasian yang serba otomatis dan canggih dengan sistem komputeralisasi atau format yang dapat dibaca oleh komputer. Davis dalam Loriyana (2021) menjelaskan Penggunaan Teknologi Digital merupakan merupakan suatu sistem untuk menyajikan informasi guna mendukung fungsi operasi, manajemen, dan proses pengambilan keputusan dalam suatu organisasi seperti *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak) dan *brainware* merupakan unsur manusia yang menjalankan sistem informasi .

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui Penggunaan Teknologi Digital adalah teknologi yang dimana pengoperasionalannya tidak lagi banyak membutuhkan tenaga manusia dan cenderung memanfaatkan sistem yang otomatis dengan sistem komputer.

2.2.2 Jenis – Jenis Penggunaan Teknologi Digital

Menurut Rippa dan Secundo (2018) Penggunaan Teknologi Digital dibagi kedalam tiga bagian berikut ialah

1. *Digital Artifact*

Merupakan komponen dari Penggunaan Teknologi Digital, aplikasi, atau konten yang menawarkan fungsi dan nilai tertentu pada penggunanya. Contoh dari *digital artifact* adalah *Digital Storytelling* atau sebuah konsep menceritakan cerita dengan bentuk digital misalnya dengan gambar, audio,

video, dan animasi serta dilengkapi dengan narasi dan music untuk menyampaikan informasi kepada pengguna.

2. *Digital Platform*

Didefinisikan sebagai platform berbasis perangkat lunak yang memungkinkan pengguna beroperasi secara antarmuka melalui modul yang mereka operasikan. Contoh dari *digital platform* adalah *cloud computing* dan sosial media atau sebuah media yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dimanapun dan kapanpun tidak terbatas ruang dan waktu dalam satu aplikasi.

3. *Digital Infrastructure*

Didefinisikan sebagai alat dan sistem yang mampu memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi antar pengguna. Ini melibatkan banyak pengguna yang berkolaborasi untuk menciptakan sistem yang saling berhubungan. Contoh Infrastruktur Digital dicontohkan dengan Pencetakan 3D, suatu proses yang digunakan untuk menghasilkan objek tiga dimensi dengan melapisi material di bawah kendali komputer, memungkinkan terciptanya hampir semua bentuk atau objek. Dalam proses ini, beberapa pengguna terlibat, dengan tugas dibagi antara desain dengan bantuan komputer dan pengoperasian mesin untuk mengubah desain menjadi produk nyata.

Menurut Peniarsih dan Iswandir (2023) jenis- jenis Penggunaan Teknologi Digital terbagi menjadi empat yaitu:

1. Teknologi komunikasi digital

Salah satu bentuk Penggunaan Teknologi Digital ini sampai saat ini sangat umum digunakan oleh manusia. Hal ini karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat menghindari kebutuhan untuk berinteraksi dengan sesama. Oleh karena itu, jenis teknologi ini juga mengalami perkembangan dan inovasi yang pesat. Contoh Penggunaan Teknologi Digital dalam kategori ini termasuk *smartphone*, televisi pintar, tablet, laptop, radio, dan perangkat lainnya.

2. Teknologi industri digital

Penggunaan Teknologi Digital industri saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Saat ini, penggunaannya bahkan tidak dapat disangkal lagi untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dan dalam jumlah besar. Contoh Penggunaan Teknologi Digital dalam ranah industri termasuk big data, kecerdasan buatan, komputasi awan, dan sejenisnya.

3. Teknologi ekonomi digital

Penggunaan Teknologi Digital juga telah meluas ke sektor ekonomi. Saat ini, semakin banyak transaksi yang menjadi lebih sederhana antara para pengguna teknologi tersebut. Hal ini secara pasti memberikan dukungan terhadap pertumbuhan ekonomi serta peningkatan jumlah uang yang beredar dalam suatu negara. Contoh-contoh Penggunaan Teknologi Digital di ranah ekonomi termasuk *e-commerce*, dompet digital, aplikasi pembayaran.

4. Teknologi edukasi digital

Perubahan mendasar juga terjadi di sektor pendidikan berkat Penggunaan Teknologi Digital. Kemajuan ini memungkinkan siswa dan pendidik untuk berinteraksi dengan lebih efisien dan efektif. Tidak mengherankan bahwa saat

ini banyak produk Penggunaan Teknologi Digital yang dikembangkan untuk memfasilitasi interaksi tersebut. Contoh-contoh Penggunaan Teknologi Digital dalam ranah pendidikan meliputi aplikasi pendidikan berbasis digital, aplikasi pertemuan, dan lain sebagainya.

2.2.3 Manfaat Penggunaan Teknologi Digital

Perkembangan zaman ke era digital membawa manfaat bagi kehidupan manusia diantaranya membantu pekerjaan dalam membuat, mengubah, menyimpan, menyampaikan informasi dan menyebarkan informasi secara cepat, berkualitas, dan efisien. Menurut Sabathani et al (2021) dalam perkembangan Penggunaan Teknologi Digital ini tentu banyak dampak yang dirasakan dalam era perkembangan teknologi atau era digital ini. Berikut dampak positif yang dapat dirasakan antara lain:

- a. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya
- b. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berorientasi pada Penggunaan Teknologi Digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan kita.
- c. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
- d. Meningkatnya kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.

- e. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan.
- f. Munculnya *e-business* seperti toko online yang menyediakan berbagai barang kebutuhan dan memudahkan mendapatkannya.

Selanjutnya menurut Danuri (2019) manfaat Penggunaan Teknologi Digital dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

a. Transaksi digital

Dalam transaksi ini melibatkan beberapa pihak ketiga sebagai media perantara transaksi bank baik dalam bentuk nyata maupun virtual. Transaksi berlangsung melalui berbagai macam kegiatan seperti penjualan, pembelian, lelang, pembayaran dan pemesanan yang dilakukan dengan sarana *e-banking*, *sms banking*, *internet banking*, *e-money*, dan pembayaran lainnya yang memiliki akses pembayaran.

b. Aktivitas digital

Setiap orang dapat memanfaatkan sarana ini tidak tergantung pada aktivitas fisik, dapat dilakukan dari lokasi maupun wilayah yang tak terbatas. Seperti *e-learning*, *e-tiket*, *e-kursus*, *e-action*, *e-library*, ojek online dan aktivitas lainnya yang terhubung ke internet.

c. Perusahaan digital

Dengan munculnya perusahaan digital yang menyediakan akses melalui media digital menjadikan teknologi secara penuh dibutuhkan manusia. Layanan seperti ojek online dan sejenisnya membawa perubahan besar dimasyarakat.

Beberapa perusahaan lain harus tutup dan merugi dengan muncul perusahaan digital ini seperti perusahaan penerbitan, perusahaan periklanan, perusahaan dagang dan perusahaan tradisional lainnya yang mulai banyak ditinggalkan oleh pelanggannya menuju pada pemanfaatan Penggunaan Teknologi Digital.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan manfaat Penggunaan Teknologi Digital sangatlah beragam yaitu dapat digunakan dalam transaksi secara digital, beragam aktivitas digital seperti *e-learning*, *e-library* dan lain sebagainya serta perusahaan digital.

2.2.4 Indikator Penggunaan Teknologi Digital

Model *Technology Acceptance Model* (TAM) yaitu model yang dapat menduga dan menjelaskan pengguna teknologi dapat menerima dan menggunakan teknologi. Teori yang dikemukakan oleh Davis menjelaskan metode yang digunakan untuk mengukur faktor-faktor yang membuat orang ingin menggunakan teknologi. Model ini dikembangkan oleh Davis (Irawati et al., 2020) dengan berfokus pada:

1. *Perceived Usefulness* (Persepsi Kebermanfaatan)
2. *Perceived Ease Of Use* (Persepsi Kemudahan)
3. *Attitude Toward Using* (Sikap Terhadap Penggunaan)
4. *Actual Usage* (Penggunaan Sesungguhnya)

Menurut Nazirwan (2018) indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan Penggunaan Teknologi Digital diukur sebagai variabel yaitu :

1. *Trust/* kepercayaan
2. *Perceived usefulness/* persepsi kebermanfaatan
3. *Perceived ease of use/* persepsi kemudahan

4. *Perceived e-service quality*/ persepsi kualitas pelayanan digital
5. *Perceived risk*/ persepsi risiko

Menurut Huslina et al (2015) indikator yang dapat digunakan untuk mengukur teknologi informasi digital yaitu:

1. Pemanfaatan komputer
2. Penggunaan jaringan internet
3. Pengawasan secara terkomputerisasi
4. Penilaian secara terkomputerisasi

Berdasarkan beberapa penjelasan diatas dalam penelitian ini indikator Penggunaan Teknologi Digital yang digunakan yang dikemukakan oleh Davis (Irawati et al., 2020) dengan berfokus pada: *perceived usefulness, perceived ease of use, attitude toward using, actual usage*.

2.3 Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

2.3.1 Pengertian Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

Pendidikan merupakan upaya berkelanjutan untuk meningkatkan keterampilan seseorang melalui proses pembelajaran yang terjadi dilingkungan sekolah, keluarga, dan komunitas (Lilis, 2022). Pendidikan dapat memberikan dampak pada pembentukan pola pikir yang membangun struktur pemahaman dan pengetahuan.

UU No. 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional mendefenisikan pendidikan sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi yang ada pada dirinya untuk memiliki kekuatan spritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta

keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara (Novitasari, 2020).

Pendidikan terdapat beberapa bentuk antara lain pendidikan informal, formal dan non formal. Pendidikan awal yang dijalani adalah pendidikan informal yaitu pendidikan dalam rumah tangga atau keluarga (Mayasari et al., 2022). Pendidikan informal meliputi jalur pendidikan keluarga yang dapat mempengaruhi dan menunjang prestasi dalam pendidikan formal (Lilis, 2022).

Menurut Lilis (2022) keluarga merupakan sebuah kelompok yang terdiri dari dua orang atau lebih (suami, istri, anak jika ada) yang memiliki hubungan melalui darah atau pernikahan dan tinggal bersama. Keluarga merupakan pendidikan primer dan utama bagi anak. Dalam proses mendidik anak, sekolah melanjutkan peran pendidikan yang telah dilakukan oleh orang tua di rumah. Keberhasilan atau kegagalan pendidikan di sekolah sangat bergantung pada proses pembelajaran yang terjadi di lingkungan keluarga.

Selanjutnya Khairinal et al (2022) menjelaskan keluarga merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku ekonomi seseorang. Keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perkembangan anak, karena sebagian besar kehidupan anak berada di tengah keluarganya. Sejalan dengan kajian Aprillia et al (2015) lingkungan keluarga menjadi fondasi utama pendidikan bagi anak, yang memandu bagaimana seharusnya anak berperilaku sebagai konsumen. Ini karena anak pertama kali memperoleh pengetahuan ekonomi dari keluarga sebelum terpapar pada lingkungan yang lain.

Menurut Afrianti (2020) pendidikan ekonomi keluarga merupakan gambaran atau ide dalam proses mengajarkan dan memberikan contoh untuk

merubah perilaku seseorang dalam hal ekonomi dengan tujuan menunjukkan perilaku ekonomi yang baik. Menurut Wulandari et al (2021) Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga merupakan suatu kegiatan pembeian pengetahuan mengenai ekonomi melalui penjelasan, pemberian contoh, diskusi dan pembiasaan perilaku yang bertujuan agar anggota keluarga terutama anak mampu mengelola keuangan dan membuta keputusan ekonomi yang tepat dan bijak.

Menurut Mayasari (2019) Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga merupakan pendidikan ekonomi yang dilakukan dari dalam keluarga itu sendiri yang dimana anggota keluarga memberikan pembelajaran ekonomi kepada anak agar anak melakukan kegiatan ekonomi yang efektif dan efisien untuk memenuhi kebutuhan keluarga.

Sejalan dengan pendapat diatas menurut Novitasari & Septiana (2021) pendidikan ekonomi dalam keluarga adalah tuntunan dari orang tua sebagai pendidik yang pertama dan utama kepada anak sebagai bentuk pengetahuan, sikap, dan keterampilan, mengenai bersikap efisiensi dalam memanfaatkan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Purwaningrum & Wahyono (2021) pendidikan ekonomi dalam keluarga merupakan proses sosialisasi yang primer karena sebagian besar anak akan belajar bagaimana berperilaku rasial sesuai dengan prinsip ekonomi. Seorang anak menerima pendidikan untuk membantunya memahami uang, cara menggunakannya, dan cara mendapatkan uang. Melalui pendidikan ekonomi sejak dini, anak-anak akan mendapatkan manfaat lebih langsung karena mereka sudah diberikan pendidikan awal.

Berdasarkan penjelasan diatas Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga merupakan suatu kegiatan pemberian pengetahuan tentang ekonomi melalui

pembelajaran, keteladanan dan penjelasan mengenai pengambilan keputusan dalam mengelola sumber daya untuk kebutuhan.

2.3.2 Manfaat Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

Menurut Lilis (2022) manfaat pendidikan ekonomi dalam lingkungan keluarga yaitu:

1. Dengan pemberian pendidikan ekonomi kepada anak dapat berperilaku ekonomi yang baik dan rasional sehingga terhindar dari perilaku ekonomi yang tidak diinginkan seperti gaya hidup boros dan konsumtif.
2. Dengan pemberian penjelasan pendidikan ekonomi kepada anak dapat membentuk literasi keuangan yang dapat meminimalisir dampak ketidakmampuan anak dalam mengelola keuangan pribadinya.
3. Dengan pemberian pendidikan ekonomi diharapkan anak dapat memiliki pertimbangan atas tindakan ekonomi yang baik dan tidak baik dilakukan serta bijaksana dalam mengatur keuangannya.

Selanjutnya Lermite juga menjelaskan manfaat pemberian pendidikan ekonomi dalam keluarga dalam (Suryani, 2017) yaitu :

1. Anak memiliki bekal pengetahuan ekonomi sehingga dapat mengelola keuangan dengan baik dan bijak dalam menentukan keputusan finansial. Belajar mengenai kebiasaan penggunaan uang yang konsisten dan memiliki keterampilan finansial yang bermanfaat sehingga dapat membuat keputusan yang tepat dalam pembelian dan penentuan prioritas serta memiliki perilaku rajin menabung.
2. Anak akan memahami bahwa uang adalah alat untuk mencapai target kebutuhan penunjang hidup. Perilaku tersebut didapat melalui pengajaran

yang diberikan oleh orangtua. Anak memiliki rasa tanggung jawab atas pengelolaan keuangan pribadinya. Sehingga dapat mencapai kehidupan yang lebih sejahtera. Dalam hal ini orang tua memiliki peran untuk membantu mereka dalam pertimbangan mengambil suatu keputusan.

Menurut Farisya & Rizky (2021) manfaat dari Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga yang diberikan orang tua kepada anak yaitu:

1. Pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarganya khususnya orangtua dapat membentuk anak menjadi pribadi yang efektif, dimana Anak-anak yang mendapatkan pendidikan ekonomi dari keluarga cenderung memiliki pemahaman yang lebih baik tentang keterampilan keuangan dasar, seperti mengelola uang, membuat anggaran, dan menabung
2. Pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarganya khususnya orangtua dapat membentuk anak menjadi pribadi yang efisien, Pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarga, khususnya orangtua, tidak hanya membekali anak dengan pengetahuan, tetapi juga mengajarkan mereka keterampilan praktis yang mendukung efisiensi dalam mengelola aspek-aspek kehidupan ekonomi mereka
3. Pendidikan ekonomi yang diberikan oleh keluarganya khususnya orangtua dapat membentuk anak menjadi pribadi yang rasional, Pendidikan ekonomi yang baik memberikan dasar bagi anak-anak untuk mengembangkan pemikiran rasional dan analitis terkait dengan aspek-aspek ekonomi kehidupan mereka. Hal ini dapat membentuk pola pikir yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab dalam menghadapi situasi ekonomi.

Berdasarkan uraian diatas manfaat pendidikan ekonomi dalam keluarga yaitu agar anak dan keluarga memiliki perilaku ekonomi yang rasional, bermanfaat agar dapat mengelola keuangan dengan baik dan bijak, dan memiliki pertimbangan atas tindakan ekonomi yang baik.

2.3.3 Indikator Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

Menurut Novitasari & Septiana (2021) Indikator Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga yaitu :

1. Pembiasaan

Pembiasaan dalam pendidikan ekonomi dalam keluarga mungkin mencakup kegiatan seperti pengelolaan anggaran keluarga, penghematan, perencanaan keuangan, atau kebiasaan positif lainnya yang berkaitan dengan aspek ekonomi. Misalnya, keluarga yang secara rutin melakukan perencanaan anggaran, membahas keputusan pengeluaran, atau mengajarkan anak-anak tentang pentingnya menabung dapat dianggap memiliki pembiasaan positif terkait Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga.

2. Keteladanan

Keteladanan dapat diartikan sebagai prinsip di mana anggota keluarga, terutama orang tua memberikan contoh dan perilaku yang positif terkait dengan manajemen keuangan, pengelolaan sumber daya, dan keputusan ekonomi. Keteladanan dapat menjadi suatu cara untuk mentransmisikan nilai-nilai dan keterampilan ekonomi kepada anggota keluarga terutama anak.

3. Penjelasan

Penjelasan ekonomi dalam pendidikan keluarga adalah untuk meningkatkan pemahaman anggota keluarga tentang aspek-aspek ekonomi yang memengaruhi kehidupan mereka sehari-hari. Dengan memberikan penjelasan yang jelas, anggota keluarga dapat lebih mudah mengambil keputusan finansial yang bijaksana dan berpartisipasi secara aktif dalam manajemen keuangan keluarga

Sejalan dengan Putra (2022) indikator yang digunakan untuk mengukur pendidikan ekonomi dalam keluarga yaitu

1. Pembiasaan
2. Keteladanan
3. Penjelasan (*Transfer of knowledge*)

Selanjutnya Mayasari (2019) menjelaskan indikator Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dalam keluarga yaitu :

1. Pemberikan pembelajaran tentang ekonomi
2. Pembiasaan contoh kegiatan ekonomi
3. Pengelolaan pendapatan

Berdasarkan uraian beberapa pendapat diatas, dalam penelitian ini indikator pendidikan ekonomi dalam keluarga yang digunakan yang dikemukakan oleh Mayasari (2019) yaitu pemberian pembelajaran ekonomi, pembiasaan contoh ekonomi, dan pengelolaan pendapatan.

2.4 Penelitian Relevan

Adapun penelitian- penelitian yang terkait dengan Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif

Tabel 2.1 Penelitian Relevan

No	Nama dan tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian
1	Nur farichin & Yuniarti (2022)	Pengaruh Digitalisasi Dalam Bidang <i>E-Commerce</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel	Hasil penelitian ini menunjukka perilaku konsumtif mahasiswa terhadap pembelian barang secara online melalui <i>e-commerce</i> terjadi akibat banyaknya penawaran yang menguntungkan yang ditawarkan oleh perusahaan <i>e-commerce</i> yang lama kelamaan menimbulkan perilaku konsumtif. Peneliti dalam penelitian mengungkapkan perlunya kesadaran pemanfaatn Penggunaan Teknologi Digital kearah yang lebih positif, bermanfaat dan tidak berlebihan.
2	Khulsum, Umi (2022)	Pengaruh Penggunaan <i>E-Commerce</i> dan <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa IAIN Kudus	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>E-Commerce</i> yang terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Kudus, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana t_{hitung} variabel ini menunjukkan nilai 23,666 yang mana t_{hitung} lebh besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,660 . Maka dapat di artikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa <i>E-Commerce</i> berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kudus. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh <i>digital payment</i> yang terhadap perilaku konsumtif mahasiswa IAIN Kudus, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana t_{hitung} variabel ini menunjukkan nilai 29,969 yang mana t_{hitung} lebh besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,660 . Maka dapat di artikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa <i>Digital Payment</i> berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kudus.
3	Ahadiah et.al (2023)	Dampak Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Perilaku Konsumen	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan Teknologi Digital mempengaruhi perilaku konsumen untuk melakukan pembelian. Perkembangan Penggunaan Teknologi Digital serta duta produk telah mengubah cara orang berbelanja dan pandangan di berbagai tempat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Metode analisis dengan cara meninjau dan memeriksa secara kullitatif artikel dan prosiding dari Systematic Literature Review (SLR). Hasil dari penelitian ini adalah 1) Teknologi digital terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap menentukan sikap, preferensi, dan keputusan konsumen dalam peran mereka sebagai anggota komunitas, individu, dan konsumen yang cerdas. 2) Ditemukan bahwa keterlibatan selebriti memiliki

No	Nama dan tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian
			dampak yang signifikan terhadap niat pembelian pelanggan
4	Khairinal et al (2022)	Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh media sosial yang merupakan aplikasi Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif siswa, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana t_{hitung} variabel ini menunjukkan nilai 4,658 yang mana t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 0,282 dan dari nilai signifikansinya variabel media sosial memiliki signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diambil keputusan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian ini juga menunjukkan terdapat pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana t_{hitung} variabel ini menunjukkan nilai 3,931 yang mana t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar -0,240 dan dari nilai signifikansinya variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga memiliki signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diambil keputusan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.
5	Wulandari et al., (2021)	Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta, hal ini dapat dilihat dari hasil uji t dimana t_{hitung} variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga menunjukkan nilai 1,966 yang mana nilai t_{tabel} sebesar -3,144 dan dari nilai signifikansinya variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga memiliki signifikan sebesar $0,002 < 0,05$. Maka dapat diambil keputusan pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap perilaku konsumtif
6	Nasrulloh et al., (2023)	Pengaruh Kemudahan Berbelanja pada Masa Society 5.0 yang Meningkatkan Sifat Konsumtif pada Kaum Milenial	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya perkembangan teknologi tidak serta merta menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif karena mudahnya mendapatkan sesuatu yang diinginkan atau dibutuhkan tanpa perlu keluar rumah. Akan tetapi ada faktor-faktor lain yang lebih mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif disamping adanya teknologi yang memudahkan untuk berbelanja.
7	Sholihah &	Pengaruh Pendidikan	Hasil penelitian menunjukkan uji hipotesis

No	Nama dan tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian
	Amri, (2019)	Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMK Negeri 1 Jombang, MA Darussalam Sengon Dan SMK Tarbiyatunnasyiin Jogoroto Jombang. 1Nur	disekolah SMKN 1 Jombang dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 16, didapatkan nilai R Square = 0,056. Disekolah MA Darussalam didapatkan nilai R Square = 0,087. analisis data menunjukkan bahwa variabel pendidikan ekonomi ekonomi keluarga menunjukkan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa disekolah SMKN 1 Jombang dan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif siswa di MA Darussalam dan SMK Tarbiyatunnasyiin.

2.5 Hubungan Antar Variabel

a. Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif

Banyaknya platform digital yang dapat digunakan manusia yang menyediakan fitur yang mempermudah pengguna untuk mendapatkan informasi dengan cepat. Dengan fitur-fitur yang dapat digunakan dapat dengan mudah memenuhi kebutuhan sehingga dengan kemudahan tersebut bisa menaikkan intensitas pembelian produk yang memicu perilaku konsumtif.

b. Pengaruh pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif

Melalui Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga mempengaruhi bagaimana anggota keluarga dalam berperilaku konsumsi yang bijak, mengelola keuangan yang tepat, dan dapat menghadapi masalah- masalah ekonomi dalam kehidupannya. Dengan tidak tepatnya penerapan pendidikan ekonomi dalam keluarga akan mempengaruhi sikap seseorang untuk melakukan konsumsi dan mengarah pada perilaku konsumtif.

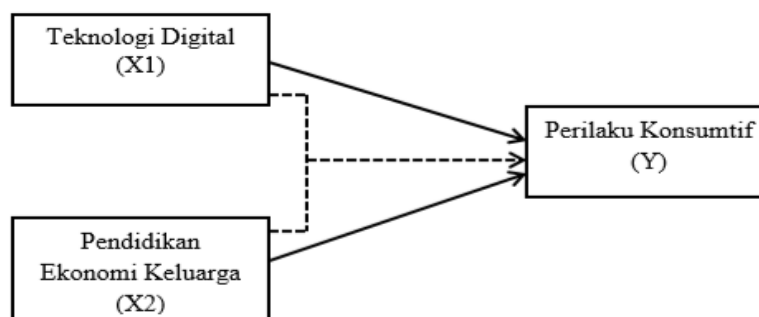
c. Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diterima seseorang akan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi seseorang. Seseorang yang mendapatkan kemudahan dalam Penggunaan Teknologi Digital saat ini dalam memenuhi kebutuhan dan penerapan pendidikan ekonomi yang diterima dalam keluarga kurang baik akan mendorong perilaku konsumsi yang kurang baik yang mengarah pada perilaku konsumtif

2.6 Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir adalah pola pikir yang menyediakan cara untuk memberikan jawaban sementara untuk masalah yang diberikan. Berdasarkan tinjauan literatur diatas, kerangka kerja berikut dapat dikembangkan.

Berdasarkan konsep tersebut, maka kerangka penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi. Dimana variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) sebagai variabel bebas (variabel independen), kemudian variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebagai variabel terikat (variabel dependen). Berikut kerangka konseptual dari penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Keterangan:

- > Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan/ bersama-sama
- > Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial/ sendiri-sendiri

2.7 Hipotesis

1. H_{a1} = Terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

H_{01} = Tidak Terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

2. H_{a2} = Terdapat pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

H_{02} = Tidak terdapat Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

3. H_{a3} = Terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi

H_{03} = tidak terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

3.1.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021-2023 Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi yang beralamat di Jalan Lintas Jambi- Muara Bulian KM 15, Desa Mendalo Indah, Kelurahan Mendalo, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, Kode Pos 36361.

3.1.2 Waktu Penelitian

Tabel 3.1 Waktu Penelitian

No	Jenis kegiatan	Bulan								
		Sept 2023	Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024
1.	Pengajuan judul									
2.	Penyusunan Proposal									
3.	Bimbingan Proposal									
4.	Seminar Proposal									
5.	Revisi Proposal									
6.	Pengumpulan Data Penelitian									
7.	Pengolahan Data									
8.	Penyusunan Skripsi									
9.	Bimbingan Skripsi									
10.	Sidang Skripsi									

3.2 Desain Penelitian dan Variabel Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu rancangan rencana dan struktur penyelidikan yang disusun sedemikian rupa sehingga penelitian dapat memperoleh jawaban untuk pertanyaan-pertanyaannya penelitian (Khairinal, 2016). Penelitian ini menggunakan penelitian *ex post facto*. Penelitian *ex post facto* merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi yang kemudian melihat kebelakang untuk mengetahui factor yang dapat menimbulkan kejadian tersebut. Pendekatan ini digunakan peneliti untuk mengukur pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021-2023.

3.2.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu penilaian dari objek yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas (*independent*) dan 1 variabel terikat (*dependent*).

a. Variabel Bebas (*independent*)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependent (terikat) yang mana variabel bebas ini merupakan sebab terjadinya variabel terikat. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel bebas yang dilambangkan dengan X, (X1) yaitu Penggunaan Teknologi Digital dan (X2) pendidikan ekonomi dalam keluarga.

b. Variabel Terikat (*dependent*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel terikat yang disimbolkan dengan Y, dan yang menjadi variabel terikat adalah perilaku konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi penelitian ini adalah mahasiswa Strata-1 Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Jambi angkatan 2021-2023. Berdasarkan data yang diperoleh jumlah populasi keseluruhan adalah 286 mahasiswa dengan proporsi pada tabel berikut :

Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Pendidikan Ekonomi angkatan 2021,2022 & 2023

No	Angkatan	Kelas	Jumlah
1	2021	R-001	35 Orang
		R-002	34 Orang
		R-003	35 Orang
2	2022	R-001	37 Orang
		R-002	36 Orang
		R-003	37 Orang
3	2023	R-001	37 Orang
		R-002	36 Orang
		R-003	36 Orang
Total Mahasiswa			323 Orang

Sumber : Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2023

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016). Jika peneliti dihadapkan pada keterbatasan dana, tenaga, dan waktu yang membuat sulit untuk mempelajari keseluruhan populasi,

solusi yang dapat diterapkan adalah menggunakan sampel yang mewakili populasi tersebut. Segala yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya dapat diberlakukan untuk populasi. Maka dari itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar mewakili populasi tersebut (Sugiyono, 2018). Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebagian dari mahasiswa S1 pendidikan ekonomi angkatan 2021-2023 yang akan diteliti.

Pada penelitian ini sampel akan diambil menggunakan rumus *slovin*. Rumus slovin digunakan karena jumlah sampel yang besar sehingga memerlukan metode untuk memperoleh sampel yang sedikit tetapi bisa mewakili seluruh populasi. Adapun slovin tersebut yaitu:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e² = batasan ketelitian yang diinginkan (5% atau 0,05)

Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{323}{1 + 323 (0,05^2)} = \frac{323}{1 + 323(0,0025)} = \frac{323}{1 + 0,80} = 178$$

Berdasarkan rumus diatas, maka sampel pada penelitian ini berjumlah 178 responden (mahasiswa).

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah *skala likert*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang

ataupun kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Jenis data dalam penelitian ini adalah berupa data ordinal dengan menggunakan skala pengukuran *skala likert*. Dengan *skala likert* variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, indikator tersebut dijadikan tolak ukur untuk menyusun item pertanyaan ataupun pernyataan. Dan dengan hal tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi menggunakan *skala likert*.

3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019) data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya ataupun data yang diperoleh langsung dari responden pertama tanpa adanya perantara. Dalam penelitian ini, data primer dipilih peneliti sebagai sumber data karena instrumen penelitian pada penelitian ini adalah angket yang disebar pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021-2023 Universitas Jambi.

3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling pada penelitian ini adalah pengambilan sampel sederhana (*probability sampling*). Menurut Sugiyono (2016) *probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur/anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Lebih spesifik teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *propotionate stratified random sampling* yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak pada populasi dengan jumlah sampel yang proposional pada tiap strata. Teknik sampel ini cocok

digunakan pada subjek penelitian ini yaitu mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2021-2023 yang berstrata sehingga antara ketiga angkatan dapat mewakili sampel dengan jumlah yang seimbang dalam variabel penelitian

Tabel 3.3 Pembagian Sampel

No	Angkatan	Jumlah	Pembagian sampel	Sampel
1	2021	104	104/323x178	57
2	2022	111	111/323x178	61
3	2023	108	108/323x178	60
Total		323	178 Orang	

Sumber: Olahan peneliti, 2023

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data menggunakan teknik pengisian angket. Menurut Khairinal (2016) angket merupakan sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang disusun dan digunakan peneliti untuk diserahkan pada responden untuk dibawa pulang responden ke rumah untuk dijawab dan selang beberapa hari angket akan diambil oleh peneliti dari responden. Berdasarkan definisi tersebut maka teknik pengambilan Data pada penelitian ini berupa data kuantitatif yang diperoleh dari angket yang digunakan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).

3.7 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian untuk melakukan pengukuran, maka harus ada alat ukur yang baik. Alat ukur penelitian disebut instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2016) instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur

fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

3.7.1 Angket

Metode pengumpulan data dalam studi ini menggunakan penerapan teknik pengisian angket. Angket merupakan suatu teknik pengumpulan data di mana responden memberikan jawaban terhadap serangkaian pertanyaan tertulis. Dalam penelitian ini menggunakan angket yang bersifat tertutup. Instrumen penelitian dirancang untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang tepat, oleh karena itu, setiap instrumen harus memiliki skala pengukuran. Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menetapkan rentang interval yang terdapat dalam alat ukur, sehingga penggunaan alat ukur tersebut menghasilkan data kuantitatif yang akurat. (Sugiyono, 2019). Maka nilai dari variabel yang diukur dengan menggunakan instrumen dapat dinyatakan dengan angka. Penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Setiap respons pada item instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki tingkat variasi dari sangat positif hingga sangat negatif. Dalam penelitian ini, opsi jawaban diberi skor dan diatur berdasarkan empat pilihan jawaban berikut:

Tabel 3.4 Skor Alternatif Jawaban Angket

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2019

3.7.2 Kisi Kisi Instrumen Penelitian

Adapun kisi-kisi instrumen variabel yang diukur menggunakan skala tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Variabel	Indicator	Deskriptor	Jumlah item
Penggunaan Teknologi Digital (Davis, 2020)	<i>Perceived usefulness/</i> persepsi kebermanfaatan	1. Meningkatkan efisiensi dalam melakukan pekerjaan 2. Mempermudah pekerjaan 3. <i>Usefull</i> (bermanfaat)	3
	<i>Perceived ease of use/</i> persepsi kemudahan	1. Kemudahan dalam penggunaannya 2. Penggunaannya yang fleksibel 3. Mudah untuk dipelajari	3
	<i>Attitude toward using/</i> sikap terhadap penggunaan	1. Adanya rasa senang dalam penggunaannya 2. Merasa nyaman dalam penggunaannya 3. Memenuhi kebutuhan dengan teknologi merupakan keputusan yang tepat	3
	<i>Actual Usage/</i> penggunaan sesungguhnya	1. Selalu menggunakan Penggunaan Teknologi Digital 2. Intensitas penggunaan Penggunaan Teknologi Digital 3. Kepuasan dalam penggunaannya	3
Total			12

Tabel 3.6 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Variabel	Indicator	Deskriptor	Jumlah item
Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (Mayasari, 2019)	Pemberian pembelajaran tentang ekonomi	1. Memahami peristiwa ekonomi dalam keluarga 2. Memahami keinginan dan kebutuhan 3. Memecahkan masalah ekonomi dalam keluarga	3
	Pembiasaan contoh kegiatan ekonomi	1. Membandingkan harga dan kualitas sebelum membeli 2. Ikut serta dalam kegiatan ekonomi dalam keluarga 3. Dilibatkan untuk mencari pendapatan atau penghasilan tambahan	3
	Pengelolaan pendapatan	1. Mampu mengatur keuangan dengan baik 2. Diberikan pemahaman mengenai kebutuhan dan keinginan	3

Variabel	Indicator	Deskriptor	Jumlah item
		3. Berdiskusi mengenai cara mengelola keuangan	
Total			9

Tabel 3.7 Kisi-Kisi Instrumen Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel	Indicator	Deskriptor	Jumlah item
Perilaku konsumtif (Sumartono, 2002)	Membeli barang karena iming-imingan hadiah	1. Tertarik adanya potongan harga 2. Tetap membeli produk diskon walaupun tidak dibutuhkan 3. Membeli hanya karena hadiah atau bonus	3
	Membeli barang karena kemasannya yang menarik	1. Membeli karena menyukai bentuk produk 2. Membeli karena tertarik dengan kemasan produk 3. Mempertimbangkan kemasan produk	3
	Membeli barang karena untuk menjaga penampilan diri dan gengsi	1. Ingin menjaga penampilan diri 2. Membeli produk karena gengsi 3. Membeli produk untuk mendapat pujian dari orang lain	3
	Membeli barang atas dasar pertimbangan harga bukan dari manfaatnya	1. Mempertimbangkan manfaat produk 2. Mempertimbangkan harga produk	2
	Membeli barang yang dianggap menjaga status sosial	1. Mempertimbangkan merek produk 2. Mempertimbangkan status sosial	2
	Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang	1. Membeli barang yang di iklankan idolanya 2. Ingin terlihat sama dengan idolanya	2
	Membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi	1. Membeli produk untuk meningkatkan rasa percaya diri 2. Membeli produk mahal	2
	Mencoba barang dari dua barang sejenis dengan	1. Suka mencoba produk baru 2. Suka mengoleksi produk tertentu	2

	merek yang berbeda.		
Total			19

3.8 Uji Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2016) hasil penelitian valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas suatu instrumen menunjukkan seberapa baik instrumen tersebut dapat mengukur hal-hal yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan SPSS Statistik 26. Setiap pertanyaan diuji secara terpisah, dan hasilnya dievaluasi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk menentukan validitasnya.

Kriteria penerimaan dan pengolahan data alat ukur yang digunakan yaitu:

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ berdasarkan uji signifikansi 0,05 (5%) yang berarti isiannya valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ berdasarkan uji signifikansi sebesar 0,05 (5%) berarti isiannya tidak valid.

3.8.2 Uji Reliabilitas

Instrumen yang dapat diandalkan adalah instrumen yang, jika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang konsisten (Sugiyono, 2016). Reliabilitas mencerminkan keandalan suatu instrumen sebagai alat pengumpul data, menunjukkan bahwa instrumen tersebut telah terbukti konsisten dan dapat diandalkan. Namun, walaupun instrumen

tersebut reliabel, itu tidak menjamin kevalidan instrumen jika instrumen tersebut rusak atau tidak sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, metode pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan dari aplikasi IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Statistics 26.0. Rumus tersebut digunakan karena instrumen penelitian ini menggunakan angket, sehingga sangat cocok untuk menentukan butir-butir soal dalam menentukan realibilitasnya. Berikut adalah tabel kriteria suatu instrumen penelitian yang dikatakan reliabel atau tidak.

Tabel 3.8 Interpretasi nilai r

Besaran nilai r	Interpretasi
0,80-1,00	Sangat tinggi
0,60-0,79	Tinggi
0,40-0,59	Sedang
0,20-0,39	Rendah
0,00-0,19	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2019)

Jika instrumen mencapai 0,60 keatas maka instrumen tersebut dikatakan reliabel dan bila kurang dari 0,60 maka instrumen tersebut dikatakan tidak reliabel. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan dari aplikasi IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) Statistics 26.0.

3.9 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) untuk menganalisis data diperlukan suatu cara atau metode analisis data hasil penelitian agar dapat diinterpretasikan sehingga laporan yang dihasilkan mudah dipahami. Analisis data merupakan proses yang terstruktur dalam mengorganisir dan menganalisis data, catatan lapangan, serta dokumen yang dikumpulkan, dengan tujuan untuk membuat kesimpulan yang dapat dipahami oleh peneliti maupun orang lain. Melalui teknik analisis data, kita

dapat menjawab pertanyaan penelitian dari rumusan masalah dan menguji hipotesis yang diajukan. Oleh karena itu, untuk memahami pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif, diperlukan analisis data yang relevan untuk memberikan gambaran dan jawaban yang dibutuhkan. Dalam analisis penelitian ini mendeskripsikan besarnya Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021-2023. Untuk mengukur hubungan masing-masing variabel dibantu komputerisasi melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.0.

3.9.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif untuk menganalisis data menggambarkan variabel Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga dalam bentuk penyatuan data kedalam bentuk hasil distribusi frekuensi. Analisis deskriptif berguna untuk melihat gambar baik rata-rata maupun penyebaran dari hasil yang diperoleh angket. Analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan masing-masing variabel. Kemudian data yang dikumpulkan diolah, dianalisis, sesuai dengan tujuan pertanyaan penelitian. Dalam hal ini TCR (Tingkat Capaian Responden) digunakan. Menurut Riduan dalam (Faridah et al., 2015) nilai Tingkat Pencapaian Responden (TCR) dihitung dengan rumus:

$$TCR = \frac{RS}{5} \times 100\%$$

Keterangan: TCR = Tingkat Capaian Responden

Rs = Rata-Rata Skor jawaban Responden

Interpretasi data deskriptif dilakukan dengan melihat kriteria TCR sebagai berikut:

Tabel 3.7 Rentang skala TCR

No	Rentang Skala	TCR
1	0% - 35%	Tidak Baik
2	36% - 50%	Kurang
3	51% - 65%	Cukup
4	66% - 84%	Baik
5	85% - 100%	Sangat Baik

Sumber : (Rusmin et al., 2022)

3.9.2 Uji Prasyarat Analisis

1. Uji Normalitas Data

Menurut Khairinal (2016) uji normalitas merupakan uji data yang menggambarkan apakah distribusi data di sekitarnya memiliki nilai rata-rata yang bersifat normal. Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah suatu set data berasal dari populasi yang mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas digunakan untuk menguji normalitas data Penggunaan Teknologi Digital (X1), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y) menggunakan uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* (K-S).

Uji normalitas dapat diketahui dengan analisis grafik dan analisa statistika dengan keputusan pengujiannya sebagai berikut :

- a. Jika analisis statistik digunakan, model regresi harus memiliki variabel residu. Jika signifikansi Kolmogorov lebih besar dari α , maka data residual berdistribusi normal. Jika data mempunyai signifikansi Kolmogorov kurang dari 5% atau 0,05 maka data sisanya tidak terdistribusi normal.

- b. Jika dalam analisis grafik, jika data memanjang keluar diagonal dan tidak menutupi arah diagonal, maka grafik tidak menunjukkan model distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat garis antara variabel X dan variabel Y apakah membentuk garis linear atau tidak (Kharinal, 2016). Jika tidak linear, maka analisis regresi tidak dapat dilanjutkan. Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada *Deviation From Linearity* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Apabila Nilai Probabilitas > 0.05 maka dapat dikatakan hubungan antar variabel adalah linier.
- b. Apabila Nilai Probabilitas < 0.05 maka dapat dikatakan hubungan antar variabel tidak linier.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas merupakan pengujian mengenai varian dan digunakan untuk mengetahui apakah dua buah distribusi mempunyai varian yang sama atau tidak (Khairinal, 2016). Uji homogenitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *levene* dan diuji menggunakan program IBM SPSS Statistics 26. Dengan dasar pengambilan keputusan yaitu:

- a. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka distribusi data adalah homogen
- b. Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka distribusi data adalah tidak homogen.

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah keadaan dimana terjadi hubungan linier yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen dalam model regresi (Khairinal, 2016). Uji multikolinieritas dilakukan dengan cara membandingkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Faktor pertambahan varian yaitu bila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih besar dari 0,05 atau 5% berarti telah memiliki kolinearitas yang tinggi dan tidak dikehendaki, yang diharapkan adalah besar nilai VIF berada dibawah 0,05 atau 5% (Khairinal, 2016). Pengujian ini dilaksanakan untuk menguji apakah ada korelasi ganda yang ditemukan antara variabel bebas benar-benar bersifat independen, sehingga tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel. Pengujian multikolineritas dapat dilihat dari nilai VIF dan nilai *tolerance*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau ≥ 10 .

5. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas melibatkan identifikasi gejala heteroskedastisitas (variasi tidak diinginkan dalam regresi), yang terkait dengan pengaruh suatu perlakuan pada variabel X pada waktu tertentu yang telah berlalu, dan bagaimana hal ini berkaitan dengan variabel X pada waktu yang akan datang (Khairinal, 2016). Ghozali (2016) menjelaskan uji heteroskedastiditas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan variance dari resisdual satu pengamatan ke pengamatan lain. Keberadaan heteroskedastisitas dalam regresi linier tidak diinginkan karena dapat membuat model menjadi tidak stabil dalam suatu penelitian; sebaliknya, homoskedastisitas diharapkan. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Gletjser dengan

menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 26. Melalui tabel koefisien dari uji glejser jika signifikansinya $< 0,05$ artinya terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika signifikansinya $> 0,05$ artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah suatu model uji yang digunakan untuk menilai pengaruh hubungan antara dua atau lebih variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Tujuan dari analisis regresi berganda adalah untuk memproyeksikan perubahan dalam variabel dependen sebagai hasil dari variabel independen yang mempengaruhi dengan arah positif atau negatif. Rumus yang digunakan dalam analisis regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

Y	= Perilaku Konsumtif
a	= Bilangan Konstanta
b ₁	= Koefisien Variabel X ₁
b ₂	= Koefisien Variabel X ₂
X ₁	= Penggunaan Teknologi Digital
X ₂	= Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga
e	= Standar Error

2. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dalam penelitian ini (Ghozali, 2018). Uji ini memanfaatkan uji t untuk menilai signifikansi koefisien. Penggunaan uji t bertujuan untuk menentukan apakah pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) bersifat signifikan secara individu atau secara parsial. Sesuai ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ diantara dua

variabel tersebut signifikan, pada taraf signifikansi 0,05. Maka hasilnya dapat ditarik kesimpulan uji t :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} (0,05)$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka hipotesis nol (H_0) akan diterima, dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model regresi tidak mampu menjelaskan variasi variabel terikat.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel} (0,05)$ dengan tingkat signifikansi 5%, maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model regresi dapat menjelaskan variasi variabel terikatnya.

3. Uji Simultan (Uji F)

Uji F secara simultan merupakan suatu pengujian yang dilakukan pada keseluruhan persamaan untuk mengevaluasi sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan secara bersama-sama variabel dependen, serta untuk menilai sejauh mana variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel bebas tersebut. Menurut Kurniawan & Yuniarto (2016) uji F digunakan untuk menilai kesesuaian dan kecukupan suatu fungsi regresi linear terhadap data yang ada. Pengujian simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel Penggunaan Teknologi Digital (X_1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X_2) secara bersama-sama akan mempengaruhi variabel Perilaku Konsumtif (Y) dan dapat diketahui hipotesis akan diterima atau ditolak. Dalam penelitian ini Uji F dilakukan dengan menggunakan program IBM SPSS *Statistic* 26.

Nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} pada df (derajat kebebasan) tertentu dengan keputusan sebagai berikut:

- a. $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) akan ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dalam model regresi memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikat secara bersama-sama pada tingkat signifikansi 5% (0,05).
- b. $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) akan diterima. Hal ini menandakan bahwa variabel bebas dalam model regresi linear berganda tidak memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel terikatnya pada tingkat signifikansi 5% (0,05).

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi variabel dependen, dan nilainya berkisar antara 0 hingga 1 (Panjawa & Sugiharti, 2021). Sebuah nilai R^2 yang kecil menunjukkan keterbatasan kemampuan variabel dependen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Koefisien Determinasi keseluruhan (R^2) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel Penggunaan Teknologi Digital (X_1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021-2023. Data ini diuji menggunakan program IBM SPSS *Statistics* 26.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2021-2023 di Universitas Jambi. Penelitian ini diawali dengan melakukan uji coba instrumen dengan menyebarkan angket secara online pada responden sebanyak 30 mahasiswa. Data dari hasil penyebaran uji coba instrumen tersebut kemudian diuji melalui uji validitas dan uji reabilitas. Pada bab ini juga akan dibahas mengenai hasil penelitian yakni berupa deskripsi data penelitian yaitu hasil uji prasyarat analisis regresi, hasil analisis regresi, uji hipotesis serta pembahasan mengenai hasil penelitian.

4.1 Uji Coba Instrumen Penelitian

4.1.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan pada angket Penggunaan Teknologi Digital (X1), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) Dan Perilaku Konsumtif (Y). Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa besar kevalidan alat ukur yang digunakan. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 26.0. Berdasarkan uji coba instrumen yang sudah dilakukan, diperoleh hasil uji validitas pada masing masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Uji Validitas Instrumen Penelitian

NO ITEM	VALIDITAS INSTRUMEN						
	r tabel	Variabel Y		Variabel X1		Variabel X2	
		r hit	Ket	r hit	Ket	r hit	Ket
1	0,361	0,558	Valid	0,519	Valid	0,753	Valid
2	0,361	0,627	Valid	0,67	Valid	0,44	Valid
3	0,361	0,671	Valid	0,84	Valid	0,638	Valid
4	0,361	0,477	Valid	0,8	Valid	0,595	Valid
5	0,361	0,445	Valid	0,729	Valid	0,547	Valid
6	0,361	0,434	Valid	0,863	Valid	0,386	Valid
7	0,361	0,528	Valid	0,81	Valid	0,668	Valid
8	0,361	-0,005	Invalid	0,741	Valid	0,727	Valid
9	0,361	0,638	Valid	0,58	Valid	0,438	Valid
10	0,361	0,135	Invalid	0,719	Valid		
11	0,361	0,507	Valid	0,737	Valid		
12	0,361	0,628	Valid	0,822	Valid		
13	0,361	0,616	Valid				
14	0,361	0,735	Valid				
15	0,361	0,597	Valid				
16	0,361	0,747	Valid				
17	0,361	0,733	Valid				
18	0,361	0,726	Valid				
19	0,361	0,689	Valid				
Jumlah Valid			17		12		9
Jumlah Tidak Valid			2		0		0

Sumber: Data Olahan Peneliti IBM SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui hasil pengukuran validitas dengan jumlah pernyataan variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) Sebanyak 12 butir pernyataan dinyatakan valid, variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) sebanyak 9 pernyataan dinyatakan valid dan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebanyak 19 pernyataan terdapat 2 item pernyataan tidak valid dan tidak digunakan dalam penelitian karena belum memenuhi persyaratan yang ditunjukkan melalui $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada masing masing butir soal instrumen. Dengan demikian dapat disimpulkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan 38 item pernyataan yang

sudah sesuai dengan persyaratan suatu instrumen penelitian sehingga dinyatakan valid atau layak sebagai instrumen penelitian.

4.1.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menentukan sejauh mana suatu hasil estimasi memiliki konsistensi relatif jika pengukuran diulang beberapa kali, hasilnya tetap seperti sebelumnya. Berdasarkan uji coba yang telah dilakukan, diperoleh hasil uji reliabilitas masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.2 Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	Rhitung	Kriteria	Kesimpulan	Kategori
Penggunaan Teknologi Digital (X1)	0,755	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel	Tinggi
Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)	0,740	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel	Tinggi
Perilaku Konsumtif (Y)	0,878	$\alpha \geq 0,6$	Reliabel	Tinggi

Sumber: Data Olahan Peneliti IBM SPSS Statistic 26

Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpa's Cronbach*.

Kriteria yang ditetapkan dalam uji ini ialah:

1. $0,00 \leq r \leq 0,20$ artinya reliabilitas sangat rendah
2. $0,20 \leq r \leq 0,40$ artinya reliabilitas rendah
3. $0,40 \leq r \leq 0,70$ artinya reliabilitas sedang
4. $0,70 \leq r \leq 0,90$ artinya reliabilitas tinggi
5. $0,90 \leq r \leq 1,00$ artinya reliabilitas sangat tinggi

Dengan demikian instrumen penelitian ini dapat dikatakan reliabel apabila memiliki koefisien lebih dari 0,6 dan apabila kurang dari 0,6 maka instrument tersebut dikatakan tidak reliabel. Berdasarkan tabel hasil uji reabilitas diatas, nilai

Cronbach's Alpha setiap variabel memperoleh kategori reliabel, yang ditandai dengan nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Penggunaan Teknologi Digital yakni 0,755, pada variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga 0,740, dan variable perilaku konsumtif 0,878. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel sebab hasil uji *cronbrach's alpha* berada pada kategori reliabilitas tinggi yaitu berada pada rentang 0,70 – 0,90. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.2 Deskripsi Data Penelitian

Data dalam penelitian ini didapatkan melalui penyebaran angket ke pada responden yaitu mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022, dan 2023. Pada penelitian ini disajikan deskripsi data dari masing-masing variabel yaitu variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y) yang disajikan berdasarkan data yang diperoleh dari subjek penelitian. Berdasarkan hasil dari data penelitian yang didapatkan, maka data penelitian dapat dideskripsikan sebagai berikut:

4.2.1 Dekripsi Data Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Data hasil penelitian variabel Perilaku Konsumtif (Y) yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 178 responden terhadap 17 item pernyataan yang dlakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap variabel perilaku konsumtif disajikan pada tabel dberikut :

Tabel 4.3 Deskripsi Data Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	6	17	58	50	47	178	649	3,65	72,9
2	17	39	72	37	13	178	524	2,94	58,9
3	1	25	70	53	29	178	618	3,47	69,4
4	4	33	55	58	28	178	607	3,41	68,2
5	1	34	51	47	45	178	635	3,57	71,3
6	3	30	47	52	46	178	642	3,61	72,1
7	5	33	63	40	37	178	605	3,40	68,0
8	21	40	46	39	32	178	555	3,12	62,4
9	6	23	60	47	42	178	630	3,54	70,8
10	2	31	57	61	27	178	614	3,45	69,0
11	7	36	51	56	28	178	596	3,35	67,0
12	7	36	50	47	38	178	607	3,41	68,2
13	7	27	49	53	42	178	630	3,54	70,8
14	6	31	39	58	44	178	637	3,58	71,6
15	9	26	56	53	34	178	611	3,43	68,7
16	10	31	50	53	34	178	604	3,39	67,9
17	9	31	63	43	32	178	592	3,33	66,5
MEAN							10356	3,42	68,4

Sumber : Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui skor jawaban responden untuk variabel Perilaku Konsumtif berada pada rata rata 3,42 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 68,4%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi dengan kategori baik.

4.2.2 Deskripsi Data Variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Data hasil penelitian variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 178 responden dengan 12 item pernyataan yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap variabel Penggunaan Teknologi Digital disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.4 Deskripsi Data Variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1)

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	7	13	54	44	60	178	671	3,77	75,4
2	6	19	47	53	53	178	662	3,72	74,4
3	3	28	53	44	50	178	644	3,62	72,4
4	4	21	52	51	50	178	656	3,69	73,7
5	6	24	40	47	61	178	667	3,75	74,9
6	3	17	52	55	51	178	668	3,75	75,1
7	3	18	40	50	67	178	694	3,90	78,0
8	8	20	40	50	60	178	668	3,75	75,1
9	4	22	51	53	48	178	653	3,67	73,4
10	8	20	47	46	57	178	658	3,70	73,9
11	2	14	54	45	63	178	687	3,86	77,2
12	3	14	47	53	61	178	689	3,87	77,4
MEAN							8017	3,75	75,1

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui skor jawaban responden untuk variabel Penggunaan Teknologi Digital berada pada rata rata 3,75 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 75,1%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat penggunaan Penggunaan Teknologi Digital mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi dengan kategori baik.

4.2.3 Deskripsi Data Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Data hasil penelitian variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X1) yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terhadap 178 responden dengan 9 item pernyataan yang dilakukan untuk menilai Tingkat Capaian Responden (TCR) terhadap variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	7	11	62	68	30	178	637	3,58	71,6
2	7	13	44	63	51	178	672	3,78	75,5
3	12	17	51	58	40	178	631	3,54	70,9
4	6	23	42	59	48	178	654	3,67	73,5
5	19	17	46	51	45	178	620	3,48	69,7
6	15	25	43	52	43	178	617	3,47	69,3
7	10	10	35	72	51	178	678	3,81	76,2
8	6	8	27	73	64	178	715	4,02	80,3
9	8	11	49	60	50	178	667	3,75	74,9
MEAN							5891	3,68	73,5

Sumber : Data Diolah Peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas diketahui skor jawaban responden untuk variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga berada pada rata rata 3,68 dengan Tingkat Capaian Responden (TCR) sebesar 73,5%. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat pendidikan ekonomi dalam keluarga mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi dengan kategori baik.

4.3 Uji Prasyarat Analisis

4.3.1 Uji Normalitas Data

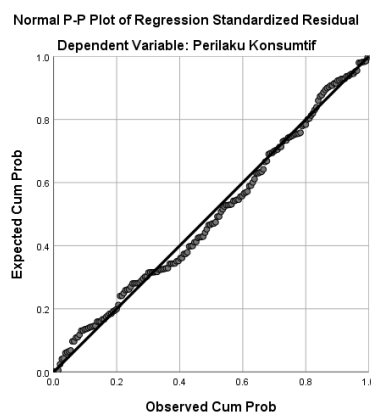
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari penyebaran angket berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 26,0. Pengujian normalitas data dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik uji normalitas *Kolmogorov Smirnov-Test*. Dalam uji ini untuk melihat normalitas disribusi data dinyatakan normal jika nilai signifikansi $>0,05$. Berikut disajikan hasil analisis data yang telah dilakukan:

Tabel 4.6 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		178
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.36431477
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.031
	Negative	-.035
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Data Diolah Peneliti Menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil pengujian *One- Sample Kolmogrof Smirnov Test* menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) 0,200. Yang berarti nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ yang dapat menunjukkan nilai terdistribusi secara normal atau dengan kata lain memenuhi prasyarat analisis. Dalam penelitian ini untuk melihat normalitas data peneliti juga menggunakan uji P-Plot. Jika titik-titik mendekati garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data bersistribusi normal dan sebaliknya jika titik-titik menjauhi garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal. Untuk hasil uji P-Plot yang telah dilakukan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.1 Uji Normalitas P-Plot

4.3.2 Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Perhitungan uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji linearitas dengan bantuan SPSS 26. Hubungan antar variabel dikatakan linear apabila $\text{Sig} > 0,05$. Uji linearitas yang telah dilakukan disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7 Uji Linearitas Variabel Penggunaan Teknologi Digital

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Teknologi Digital	Between Groups	(Combined)	4648.011	30	154.934	5.527	.000
		Linearity	3824.912	1	3824.912	136.457	.000
		Deviation from Linearity	823.099	29	28.383	1.013	.457
	Within Groups		4120.444	147	28.030		
	Total		8768.455	177			

Sumber : Data Diolah Peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas nilai signifikansi pada *deviation from linearity* adalah 0,457. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu $0,457 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) dengan perilaku konsumtif (Y) adalah linear.

Tabel 4.8 Uji linearitas Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	Between Groups	(Combined)	2242.373	24	93.432	2.190	.002
		Linearity	1247.113	1	1247.113	29.238	.000
		Deviation from Linearity	995.260	23	43.272	1.014	.451
	Within Groups		6526.082	153	42.654		

	Total	8768.455	177			
--	-------	----------	-----	--	--	--

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas nilai signifikansi pada *deviation from linearity* adalah 0,451. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 yaitu $0,451 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) dengan Perilaku Konsumtif (Y) adalah linear.

4.3.3 Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui data dalam variabel X dan Y bersifat homogen atau tidak. Pada penelitian ini uji homogen dilakukan dengan uji levene. Pada uji homogenitas ini dikatakan tepat apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka distribusi data adalah homogen. Berikut hasil uji homogenitas yang telah dilakukan:

Tabel 4.9 Uji Homogenitas Penggunaan Teknologi Digital

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Perilaku Konsumtif	Based on Mean	1.054	26	107	.408
	Based on Median	.742	26	107	.807
	Based on Median and with adjusted df	.742	26	73.075	.801
	Based on trimmed mean	1.042	26	107	.422

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas, pada variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) nilai sig sebesar 0,408. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 atau ($0,408 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa data Penggunaan Teknologi Digital (X1) dengan data variabel Perilaku Konsumtif bersifat homogen. Yang menunjukkan

bahwa varian dari dua atau lebih kelompok yang digunakan dalam sampel penelitian adalah memiliki kelompok yang sama.

Tabel 4.9 Uji Homogenitas Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga

Test Of Homogeneity Of Variances					
		Levene Statistic	Df1	Df2	Sig.
Perilaku Konsumtif	Based On Mean	.886	23	116	.617
	Based On Median	.640	23	116	.891
	Based On Median And With Adjusted Df	.640	23	80.003	.886
	Based On Trimmed Mean	.875	23	116	.630

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel diatas pada variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga nilai sig sebesar 0,617. Nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 atau ($0,617 > 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa data Pendidikan Ekonomi dalam keluarga (X2) dengan data variabel Perilaku Konsumtif (Y) bersifat homogen. Yang menunjukkan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok yang digunakan dalam sampel penelitian adalah memiliki kelompok yang sama.

4.3.4 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh variabel bebas Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) benar independen atau dalam kata lain tidak terjadi kolerasi satu sama lain sehingga diketahui tidak terdapat multikolineaitas. Hasil dalam uji multikoleniaritas dilihat melalui nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai Tolerance. Hasil uji multikolinearitas ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000		
	Penggunaan Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000	.999	1.001
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000	.999	1.001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif								

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa nilai tolerance Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan pendidikan ekonomi dalam keluarga (X2) sebesar 0,999. Maka nilai *tolerance* $> 0,10$ atau $0,999 > 0,10$. Selain itu nilai VIF adalah 1,001. Jika dibandingkan maka nilai $VIF < 10$ atau $1,001 < 10$. Dengan demikian semua variabel independen yaitu Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) tidak terjadi multikolinearitas.

4.2.4 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji Glejser dan uji scatterplot melalui bantuan SPSS 26. Kriteria yang dapat dilihat jika signifikansi $> 0,05$ berarti tidak ada heteroskedastisitas begitu pun sebaliknya jika signifikansi $< 0,05$ terdapat masalah heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

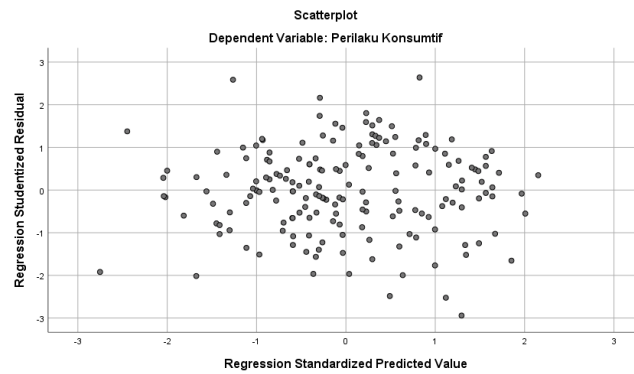
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.827	1.774		3.285	.001
	Penggunaan Teknologi Digital	.002	.027	.005	.068	.946
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.060	.039	-.114	-1.514	.132
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan pada variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) nilai signifikansinya sebesar 0,946. Hal ini berarti bahwa nilai signifikansi Penggunaan Teknologi Digital lebih besar dari 0,05 ($0,946 > 0,05$). Selanjutnya untuk variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga (X2) nilai signifikansinya 0,132. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga lebih besar dari 0,05 ($0,132 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas juga dilakukan dengan menggunakan grafik scatterplot dengan melihat sebaran titik-titik diantara angka nol dan sumbu Y. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dengan uji scatterplot dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 4.2 Grafik Scatterplot

Berdasarkan grafik pada gambar 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan sumbu Y.

4.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk menganalisis korelasi atau hubungan dua atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat yaitu Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif. Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.11 Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000
	Penggunaan Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan hasil uji regresi berganda pada tabel 4.11 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 37,456 + 0,674X_1 - 0,285X_2 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat di interpretasikan data sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 37,456 memberikan arti bahwa apabila Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) diasumsikan = 0 maka perilaku konsumtif secara konstan bernilai 37,456.
2. Nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) sebesar 0,674 bertanda positif yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) memiliki hubungan searah dengan perilaku konsumtif, hal tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel Penggunaan Teknologi Digital dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif sebesar 0,674 satuan.
3. Nilai koefisien regresi pendidikan ekonomi dalam keluarga (X2) sebesar - 0,285 bertanda negatif, yang menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) memiliki hubungan tidak searah dengan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dengan asumsi variabel bebas lain konstan akan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif sebesar 0,285 satuan.
4. e merupakan tingkat kekeliruan dari model persamaan regresi karena adanya kemungkinan variabel lain yang mempengaruhi variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) namun tidak dimasukkan dalam persamaan regresi.

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Uji hipotesis menggunakan uji t dengan melihat nilai t_{hitung} kemudian dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat korelasi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada penelitian ini nilai t hitung dan t tabel pada derajat sig.5% (0,05) $df = 2$, $df2 = 176$, t tabel 1.65356. Untuk melihat hasil setiap variabel secara parsial dengan uji t dapat ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.12 Uji Parsial X terhadap Y

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000
	Penggunaan Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh hasil pengujian koefisien regresi pada variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial yang diuji dengan uji t secara rinci koefisien regresi pada setiap variabel sebagai berikut:

a. Variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Pengujian koefisien regresi variabel Penggunaan Teknologi Digital yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel Penggunaan Teknologi Digital (X) dengan nilai 13,864 dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil pengujian diatas pada variabel Penggunaan Teknologi Digital (X1) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $13,864 > 1,653$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak

dan H_{a1} diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial atau terpisah terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penggunaan Teknologi Digital (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y).

b. Variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh hasil pengujian koefisien regresi pada variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga yang menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} pada variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga (X2) dengan nilai -4,075 dengan nilai signifikansi 0,000. Berdasarkan hasil pengujian diatas pada variabel Penggunaan Teknologi Digital (X2) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $4,075 > 1,653$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara pendidikan ekonomi dalam keluarga (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).

4.5.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel independen/bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini nilai F_{hitung} derajat sig. 5%, $df_1 = 2$, $df_2 = 176$, $F_{tabel} = 3,05$ hasil perhitungan uji F dapat diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.14 Uji Simultan

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4784.261	2	2392.131	102.806	.000 ^b
	Residual	4071.986	175	23.268		
	Total	8856.247	177			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

b. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Penggunaan Teknologi Digital

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS 26 (2024)

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai F_{Hitung} 102,806 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($102,806 > 3,05$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel independen (Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga) secara simultan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi.

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variabel bebas yaitu Penggunaan Teknologi Digital (X_1) dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga (X_2) terhadap variabel terikat yaitu Perilaku Konsumtif (Y) dan nilainya berkisar antara 0 hingga 1, semakin mendekati satu maka model yang digunakan akan semakin baik. Berikut hasil perhitungan uji koefisien determinasi (R^2) :

Tabel 4.15 Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.535	4.82374
a. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Penggunaan Teknologi Digital				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Sumber : Data diolah peneliti menggunakan IBM SPSS 26 (2024)

Pada tabel 4.15 diatas diperoleh besarnya koefisien determinasi (R^2) adalah 0,540 yang berarti bahwa kemampuan seluruh variabel independen/bebas

yaitu Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dalam mempengaruhi variabel dependen/terikat yaitu perilaku konsumtif sebesar 54% sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Penggunaan Teknologi Digital (X1) dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021-2023. Hasil pada penelitian ini difokuskan untuk menjawab 3 rumusan masalah penelitian yang sudah ditetapkan.

4.6.1 Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023

Penggunaan Teknologi Digital merupakan suatu sistem yang dapat menyajikan informasi yang dimana penggunaannya tidak banyak membutuhkan tenaga manusia yang lebih cenderung menggunakan sistem otomatis yang dapat dibaca oleh komputer. Layanan Penggunaan Teknologi Digital yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari yang dapat menunjang pemenuhan kebutuhan yaitu e-commerce dan sistem pembayaran digital. Dengan banyaknya kemudahan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital menyebabkan sulitnya mahasiswa terpisah dari teknologi. Penggunaan Teknologi Digital menyediakan banyak fitur yang dapat memudahkan mahasiswa mendapatkan informasi dengan cepat. Dengan kecepatan dan kemudahan mendapatkan informasi mahasiswa lebih

memilih melakukan pembelian melalui perangkat digital. Dan dengan kemudahan tersebut memicu menaikkan intensitas pembelian dan mengarah pada perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien regresi variabel Penggunaan Teknologi Digital terhadap perilaku konsumtif uji t sebesar 13,864. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 13,864 dan nilai t_{tabel} 1,653 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Penggunaan Teknologi Digital dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021,2022 dan 2023. Hal ini menjelaskan bahwa dengan setiap adanya peningkatan penggunaan Penggunaan Teknologi Digital maka semakin meningkat pula mahasiswa berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khulsum Umi (2022) dengan judul “Pengaruh Penggunaan E-Commerce dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa IAIN Kudus”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan teknologi seperti e-commerce dan digital payment terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian berdasarkan uji f antara penggunaan teknologi *e-commerce* dan digital payment dengan nilai f hitung $748,908 > 3,00$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa penggunaan teknologi *e-commerce dan digital payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, penelitian Nur Farichin & Yunarti (2022) dengan judul “Pengaruh Digitalisasi Dalam Bidang Ecommerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel”. Hasil

penelitiannya menunjukkan perilaku konsumtif mahasiswa terhadap pembelian barang secara online dengan pemanfaatan kemudahan Penggunaan Teknologi Digital dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Namun, berlawanan dengan penelitian Nasrulloh et al (2023) melakukan penelitian dengan objek penelitian pada kaum milenial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya perkembangan teknologi tidak serta merta dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif.

4.6.2 Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh nilai koefisien regresi variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif uji t sebesar -4,075. Dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dibandingkan 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,075 dan nilai t_{tabel} 1,653 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga dan perilaku konsumtif pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021,2022 dan 2023. Hal ini menjelaskan bahwa dengan setiap adanya peningkatan pendidikan ekonomi dalam keluarga maka semakin menurun pula mahasiswa berperilaku konsumtif. Semakin baik pendidikan ekonomi yang disampaikan oleh keluarga, semakin terarah pola pikir mahasiswa, sehingga mencegah perilaku konsumtif. Keluarga menjadi fondasi yang membentuk kepribadian anak, termasuk dalam konteks ekonomi. Cara orang

tua mengajarkan konsep ekonomi di rumah akan mempengaruhi bagaimana anak mengelola keuangan dan mengambil keputusan ekonomi.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Khairinal et al (2022) dengan judul penelitian “Pengaruh Media Sosial, Konformitas, Dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X1 SMK 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022” hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh langsung Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif siswa. Hasil penelitian berdasarkan uji t diperoleh t_{hitung} sebesar -3,931 dengan nilai t_{tabel} 1,650 dengan nilai koefisien -0,240 yang menunjukkan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian Wulandari (2021) dengan judul penelitian “Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta” dalam penelitiannya nilai t hitung sebesar -3,144 dengan nilai t tabel 1,966 dengan nilai signifikansi 0,002 dimana hasil penelitiannya menunjukkan pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Sebelas Maret. Namun, penelitian ini berlawanan dengan penelitian Sholihah & Amri (2019) dengan objek penelitian Siswa SMK Negeri 1 Jombang, MA Darussalam Sengon Dan SMK Tarbiyatunnasyiin Jogoroto Jombang. Hasil penelitian menunjukkan tidak ada pengaruh variabel Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap perilaku konsumtif.

4.6.3 Pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2021-2023

Berdasarkan hasil regresi ganda pada variabel Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif menunjukkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $102,806 > 3,05$ dan nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$. Berdasarkan analisis tersebut maka dapat diambil keputusan bahwa H_03 ditolak dan H_a3 diterima yang berarti terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan perhitungan pada model summary R square menunjukkan nilai sebesar 0,540 atau 54%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif 54% sedangkan sisanya 46% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Penggunaan Penggunaan Teknologi Digital yang semakin canggih memberikan kemudahan dalam melakukan pembelian ataupun pembayaran yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Mahasiswa akan berperilaku konsumsi yang tidak rasional apabila tidak dapat menggunakan Penggunaan Teknologi Digital dengan bijak atau tidak dapat mengontrol dirinya, dengan kemudahan yang ditawarkan Penggunaan Teknologi Digital dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif. Hasil penelitian Adi Prakoso

(2017) menjelaskan adanya pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2013 secara parsial sebesar 12,11%. Disamping itu juga dengan kurangnya pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa tersebut. Pendidikan ekonomi dalam keluarga memiliki peran yang sangat penting dalam perilaku konsumsi seseorang. Dengan adanya peranan orangtua dalam memberikan pendidikan ekonomi di keluarga maka akan semakin baik pola pikir mahasiswa dalam mengontrol perilaku konsumtifnya.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021,2022 dan 2023, dapat diambil kesimpulan yaitu:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Penggunaan Teknologi Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023. Dengan nilai t-hitung 13,864 dan nilai t-tabel 1,653 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Hal ini berarti ketika semakin meningkat penggunaan Penggunaan Teknologi Digital seseorang maka semakin meningkat juga pengaruhnya terhadap perilaku konsumtifnya.
2. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022 dan 2023. Dengan nilai t-hitung 4,075 dan nilai t-tabel 1,653 ($t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$). Hal ini berarti semakin menurun pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diterima mahasiswa makin semakin meningkat perilaku konsumtifnya begitupun sebaliknya.
3. Terdapat pengaruh Penggunaan Teknologi Digital Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021,2022 dan 2023. Dengan nilai F hitung 102,806 dan nilai F tabel 3,05. Hal ini berarti

Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga secara bersama-sama memberikan pengaruh sebesar 0,540 (54%) terhadap perilaku konsumtif.

5.2. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Masalah yang mendasari penelitian ini membahas mengenai pengaruh Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi angkatan 2021, 2022, dan 2023. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara Penggunaan Teknologi Digital dan pendidikan ekonomi dalam keluarga terhadap perilaku konsumtif.

2. Implikasi praktis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Penggunaan Teknologi Digital mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil penelitian ini memberikan informasi bagi mahasiswa bahwa dengan penggunaan Penggunaan Teknologi Digital dapat mempengaruhi perilaku konsumtifnya. Sehingga dalam hal ini sebagai mahasiswa agar lebih mempertimbangkan hal-hal yang berkaitan dengan konsumsi melalui penggunaan teknologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendidikan ekonomi dalam keluarga mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang menerima dan menerapkan pendidikan ekonomi yang diterimanya dari keluarga akan lebih bijak berkonsumsi dan cenderung terhindar dari perilaku konsumtif.

5.3. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan lebih mempertimbangkan yang menjadi kebutuhan dan keinginan dalam melakukan pembelian melalui penggunaan teknologi. Diharapkan mahasiswa dapat mengontrol diri pada saat melakukan kegiatan pembelian melalui layanan digital dan mampu mengelola keuangan agar terhindar dari perilaku konsumtif.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Selanjutnya peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan sampel yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, R. (2023). Pengaruh Transformasi Digital dan Bisnis Online Terhadap Pola Perilaku Masyarakat Ciputat Timur. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 9(1), 24-38. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v9i1.3537>
- Aji, Rustam. 2016. Digitalisasi, Era Tantangan Media (Analisis Kritis Kesiapan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Menyongsong Era Digital). *Islamic Communication Journal*. 1 (1): 44.
- Anindita Trinura Novitasari, A. S. (2020). Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Teman Pergaulan Terhadap Literasi Ekonomi Mahasiswa Universitas Jambi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1(2), 506–515. <https://doi.org/10.38035/JMPIS>
- Aprillia, W., Mintarti, U., & Utomo, S. H. (2015). Pengaruh Latar Belakang Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Keluarga dan Economic Literacy terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Humaniora*, 3(1), 78–84. <http://journal.um.ac.id/index.php/jph>
- Ardiyanti, N., & Nasikah, D. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Akses Paylater Dan Keinginan Terhadap Perilaku Implusif Buying Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Muhammadiyah Bisnis Center (MBC) Kota Metro). *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Ayuni, A., Suharso, P., & Sukidin, S. (2019). Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Abdurachman Saleh Kota Situbondo (Studi Kasus: Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Dalam Menggunakan Kosmetik Branded). *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 58. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10421>
- Danuri, M. (2019). Development and transformation of digital technology. *Infokam*, XV(II), 116–123.
- Dewi, N., Rusdarti, R., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dude, P. (n.d.). *Digitalisasi kelurahan dalam aplikasi gorontalo masyarakat terpadu (gomt) di kecamatan sipatana kota gorontalo*.
- Farisya Prima, A., & Rizky Andisa, W. (2021). Pentingnya Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga dalam membentuk perilaku ekonomi anak. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(2), 105–110. <https://doi.org/10.17977/um066v1i22021p105-110>
- Fattah, Indriayu, S. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan*

Ekonomi, Volume 4 N(1), 11–21.

- Hanum, N. (2017). Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*, 1(2), 107–116. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jse/article/view/325%0Ahttps://doi.org/10.1234/jse.v1i2.325>
- Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2019). Pengaruh Uang Saku, Locus of Control, Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 1025–1039. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v7i3.28337>
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1), 48–59. <https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>
- Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120. <https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Khairinal. (2016). *Menyusun Proposal Skripsi, Tesis, & Disertasi*. Salim.
- Khairinal, K., Syuhada, S., & Sitingjak, R. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Konformitas, dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, terhadap perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI Smk 1 Kota Jambi Tahun Pelajaran 2021/2022. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 923–938.
- Khoirul Bariyyah Hidayati, M. F. (2016). Konsep Diri, Adversity Quotient dan Penyesuaian Diri pada Remaja Khoirul. *E-CliniC*, 4(2), 137–144. <https://doi.org/10.35790/ecl.4.2.2016.14370>
- Kurniawan, R., & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi dasar dan Penerapannya dengan R*. Kencana.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lilis, B. (2022). ANALISIS POLA PENDIDIKAN EKONOMI DALAM KELUARGA PADA SISWA SMA NEGERI 1 KAYAN HULU. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7, 282. <http://jurnal.stkipppersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>
- Mayasari, Hidayatul, A., Dwijayanti Novia Sri, & Sari, N. (2022). Pengaruh Tingkat Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Pendidikan Anak. *Business and Accounting Education Journal*, 4(1), 18–24. <https://doi.org/10.15294/baej.v4i1.69420>
- Mayasari, M. (2019). Kontribusi Perspektif Ekonomi Feminis dalam Pendidikan

- Ekonomi dalam Keluarga Suku Melayu Jambi untuk Menanamkan Perilaku Ekonomi Pancasila. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 9(1), 62. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v9i1.141>
- 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), 141–152.
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Muhasim, M. (2017). Pengaruh Tehnologi Digital terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik. *Palapa*, 5(2), 53–77. <https://doi.org/10.36088/palapa.v5i2.46>
- Muntaqo, R. (2017). Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Perkembangan Budaya Masyarakat. *Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat*, 12–20.
- Muslim, F., & Nasori, A. (2022). *Pengukuran Kreativitas Digital Pada Mahasiswa Jurusan PIPS Dalam Upaya Mempersiapkan Digital Entrepreneur Pendahuluan*. 12(2), 480–496.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Narmaditya, B. S. (2013). Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2011. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1). <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v1i1.12757>
- Nasrulloh, Andriani, R., Rosmayanti, & Rizkianfi, M. W. (2023). Pengaruh Kemudahan Berbelanja pada Masa Society 5.0 yang Meningkatkan Sifat Konsumtif pada Kaum Milenial. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 771–775. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1062>
- Nazirwan, N. (2018). *Trust, perceived usefulness, perceived ease of use, perceived e-service quality*,.
- Novitasari, A. T., & Septiana, A. (2021). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 64. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v4i1.15119>
- Nurjanah, S. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. *PARAMETER: Jurnal Pendidikan Universitas Negeri Jakarta*, 31(2), 124–133. <https://doi.org/10.21009/parameter.312.05>

- Panjawa, J. L., & Sugiharti, R. R. (2021). *Pengantar Ekonometrika Dasar Praktis Untuk Sosial-Ekonomi*. Pustaka Rumah Cinta. https://books.google.co.id/books?id=iRdbEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=buku+ekonometrika&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=buku ekonometrika&f=false
- Prastyaningtyas, E. W. (2019). Dampak Ekonomi Digital. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*.
- Pratama, H. S. (2017). Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool Di Bekasi. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 138–147.
- Prihastuty, R. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Maha. *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, vol.03, No(02).
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Purwaningrum, A., & Wahyono, H. (2021). Pendidikan ekonomi dalam keluarga pemilik home industry Desa Jatimalang Kecamatan Klirong Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan*, 1(7), 694–701. <https://doi.org/10.17977/um066v1i72021p694-701>
- Putra, H. R. F. (2022). Peran Literasi Keuangan Dan Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Dharma Pendidikan*, 17(April), 21–39. <http://journal.stkipnganjuk.ac.id/index.php/jdp/article/view/189>
- Rusmin, M., Sukowati, D. G., & Tehupeior, P. (2023). Peranan Transportasi Laut Dalam Mendukung Pergerakan Orang Di Pulau Dum Distrik Kepulauan Kota Sorong. *Musamus Journal of Civil Engineering*, 5(01), 1–5. <https://doi.org/10.35724/mjce.v5i01.5025>
- Sabathani, M., & dkk. (2021). Dampak Perubahan Budaya Belajar Di Era Digital. *Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra (SELASAR) 5*, 1, 80–87. <http://repository.um.ac.id/1163/%0Ahttp://repository.um.ac.id/1163/1/S5002-DAMPAK-PERUBAHAN-BUDAYA-BELAJAR-DI-ERA-DIGITAL.pdf>
- Sari, J. P., & Mayasari, M. (2022). ... Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masa Pandemi Covid-19 Bagi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi *SJEE (Scientific Journals of Economic ...)*, 6(April), 41–56. <http://sjee.unbari.ac.id/index.php/ojssjee/article/view/117%0Ahttp://sjee.unbari.ac.id/index.php/ojssjee/article/download/117/116>
- Sholihah, N. A., & Amri, F. (2019). Pengaruh Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(3), 1–12.
- Sugiyono. (2016). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, I. (2017). Pentingnya Pendidikan Informal Tentang Ekonomi Pada Keluarga Transmigran. *Jurnal Teori Dan Praksis Pembelajaran IPS P-ISSN 2503-1201 | E-ISSN 2503-5307 © FIS, Universitas Negeri Malang*, 2, 37–42. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jtppips/>
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *EJournal Sosiologi*, 1(4), 26–36.
- Wardani Indah, R. A. (n.d.). *KONSEP DIRI DAN KONFORMITAS PADA PERILAKU KONSUMTIF REMAJA*.
- Wibowo, S. H., Wahyuddin, S., Permana, A. A., Sembiring, S., & ... (2023). *Penggunaan Teknologi Digital Di Era Modern*. <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=j0m5EAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA101&dq=%22e+learning%22+kepuasan+pengguna+association+rule&ots=XsIzb2H3x7&sig=-rmBBRLKBBs7lb9XxxnJpCmfojs%0Ahttps://repository.bsi.ac.id/repo/files/355053/download/Buku---Teknologi-Digit>
- Wulandari, F., Kusuma Wardani, D., Setyowibowo, F., & Pendidikan Bisnis, J. (2021). *Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta*. 7(2), 1–12. <https://jurnal.uns.ac.id/bise>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Observasi



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS JAMBI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi
Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id

Nomor : 4786/UN21.3/ DL.16/2023 28 November 2023
Hal : **Pemohonan Izin Observasi**

Yth. **Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi**
di-
Kampus Pinang Masak, Unja Mendalo Indah, Jambi

Dengan hormat,
Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama:
Nama : **Elprida Munthe**
NIM : A1A120022
Program Studi : Pendidikan Ekonomi
Jurusan : Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Pembimbing Skripsi : 1. Fachruddiansyah Muslim, S.Pd., M.Pd
2. Dr. Mayasari, M.Pd

akan melaksanakan observasi guna untuk penyusunan tugas akhir yang berjudul: **“Pengaruh Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi 2020 Universitas Jambi”**.

Berkenaan dengan hal tersebut mohon kiranya mahasiswa yang bersangkutan dapat diizinkan melakukan observasi ditempat yang Saudara pimpin.

Observasi dilaksanakan dari tanggal **29 November s.d 15 Desember 2023**

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih

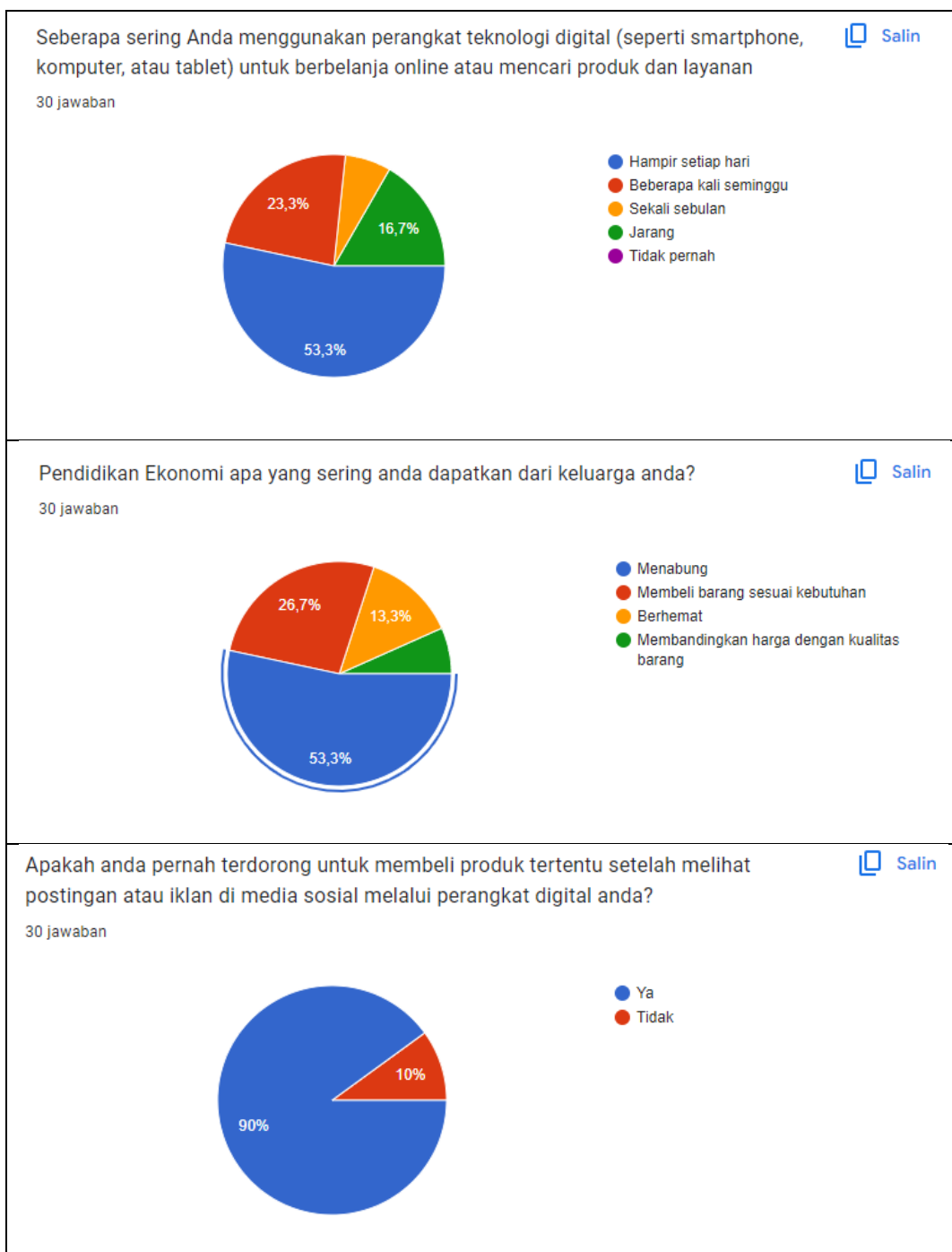
a.n. Dekan
Wakil Dekan BAKSI,



Delta Sartika, S.S., M.ITS., Ph.D
NIP 198110232005012002
 FAKULTAS



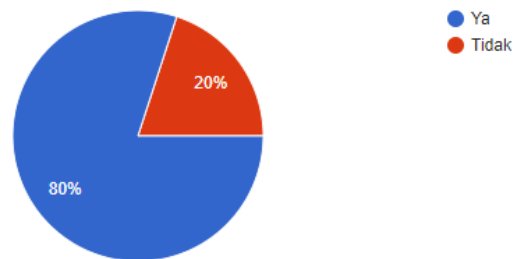

Lampiran 2 Hasil Observasi Awal



Apakah anda sering membeli barang/jasa hanya karena tergoda dengan adanya diskon

 [Salin](#)

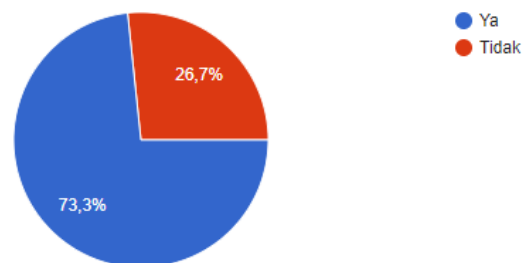
30 jawaban



Apakah anda pernah mencoba berbagai produk dengan merek berbeda meskipun memiliki fungsi yang sama

 [Salin](#)

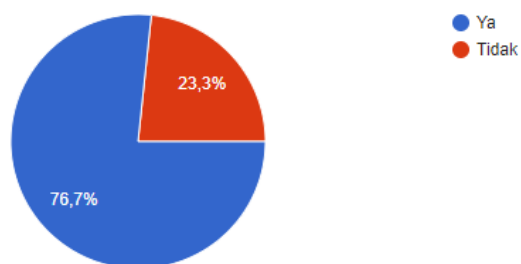
30 jawaban



Apakah anda sering membeli barang/jasa berdasarkan keinginan bukan dari kebutuhannya

 [Salin](#)

30 jawaban



Lampiran 3 Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET, DAN TEKNOLOGI**
UNIVERSITAS JAMBI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
 Kampus Pinang Masak Jalan Raya Jambi – Ma. Bulian, KM. 15, Mendalo Indah, Jambi
 Kode Pos. 36361, Telp. (0741)583453 Laman. www.fkip.unja.ac.id Email. fkip@unja.ac.id

Nomor : 1210/UN21.3/PT.01.04/2024
 Hal : **Permohonan Izin Penelitian**
22 Maret 2024

Yth. **Koordinator Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Jambi**
 di-
 Kampus FKIP Universitas Jambi

Dengan hormat,
 Dengan ini diberitahukan kepada Saudara, bahwa mahasiswa kami atas nama:

Nama : **Elprida Munthe**
 NIM : A1A120022
 Program Studi : Pendidikan Ekonomi
 Jurusan : Pendidikan IPS
 Dosen Pembimbing Skripsi : 1. Fachruddiansyah Muslim, S.Pd., M.Pd.
 2. Dr. Mayasari, M.Pd

akan melaksanakan penelitian guna untuk penyusunan skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Teknologi Digital dan Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Jambi"**.

Untuk itu, kami mohon kepada Saudara untuk dapat mengizinkan mahasiswa tersebut mengadakan penelitian ditempat yang Saudara pimpin.

Penelitian akan dilaksanakan pada tanggal, **25 Maret s.d 27 April 2024**

Demikian atas bantuan dan kerjasamanya di ucapkan terima kasih

a.n. Dekan
 Wakil Dekan BAKSI,



Debra Sartika, S.S., M.IT.S., Ph.D
NIP. 198110232005012002




Lampiran 4 Data Populasi Penelitian

Angkatan 2021

NIM	Nama Lengkap
A1A121001	Sindy Febriany Saragih
A1A121002	Anya Nathania Kani Putri
A1A121003	Jeni Oktaveni
A1A121004	Ella Meiza Putri
A1A121005	Wahyu Nur Sofyan
A1A121006	Jihan Amirah
A1A121007	Desy Rismawati
A1A121008	Muhammad Arbain
A1A121009	Cecilia Magdalena Manik
A1A121010	Sundari Wulandari
A1A121011	Alvina Idza Miranda
A1A121012	Risky Kurniasih
A1A121013	Ginanti Rahmadini
A1A121014	Bella Septianti
A1A121015	Raseta Mardiana
A1A121016	Afriyanti Helen Safaringga
A1A121017	Rista Maulini
A1A121018	Mariati
A1A121019	Melinda
A1A121020	Vidia Fitri
A1A121021	Arinda Puspita Sari
A1A121022	Puspita Sari
A1A121023	Yulia Festika
A1A121024	Yulia Putri Kartika
A1A121025	Inayah Dwi Putri
A1A121026	Resnawati
A1A121027	Juwita
A1A121028	Muhammad Rohimin
A1A121029	Wahyu Miranda
A1A121030	Della Oktavia Fitriani
A1A121031	Yuliana Margareta Sihombing
A1A121032	Absalom
A1A121033	Imelda Ariandini
A1A121034	Ngisti Pratiwi
A1A121035	Arjuna Putra Pradana

A1A121036	Mia Sumiati
A1A121037	Yulianti Panjaitan
A1A121038	Liestia Tri Putri
A1A121039	Chairunnisa
A1A121040	Mutia Nur Arisa
A1A121041	Amalia Galuh Dwi Pratiwi
A1A121042	Chilmatussa'adah
A1A121043	Uci Ramadani
A1A121044	Denny Yurizon
A1A121045	Julia Putri
A1A121047	Riza Nindiauwaty
A1A121048	Reza Yogi Pratama
A1A121049	Nabila Nurru Lestari
A1A121050	Henny Sari Artha Purba
A1A121051	Muhammad Farhan Alfarisi
A1A121052	Ananda Rodiah Siltadisi
A1A121053	Desnora Lumbantoruan
A1A121054	Pola Tiurmawati Turnip
A1A121055	Khairun Nisa
A1A121056	Anggi Karunia Wijayanti
A1A121057	Abel Tri Putra Ananda
A1A121058	Deliana Ardhani
A1A121059	Mia Ramadina
A1A121060	Tri Wati Markhamah
A1A121061	Septia Nurhikma Hasibuan
A1A121062	Alfiyana
A1A121063	Nurul Mahfuzdhoh
A1A121064	Fika Anggraeni
A1A121065	Reni Oktaviani
A1A121066	Dicky Afrian
A1A121067	Reka Padliyan
A1A121068	Dhea Melviyanti Putri
A1A121069	Ririn Zarastris
A1A121070	Indah Permata Ramadhana
A1A121071	Muhamad Irsan Ramadan
A1A121072	Herlina Septiani Putri
A1A121073	Melandia Agustin
A1A121074	Fitria Dewi Nastiti
A1A121075	Rizki Agustianto Pardede
A1A121076	Fitriah
A1A121077	Aprilia
A1A121078	Hetty Septiana Manurung
A1A121079	Fitri Anggraini

A1A121080	Ratna Tiara Sani
A1A121081	Cindy Elmalia
A1A121082	Adelia Putri
A1A121083	Noriza
A1A121084	Naila Husna
A1A121085	Diah Ayu Saputri
A1A121086	Novita Dwijayanti
A1A121087	Dini Sapara
A1A121088	Jesika Adelsa Putri
A1A121089	Tsaniatul Zuhroh
A1A121090	Sry Mulyani Ritonga
A1A121091	Nuril Hikmah
A1A121092	Farhan Pratama Jodi
A1A121093	Selly Tri Amanda
A1A121094	Zulfan Egi Pradani
A1A121095	Muhamad Alvin Alfarabi
A1A121096	Dwi Khoirunnisaa Ramadhani
A1A121097	Cindy Permata Sari
A1A121098	Maykel Rifandi Pane
A1A121099	Sinta Triana. M
A1A121100	Aditya Rizki Saputra
A1A121101	Azzila Dwi Putri Negisty
A1A121102	Jeki Mariski
A1A121103	Sena Afrisa
A1A121104	Shafa Salsabela
A1A121105	Novita Meisa Anggraini
A1A121106	Ellen Sabathini Siregar
A1A121107	Devi Reza
A1A121108	Bunga Magdalena Gurning
A1A121109	Astri Bonita Sitio
A1A121110	Hutri Charlina
A1A121111	Sariatun Apriza
A1A121112	Lilis Aprilia Marpaung

Angkatan 2022

NIM	Nama Mahasiswa
A1A122001	Annisa Aprilia
A1A122002	Azzahra Khaira Putri
A1A122003	Eka Ariani
A1A122004	Nurul Hikma
A1A122005	Salsabila
A1A122006	Iklas Saut Sitompul

A1A122007	Subaidah
A1A122008	Raihan Radite
A1A122009	Endah Setiya Wati
A1A122010	Endah Setiya Wari
A1A122011	Zulpiani
A1A122012	Velsi Hertika G
A1A122013	Ratu Munawaroh
A1A122014	Nia Ramadhani
A1A122015	Rosana Amalia Putri
A1A122016	Vina Erianita
A1A122017	Elvrida Davita Tamba
A1A122018	Muntaaz Indah Fadhilah Nas
A1A122019	Talitha Natania
A1A122020	Muhammad Fauzi Aditya
A1A122021	Aditya Eka Putra
A1A122022	Erlangga Denny Saputra
A1A122023	Arini Juliana Sijabat
A1A122024	Indah Kesuma
A1A122025	Desi Nurtiana Sianturi
A1A122026	Arya Deni Saputra
A1A122027	Des Rany Advenalia Manalu
A1A122028	Silvi Oktaviani
A1A122029	Geovani Amelia Putri Nababan
A1A122030	Miftahul Jannah
A1A122031	Siti Rauda
A1A122032	Gusti Ayu Pratiwi
A1A122033	Stefen Obaja Hutabarat
A1A122034	Erlina Br Nainggolan
A1A122035	Sitti Rahmah
A1A122036	Mawaddatul Janna
A1A122037	Kesih Merdiyanti
A1A122038	Sheni Ratna Amelia
A1A122039	Anisa
A1A122040	Catrina Eglesia Sidabukke
A1A122041	Febrina Noviyanti Siregar
A1A122042	Gresya Jahnkia Saragih
A1A122043	Anisa Ertasia Sihotang
A1A122044	Berliana Agustina Br Sinaga
A1A122045	Evi Delvi Yani
A1A122046	Nurjanah
A1A122047	Yunita
A1A122048	Ortawita Andesta
A1A122049	Resty Nopya Safitri

A1A122050	Tiara Nabila
A1A122051	Indri Febrianti
A1A122052	Asih Wulandari
A1A122053	Femas Yuanda
A1A122054	Dinda Aulia
A1A122055	Dani Hariyadi
A1A122056	Hindun Merosa
A1A122057	Azhi Ridho Al Qowi
A1A122058	Andi Sitti Saripah Ainun
A1A122059	Nurulia Amriani
A1A122060	Denny Setiawan
A1A122061	Mahdavikia
A1A122062	Cut Ermanda Agustina
A1A122063	Cici Mikha Theovani Simanjuntak
A1A122064	Aura Junanda Utami
A1A122065	Fauziah Riyan Amanda
A1A122066	Fifa Nur Azizah
A1A122067	Bunga Zubaida Bagawie
A1A122068	Ishak Kurniawan
A1A122069	Fahmi Sofiandy
A1A122070	Sindi Aulia Agustin
A1A122071	Suciana
A1A122072	Dedi Chandra
A1A122073	Tiara Gusti Yunita Putri
A1A122074	Raskita Br Ginting
A1A122075	Imelia
A1A122076	Gusti Andre
A1A122077	Hanifah Atiyah Kusnadi
A1A122078	Karisma Nurul Afiati
A1A122079	Yuda Apri Yanto
A1A122080	Yohana
A1A122081	Putri Gagan Hasugian
A1A122082	Bintang Kesuma
A1A122083	Arjunaiti
A1A122084	Sonia Putri Sitompul
A1A122085	Hasnatang
A1A122086	Romyanasari Limbong
A1A122087	Elisa Pitri Situmeang
A1A122088	Lina Ernita
A1A122089	Rico Mario Siahaan
A1A122090	Putri Rahmayuni
A1A122091	Aris Saputra
A1A122092	Rista Dewi Simbolon

A1A122093	Luvita Khanza
A1A122094	Ari Prayoga
A1A122095	Enjelia Hutaaruk
A1A122096	Riska Pamungkas . S
A1A122097	Dwi Izayani Baqtiyah
A1A122098	Nazwa Salsabilla
A1A122099	Putri Indah Kartini
A1A122100	Salsa Billa
A1A122101	Inya Yuzi Kirani
A1A122102	Chandra Putra Nurpajar
A1A122103	Ana Maryani
A1A122104	Kristober Sitompul
A1A122105	Nurul Afriani
A1A122106	Mey Lina Mariani Sipayung
A1A122107	Gebriella Sabatini
A1A122108	Rena Larasti
A1A122109	Hermalia Putri
A1A122110	Sucimeilizaputri
A1A122111	Ainia Septi Liana

Angkatan 2023

NIM	Nama Mahasiswa
A1A123001	Rilis Septyani
A1A123002	Hani Herlianti
A1A123003	Mella Maysaroh
A1A123004	Ainy Rohima
A1A123005	Yuliana Saputri
A1A123006	Nurfadila
A1A123007	M. Hazzel Alfarizi
A1A123008	Herdia Paskeani. S
A1A123009	Jonatan Dedi Suryanto
A1A123010	Karinda Gayatri
A1A123011	Ega Aprilianti
A1A123012	Yohana Novrita Br Manik
A1A123013	Irmaliya Rizki
A1A123014	Alya Elmira Putri
A1A123015	Rinda Istiana
A1A123016	Salsabila Ramadhani
A1A123017	Sya'diah Sari
A1A123018	Niken Dwi Arianti
A1A123019	Lailatul Badriah
A1A123020	Sefti Wulan Sari

A1A123021	Irfi Arfiyanti
A1A123022	Juni Sarah Silalahi
A1A123023	Kartorius More Turnip
A1A123024	Putri Saragih
A1A123025	Riana Efani Putri Sitorus
A1A123026	Dika Edilia
A1A123027	Dwi Ananda Harahap
A1A123028	Deni Anes Sentia
A1A123029	Rizka Wahyuni
A1A123030	Seismica Fitri Minbar
A1A123031	Ezra Sylvia Br Sitorus
A1A123032	Dinda Ratu Zahro
A1A123033	Tiara Khoirunica
A1A123034	Oci Lestari
A1A123035	M.Ali Akbar
A1A123036	Putri Azzara Arjani
A1A123037	Yudha Saputra
A1A123038	Dhefarell Jalingga
A1A123039	Cindy Wasty Simangunsong
A1A123040	Thesalonika Lisandri Manalu
A1A123041	Adinda Cinta Najwa
A1A123042	Iin Marthauli
A1A123043	Dicky Setiawan
A1A123044	Kurnia Asa
A1A123045	Iqbal Danil Aladan
A1A123046	Hikmah
A1A123047	Elya Br Barus
A1A123048	Wiza Kurniawati
A1A123049	Kusmarini
A1A123050	Ingzy Syahwa Diftri
A1A123051	Tuti Andriyani
A1A123052	Rhazu Lumbantoruan
A1A123053	Genta Afriyanto
A1A123054	Syahdikin
A1A123055	Nurhidayatul Khotimah
A1A123056	Ilham Mhd. Fitrah
A1A123057	Melisa
A1A123058	Tiara Ukhti Sabilla
A1A123059	Nur Alyah
A1A123060	Carina Fransisca
A1A123061	Citra Agung
A1A123062	Aprilia Dwi Saputri Zukni
A1A123063	Aldi Saputra Hsb

A1A123064	Rizky Juanda
A1A123065	Utami Sri Rezeki
A1A123066	Monic Falencia
A1A123067	Intan Permata Indah
A1A123068	Yesica Sri Dewi Silitonga
A1A123069	Liza Isma Kurnia
A1A123070	Esy Yusdiyani
A1A123071	Etria Marsya Angela
A1A123072	Acha Septia Ramadani
A1A123073	Devina Faradilla Safitri
A1A123074	Nopa Fitria Ningsih
A1A123075	Julaikha Rosiana Dewi
A1A123076	Ester Ayu Purba
A1A123077	Yelsa Safiratul Iza
A1A123078	Nena Anggraini
A1A123079	Ritta Ardiati
A1A123080	Atika
A1A123081	Afril Yanti
A1A123082	Arifin Ilham Manessa Gm
A1A123083	Ulfah Nurhayati
A1A123084	Dania Putri Pratiwi
A1A123085	Eka Cahaya Ningsih
A1A123086	Indah Kusuma Wati
A1A123087	Irnat Tera Dwicahya
A1A123088	Argo Juan Fauzan
A1A123089	Elisabet Pujawati Samosir
A1A123090	Friska Simbolon
A1A123091	Diah Pajar Ayu
A1A123092	Brian Seva Sitanggang
A1A123093	M. Ahzami Mubarak
A1A123094	Nisfi Nur Aini
A1A123095	Dian Dwi Wijaksana
A1A123096	Dina Maulana
A1A123097	Amisa Fatel Samosir
A1A123098	Meli Yumita Sari
A1A123099	Mailin Saputra
A1A123100	Miliyantri Br Pinem
A1A123101	Ana Teresia Br Girsang
A1A123102	Azarya Alfarel Simanjuntak
A1A123103	Voni Rohmat Juliani
A1A123104	Claudia Rotua Marpaung
A1A123105	Helen Pandiangan
A1A123106	Happy Yaya Pakpahan

A1A123107	Mirnawati
A1A123108	S.Reza Wildan
A1A123109	Hanifah Riyanti
A1A123110	Dea Amanda Saputri
A1A123111	Dian Ayu Lestari Silaen
A1A123112	Hesky Intan Valerien
A1A123113	Fill Ina Grace. S
A1A123114	Dwi Lestari

Lampiran 5 Hasil Uji Instrumen
Uji Validitas

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Correlations														
		X1.01	X1.02	X1.03	X1.04	X1.05	X1.06	X1.07	X1.08	X1.09	X1.10	X1.11	X1.12	TTL
X1.01	Pearson Correlation	1	.544**	0,258	0,223	0,234	0,331	0,360	0,174	.607**	.460*	0,260	0,305	.519**
	Sig. (2-tailed)		0,002	0,169	0,236	0,213	0,074	0,051	0,357	0,000	0,011	0,165	0,101	0,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.02	Pearson Correlation	.544**	1	.474**	.537**	0,338	.534**	.640**	0,320	.424*	.474**	0,290	.374*	.670**
	Sig. (2-tailed)	0,002		0,008	0,002	0,068	0,002	0,000	0,084	0,020	0,008	0,120	0,042	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.03	Pearson Correlation	0,258	.474**	1	.678**	.792**	.804**	.584**	.614**	0,281	.583**	.609**	.699**	.840**
	Sig. (2-tailed)	0,169	0,008		0,000	0,000	0,000	0,001	0,000	0,132	0,001	0,000	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.04	Pearson Correlation	0,223	.537**	.678**	1	.604**	.773**	.699**	.602**	0,308	.406*	.510**	.639**	.800**
	Sig. (2-tailed)	0,236	0,002	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,098	0,026	0,004	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.05	Pearson Correlation	0,234	0,338	.792**	.604**	1	.638**	.555**	.540**	0,225	.405*	.515**	.547**	.729**
	Sig. (2-tailed)	0,213	0,068	0,000	0,000		0,000	0,001	0,002	0,232	0,026	0,004	0,002	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.06	Pearson Correlation	0,331	.534**	.804**	.773**	.638**	1	.636**	.623**	.406*	.546**	.584**	.713**	.863**
	Sig. (2-tailed)	0,074	0,002	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,026	0,002	0,001	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.07	Pearson Correlation	0,360	.640**	.584**	.699**	.555**	.636**	1	.616**	.471**	.445*	.507**	.627**	.810**
	Sig. (2-tailed)	0,051	0,000	0,001	0,000	0,001	0,000		0,000	0,009	0,014	0,004	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.08	Pearson Correlation	0,174	0,320	.614**	.602**	.540**	.623**	.616**	1	0,341	.437*	.489**	.737**	.741**
	Sig. (2-tailed)	0,357	0,084	0,000	0,000	0,002	0,000	0,000		0,065	0,016	0,006	0,000	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.09	Pearson Correlation	.607**	.424*	0,281	0,308	0,225	.406*	.471**	0,341	1	.545**	.364*	0,252	.580**

Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations																					
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	Y07	Y08	Y09	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	TTL
Y 01	Pearson Correlation	1	0,338	0,356	0,016	.374*	.432*	0,138	0,024	0,173	0,219	0,243	0,329	0,118	.565**	0,043	.520**	.415*	0,293	.415*	.558**
	Sig. (2-tailed)		0,068	0,053	0,933	0,042	0,017	0,466	0,900	0,361	0,246	0,196	0,076	0,533	0,001	0,822	0,003	0,023	0,116	0,023	0,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 02	Pearson Correlation	0,338	1	.373*	0,322	-0,09	0,093	0,329	-0,17	.475**	-0,08	.445*	0,280	.488**	.531**	.439*	.380*	.372*	.579**	.411*	.627**
	Sig. (2-tailed)	0,068		0,043	0,083	0,624	0,625	0,076	0,352	0,008	0,642	0,014	0,134	0,006	0,003	0,015	0,038	0,043	0,001	0,024	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 03	Pearson Correlation	0,356	.373*	1	0,101	0,277	.429*	0,263	0,114	.397*	-0,24	.385*	0,354	.496**	.541**	.419*	.370*	0,349	.494**	.590**	.671**
	Sig. (2-tailed)	0,053	0,043		0,594	0,138	0,018	0,160	0,547	0,030	0,198	0,036	0,055	0,005	0,002	0,021	0,044	0,059	0,006	0,001	0,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 04	Pearson Correlation	0,016	0,322	0,101	1	.414*	.382*	.537**	-0,09	0,151	0,213	0,303	.463**	0,219	0,074	0,207	0,165	0,135	0,244	0,230	.477**
	Sig. (2-tailed)	0,933	0,083	0,594		0,023	0,037	0,002	0,603	0,427	0,259	0,104	0,010	0,244	0,696	0,273	0,385	0,477	0,193	0,222	0,008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 05	Pearson Correlation	.374*	-0,09	0,277	.414*	1	.622**	.426*	.404*	-0,03	0,337	0,265	.459*	0,108	-0,00	-0,12	0,179	0,108	0,141	0,261	.445*
	Sig. (2-tailed)	0,042	0,624	0,138	0,023		0,000	0,019	0,027	0,837	0,069	0,158	0,011	0,572	0,986	0,516	0,344	0,572	0,456	0,163	0,014
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 06	Pearson Correlation	.432*	0,093	.429*	.382*	.622**	1	0,306	0,352	-0,14	0,153	0,128	0,323	0,071	0,124	0,015	0,130	0,049	0,244	0,150	.434*
	Sig. (2-tailed)	0,017	0,625	0,018	0,037	0,000		0,100	0,056	0,435	0,420	0,500	0,082	0,708	0,515	0,937	0,495	0,797	0,194	0,430	0,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 07	Pearson Correlation	0,138	0,329	0,263	.537**	.426*	0,306	1	-0,18	0,357	-0,02	0,100	0,304	0,306	0,239	0,111	.437*	0,306	.379*	0,306	.528**

	Sig. (2-tailed)	0,46 6	0,07 6	0,16 0	0,00 2	0,01 9	0,10 0		0,32 4	0,05 3	0,89 0	0,59 8	0,10 3	0,10 0	0,20 4	0,56 0	0,01 6	0,10 0	0,03 9	0,10 0	0,00 3
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 08	Pearson Correlation	0,02 4	- 0,17	0,11 4	- 0,09	.404 *	0,35 2	- 0,18	1	- 0,29	0,32 0	0,21 8	- 0,05	- 0,30	- 0,20	- 0,06	### #	### #	### #	- 0,06	- 0,00
	Sig. (2-tailed)	0,90 0	0,35 2	0,54 7	0,60 3	0,02 7	0,05 6	0,32 4		0,11 8	0,08 5	0,24 6	0,78 1	0,10 2	0,27 0	0,73 6	0,07 9	0,17 1	0,95 7	0,72 7	0,98 0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 09	Pearson Correlation	0,17 3	.475 **	.397 *	0,15 1	- 0,03	- 0,14	0,35 7	- 0,29	1	0,00 0	0,24 8	.396 *	.524 **	.459 *	.385 *	.575 **	.638 **	.605 **	.638 **	.638 **
	Sig. (2-tailed)	0,36 1	0,00 8	0,03 0	0,42 7	0,83 7	0,43 5	0,05 3	0,11 8		1,00 0	0,18 6	0,03 0	0,00 3	0,01 1	0,03 6	0,00 1	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 10	Pearson Correlation	0,21 9	- 0,08	### #	0,21 3	0,33 7	0,15 3	- 0,02	0,32 0	0,00 0	1	0,04 6	0,19 0	- 0,07	- 0,13	- 0,10	0,04 2	0,12 9	### #	- 0,07	0,13 5
	Sig. (2-tailed)	0,24 6	0,64 2	0,19 8	0,25 9	0,06 9	0,42 0	0,89 0	0,08 5	1,00 0		0,80 9	0,31 5	0,70 4	0,48 8	0,56 7	0,82 5	0,49 8	0,31 0	0,70 4	0,47 7
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 11	Pearson Correlation	0,24 3	.445 *	.385 *	0,30 3	0,26 5	0,12 8	0,10 0	0,21 8	0,24 8	0,04 6	1	0,19 6	.372 *	0,29 1	0,31 4	0,08 5	0,09 0	0,36 1	0,35 9	.507 **
	Sig. (2-tailed)	0,19 6	0,01 4	0,03 6	0,10 4	0,15 8	0,50 0	0,59 8	0,24 6	0,18 6	0,80 9		0,30 0	0,04 3	0,11 9	0,09 1	0,65 4	0,63 7	0,05 0	0,05 2	0,00 4
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 12	Pearson Correlation	0,32 9	0,28 0	0,35 4	.463 **	.459 *	0,32 3	0,30 4	- 0,05	.396 *	0,19 0	0,19 6	1	0,28 2	0,32 1	.364 *	.422 *	.406 *	0,34 6	0,36 0	.628 **
	Sig. (2-tailed)	0,07 6	0,13 4	0,05 5	0,01 0	0,01 1	0,08 2	0,10 3	0,78 1	0,03 0	0,31 5	0,30 0		0,13 1	0,08 4	0,04 8	0,02 0	0,02 6	0,06 1	0,05 1	0,00 0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 13	Pearson Correlation	0,11 8	.488 **	.496 **	0,21 9	0,10 8	0,07 1	0,30 6	- 0,30	.524 **	- 0,07	.372 *	0,28 2	1	.467 **	.409 *	.508 **	.520 **	.517 **	0,25 2	.616 **
	Sig. (2-tailed)	0,53 3	0,00 6	0,00 5	0,24 4	0,57 2	0,70 8	0,10 0	0,10 2	0,00 3	0,70 4	0,04 3	0,13 1		0,00 9	0,02 5	0,00 4	0,00 3	0,00 3	0,17 9	0,00 0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y 14	Pearson Correlation	.565 **	.531 **	.541 **	0,07 4	- 0,00	0,12 4	0,23 9	- 0,20	.459 *	- 0,13	0,29 1	0,32 1	.467 **	1	.651 **	.785 **	.664 **	.512 **	.523 **	.735 **
	Sig. (2-tailed)	0,00 1	0,00 3	0,00 2	0,69 6	0,98 6	0,51 5	0,20 4	0,27 0	0,01 1	0,48 8	0,11 9	0,08 4	0,00 9		0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 4	0,00 3	0,00 0

Uji Reliabilitas

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,755	12

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,740	9

Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,878	19

Lampiran 6 Angket Penelitian

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL DAN PENDIDIKAN EKONOMI DALAM KELUARGA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS JAMBI

I. Identitas Responden

Nama :

NIM :

Angkatan :

Kelas :

II. Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah pernyataan berikut dengan cermat dan seksama
2. Pilihlah alternatif jawaban sesuai dengan pendapat atau keyakinan sendiri dengan memberi tanda centang pada kolom yang tersedia
3. Adapun keterangan alternatif jawaban adalah sebagai berikut:
 - SS : Sangat Setuju
 - S : Setuju
 - N : Netral
 - TS : Tidak Setuju
 - STS : Sangat Tidak Setuju
4. Bila ada pertanyaan yang kurang jelas, mintalah penjelasan kepada peneliti
5. Setiap jawaban yang anda berikan kepada peneliti merupakan bantuan yang ternilai bagi peneliti ini, untuk itu peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

N	Pernyataan	SS	STS	N	TS	STS
<i>Perceived Usefulness (Persepsi Kebermanfaatan)</i>						
1.	Dengan adanya Penggunaan Teknologi Digital dapat melakukan pembelian dan transaksi pembayaran kapanpun selama ada jaringan					
2.	Dengan adanya beragamnya layanan Penggunaan Teknologi Digital memudahkan saya menemukan barang/jasa kebutuhan sehari-hari					
3.	Layanan digital sangat bermanfaat bagi saya terutama dalam melakukan pembelian produk kebutuhan sehari-hari					
<i>Perceived Ease Of Use((Persepsi Kemudahan)</i>						
4.	Layanan digital seperti e-commerce dan sistem pembayaran online sangat mudah digunakan					
5.	Dengan menggunakan Penggunaan Teknologi Digital dalam belanja dapat menghemat waktu dan tenaga.					
6.	Menurut saya aplikasi atau layanan digital sangat mudah untuk dipelajari					
<i>Attitude Toward Using (Sikap terhadap Penggunaan)</i>						
7.	Menggunakan layanan Penggunaan Teknologi Digital untuk belanja merupakan suatu hal yang menyenangkan					
8.	Merasa aman menggunakan layanan Penggunaan Teknologi Digital untuk melakukan pembayaran akan barang atau jasa yang saya beli					
9.	Menggunakan layanan Penggunaan Teknologi Digital untuk memenuhi kebutuhan merupakan keputusan yang tepat					
<i>Actual Usage (Penggunaan Sesungguhnya)</i>						
10.	Cenderung menggunakan layanan digital untuk mencari dan membeli produk yang saya butuhkan					
11.	Saya selalu menggunakan layanan digital untuk membeli maupun membayar produk yang saya butuhkan					
12.	Merasa puas terhadap banyaknya layanan yang tersedia pada Penggunaan Teknologi Digital terutama dalam melakukan pemenuhan kebutuhan sehari-hari					

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Pemberian pembelajaran tentang ekonomi						
1.	Memahami konsep dasar ekonomi seperti kebutuhan dan keinginan yang diajarkan oleh orangtua					
2.	Diajarkan untuk selalu lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan daripada keinginan					
3.	Mampu menghadapi situasi keuangan yang sulit dengan solusi yang diberikan orangtua					
Pembiasaan contoh kegiatan ekonomi						
4.	Sebelum membeli saya selalu diingatkan untuk membandingkan kualitas dengan harga					
5.	Sering dilibatkan untuk membayar tagihan atau berbelanja kebutuhan sehari-hari					
6.	Sering dilibatkan untuk mencari penghasilan atau pendapatan tambahan oleh orangtua saya					
Pengelolaan pendapatan						
7	Selalu menyisihkan uang saku atau pendapatan saya untuk ditabung					
8.	Selalu diberikan pemahaman tentang apa yang menjadi kebutuhan dan hanya sekedar keinginan oleh orangtua					
9.	Selalu dilibatkan untuk berdiskusi tentang bagaimana mengelola keuangan dengan bijak bersama orangtua					

Perilaku Konsumtif (Y)

NO	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Membeli produk karena iming-iming hadiah						
1.	Lebih tertarik membeli produk ketika produk yang ditawarkan sedang diskon					
2.	Tetap membeli barang diskon meskipun tidak begitu dibutuhkan					

3.	Selalu membeli produk yang memberi penawaran <i>buy 2 get 1</i>					
Membeli barang karena kemasan yang menarik						
4	Tertarik membeli produk yang terlihat unik dan lucu					
5.	Lebih menyukai produk yang dikemas dengan bagus dan rapi					
6.	Sebelum membeli saya selalu mempertimbangkan kualitas kemasan produk yang akan saya beli					
Membeli barang untuk menjaga penampilan diri						
7.	Lebih suka membeli barang yang <i>up to date</i> agar menjaga penampilan saya lebih trendy dan keren					
9.	Membeli suatu barang agar saya mendapat pujian dari orang lain					
Membeli produk atas dasar pertimbangan harga bukan manfaat						
11.	Selalu memilih membeli suatu produk yang harganya lebih murah					
Membeli barang yang dianggap menjaga simbol status						
12.	Selalu mempertimbangkan merek sebelum membeli suatu produk					
13.	Lebih percaya bahwa barang yang dipakai dapat mencerminkan status sosial seseorang					
Membeli produk karena model yang mengiklankan						
14.	Membeli produk hanya karena <i>public figure</i> favorit saya menggunakan produk tersebut					
15.	Merasa senang dan bangga apabila memiliki barang yang sama dengan idola saya					
Membeli barang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri						
16.	Merasa lebih percaya diri jika menggunakan produk dengan harga mahal dan bermerek					
17.	Merasa bangga ketika menggunakan barang mahal dihadapan orang lain.					
Mencoba barang sejenis dengan merek berbeda						
18.	Suka membeli produk baru dengan merek lain meskipun yang lama masih bisa digunakan					
19.	Senang memiliki produk dengan berbagai macam merek yang berbeda meskipun fungsinya sama					

Lampiran 7 Data Tabulasi Penelitian

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

SAMPEL	PERTANYAAN												TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	4	5	3	5	3	5	2	5	3	5	4	48
3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	46
5	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	5	5	45
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	46
7	5	3	2	3	5	3	5	5	3	5	4	5	48
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
10	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	48
11	3	3	3	3	3	3	5	2	4	5	5	5	44
12	5	5	5	5	2	2	2	2	2	2	3	2	37
13	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	46
14	4	4	4	4	5	4	3	2	3	4	5	4	46
15	1	2	2	2	5	2	5	5	5	5	4	5	43
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
17	4	2	3	4	5	5	3	2	2	3	4	4	41
18	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	1	51
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
20	4	4	4	4	4	4	3	1	3	1	3	4	39
21	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	5	43
22	4	5	4	3	4	2	4	2	3	2	4	2	39
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
24	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	5	5	48
25	5	5	5	3	3	5	3	5	5	3	2	3	47
26	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	55
27	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	53
28	4	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	35
29	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	1	37
30	3	4	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	39
31	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	39
32	1	1	5	3	4	3	3	5	1	5	5	3	39
33	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	56
34	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	46
35	5	3	5	4	3	4	4	4	4	3	3	3	45
36	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	2	5	50
37	5	2	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	54
38	4	1	1	1	1	5	1	5	1	5	4	2	31
39	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	53
40	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	48
41	5	3	3	4	3	5	3	5	3	4	3	4	45
42	4	4	5	3	5	4	5	5	5	4	4	4	52
43	5	4	5	5	5	2	3	5	5	4	2	2	47
44	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	34
45	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	56
46	5	4	3	3	5	3	5	4	5	5	4	4	50
47	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	56

48	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	5	5	53
49	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	52
50	5	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	52
51	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	36
52	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	5	43
53	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	48
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	48
55	4	5	4	3	5	3	5	3	4	1	5	4	46
56	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	2	48
57	4	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	52
58	5	4	2	4	5	5	5	5	3	5	5	5	53
59	4	4	4	4	5	2	2	3	3	4	3	4	42
60	3	4	3	5	3	5	4	5	5	3	4	3	47
61	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	42
62	3	3	2	2	5	2	5	3	3	5	5	4	42
63	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	5	55
64	2	2	2	2	2	3	5	2	5	2	5	5	37
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
66	4	5	5	5	3	3	5	3	5	3	3	5	49
67	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	57
68	4	4	4	5	2	2	4	4	2	2	2	3	38
69	5	3	5	3	5	3	4	3	3	5	3	5	47
70	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	3	54
71	5	4	4	5	5	4	5	2	5	5	2	3	49
72	3	3	4	3	3	3	5	3	3	3	5	3	41
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
74	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
75	5	5	1	5	1	5	4	1	2	3	3	4	39
76	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	4	2	50
77	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
78	1	1	5	5	5	5	5	5	5	2	2	2	43
79	1	5	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	20
80	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	53
81	3	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	47
82	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	45
83	3	3	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	44
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	48
86	5	5	2	2	2	2	2	3	2	2	4	4	35
87	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	2	53
88	5	5	2	5	4	3	3	4	3	4	3	4	45
89	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	52
90	5	2	3	2	2	2	2	4	3	4	4	3	36
91	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	55
92	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	44
93	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	44
94	5	5	2	5	2	5	5	2	5	3	5	5	49
95	1	1	2	1	4	1	3	1	1	3	3	3	24
96	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	43
97	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	52
98	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	53
99	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	55
100	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	55
101	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	5	52
102	5	3	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	52

103	5	5	2	2	2	3	4	5	5	5	5	5	48
104	5	3	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	53
105	5	5	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	49
106	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	53
107	3	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	48
108	5	5	5	2	1	2	2	1	2	1	1	5	32
109	3	4	5	4	3	5	3	5	2	5	5	4	48
110	5	4	4	2	2	3	4	3	4	3	3	4	41
111	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	2	50
112	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	3	50
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
114	5	5	4	4	1	1	1	1	2	2	5	5	36
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	57
116	1	1	1	5	5	3	5	1	3	4	3	4	36
117	3	4	5	4	4	5	5	5	3	4	3	4	49
118	5	5	2	5	2	3	2	5	2	1	1	5	38
119	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
120	3	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	52
121	5	5	5	5	2	5	2	2	5	2	4	5	47
122	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	58
123	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58
124	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	2	5	51
125	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	55
126	5	5	3	3	5	4	5	5	4	5	3	5	52
127	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56
128	3	3	3	3	2	2	5	5	5	5	3	4	43
129	4	3	4	4	4	2	2	2	2	4	2	5	38
130	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	44
131	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	47
132	3	4	3	3	3	4	4	5	1	3	4	3	40
133	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	38
134	4	4	2	2	1	2	2	3	4	5	5	4	38
135	1	5	3	5	5	4	4	5	5	2	5	5	49
136	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	3	4	31
137	3	4	3	1	2	2	5	4	3	2	3	4	36
138	3	2	2	2	2	3	5	5	4	4	4	4	40
139	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	38
140	3	4	2	3	3	3	5	5	4	2	3	3	40
141	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	4	4	35
142	2	2	2	3	3	4	5	3	3	3	4	3	37
143	3	2	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	36
144	2	3	3	3	3	2	5	3	3	3	4	2	36
145	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	34
146	3	3	2	2	2	4	5	2	3	3	5	4	38
147	2	5	5	3	3	4	3	3	4	3	3	3	41
148	2	1	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	36
149	2	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	4	38
150	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	37
151	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	40
152	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	5	5	38
153	2	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	38
154	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	39
155	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	5	4	40
156	3	3	3	3	3	3	3	2	2	5	5	3	38
157	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	43

158	5	3	3	5	3	4	3	5	5	1	3	3	43
159	3	2	2	2	2	3	4	5	2	4	5	2	36
160	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	5	2	43
161	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	45
162	3	2	3	4	5	4	4	3	4	5	3	3	43
163	3	3	3	3	3	4	2	2	3	5	5	5	41
164	2	2	2	2	2	4	2	3	5	4	3	3	34
165	3	3	3	3	3	5	3	4	4	3	3	4	41
166	3	4	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	37
167	5	5	3	5	2	3	3	2	3	3	3	3	40
168	3	2	2	2	2	4	2	4	2	4	5	5	37
169	5	2	2	5	3	4	2	5	3	5	4	1	41
170	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	31
171	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	34
172	3	3	3	3	4	3	4	2	2	2	4	4	37
173	3	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	41
174	3	3	3	4	4	4	3	4	3	5	3	3	42
175	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	39
176	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	42
177	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	44
178	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	47

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

SAMPEL	PERTANYAAN									TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	4	4	5	4	5	4	5	5	4	40
2	3	5	4	5	3	5	2	3	3	33
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
4	4	5	4	3	2	2	2	4	5	31
5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	31
6	4	5	4	3	2	3	2	4	2	29
7	2	2	2	2	3	2	4	4	4	25
8	5	5	4	5	1	1	5	5	5	36
9	4	4	4	5	2	2	3	4	4	32
10	3	3	2	3	3	4	5	4	4	31
11	4	5	1	1	1	4	1	1	5	23
12	5	2	1	1	1	4	1	5	1	21
13	4	4	3	3	3	3	3	5	5	33
14	4	5	4	3	4	1	4	4	5	34
15	5	3	2	2	1	1	5	5	5	29
16	4	4	4	4	3	2	4	4	4	33
17	4	5	4	5	5	4	4	4	4	39
18	1	5	1	3	1	1	1	5	5	23
19	3	5	3	4	4	2	4	4	3	32
20	4	4	3	4	4	1	4	4	1	29
21	4	5	2	4	4	4	3	4	4	34
22	4	4	5	4	3	3	3	4	4	34
23	4	4	5	4	3	5	5	5	4	39
24	4	5	5	5	4	3	5	5	2	38
25	1	1	1	5	1	5	1	5	1	21
26	4	5	4	5	5	2	3	5	3	36
27	3	4	3	3	3	4	3	4	4	31
28	4	4	5	4	5	3	4	3	4	36

29	3	4	4	3	4	3	4	3	4	32
30	3	4	3	4	3	5	5	4	3	34
31	4	3	3	3	4	5	4	4	3	33
32	4	4	4	4	3	3	1	3	1	27
33	3	3	3	3	3	4	4	5	5	33
34	3	2	3	3	1	4	4	5	4	29
35	3	1	1	1	5	5	4	5	2	27
36	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43
37	1	3	2	2	2	3	1	4	2	20
38	4	4	4	5	5	5	4	5	2	38
39	4	4	4	4	1	1	4	4	3	29
40	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
41	4	3	3	4	5	5	5	3	3	35
42	4	4	4	4	4	4	4	1	1	30
43	3	5	5	5	1	2	1	5	5	32
44	1	5	1	1	5	1	4	5	1	24
45	4	5	3	4	5	5	3	5	3	37
46	5	5	4	4	4	4	3	2	5	36
47	5	5	5	5	5	1	2	5	3	36
48	4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
49	4	4	3	4	3	3	5	5	4	35
50	4	5	5	3	1	1	5	5	5	34
51	3	4	4	5	4	4	4	4	4	36
52	4	5	4	5	4	5	5	3	4	39
53	4	4	4	4	5	4	5	3	5	38
54	4	5	4	3	4	5	4	4	4	37
55	5	4	5	4	4	4	5	2	3	36
56	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
57	3	2	3	4	5	5	4	5	3	34
58	3	4	4	4	4	4	4	5	4	36
59	3	3	4	4	4	1	1	4	1	25
60	5	3	5	3	5	4	3	4	3	35
61	3	4	3	4	5	4	4	3	4	34
62	5	4	1	5	1	5	1	1	4	27
63	1	4	1	1	1	1	5	5	5	24
64	5	5	5	5	1	1	1	1	1	25
65	2	1	1	4	5	4	5	4	5	31
66	5	3	4	2	5	4	5	1	5	34
67	3	2	3	3	4	4	5	4	5	33
68	3	3	3	2	1	3	5	5	5	30
69	2	2	2	2	2	2	2	5	2	21
70	5	5	5	5	4	2	3	5	4	38
71	3	5	5	5	4	3	5	4	3	37
72	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
73	4	4	4	4	1	4	4	4	4	33
74	3	3	3	3	5	5	3	3	3	31
75	5	5	4	4	1	1	4	5	4	33
76	4	5	5	5	3	1	4	5	4	36
77	3	5	2	4	4	2	3	4	4	31
78	3	1	1	1	5	5	4	2	4	26
79	2	5	2	2	5	2	2	5	2	27
80	4	3	3	4	4	2	5	5	4	34
81	3	4	3	5	3	4	3	4	3	32
82	3	4	4	3	4	4	4	4	3	33
83	3	4	3	2	4	4	4	3	4	31

84	4	3	3	5	5	3	4	4	4	35
85	4	5	5	5	3	4	3	3	3	35
86	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
87	4	4	2	2	2	3	4	3	4	28
88	4	4	4	5	3	3	3	3	4	33
89	3	1	2	2	3	2	3	2	4	22
90	2	4	3	4	4	5	5	5	4	36
91	4	5	3	4	3	2	5	5	4	35
92	5	5	5	4	1	4	5	5	4	38
93	4	4	4	4	1	4	5	5	5	36
94	2	2	2	2	4	2	2	2	2	20
95	3	5	4	5	3	5	5	4	3	37
96	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43
97	2	4	4	4	3	3	5	4	4	33
98	3	5	4	3	4	3	3	3	3	31
99	3	3	5	5	5	5	4	5	5	40
100	4	5	5	5	3	5	5	4	4	40
101	5	5	5	5	2	1	4	5	5	37
102	5	5	3	3	3	3	3	5	5	35
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
104	5	2	5	5	5	5	5	5	5	42
105	5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
106	5	4	4	3	2	3	4	4	4	33
107	1	3	1	2	3	3	3	2	3	21
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
109	3	3	3	3	3	5	4	4	3	31
110	4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
111	5	4	1	2	4	5	5	5	5	36
112	3	4	4	4	4	4	4	3	3	33
113	3	3	3	3	3	3	3	5	3	29
114	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
115	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41
116	4	4	4	2	5	3	4	4	5	35
117	4	3	4	3	3	3	5	4	5	34
118	5	5	3	5	2	2	4	5	5	36
119	5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
120	4	2	3	4	3	5	5	3	5	34
121	4	5	5	5	5	3	5	5	3	40
122	4	5	5	5	2	2	5	5	5	38
123	1	2	4	4	1	2	3	2	3	22
124	4	5	3	5	4	3	4	4	5	37
125	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
126	4	5	5	5	5	2	5	5	5	41
127	4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
128	3	4	5	2	3	3	5	5	4	34
129	3	4	4	2	2	3	5	4	4	31
130	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
131	3	3	4	2	3	4	5	4	4	32
132	3	3	3	5	5	5	4	4	3	35
133	3	3	3	3	3	3	3	4	4	29
134	4	3	3	4	4	5	5	2	3	33
135	4	3	2	2	2	2	3	4	3	25
136	3	3	2	3	4	4	4	4	3	30
137	4	4	5	4	5	3	4	3	3	35
138	4	3	3	3	3	5	4	4	3	32

PERILAKU KONSUMTIF (Y)

SAMPel	PERTANYAAN																	TOTAL
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	3	3	4	3	3	67
2	5	5	4	5	3	4	5	3	3	4	3	4	2	5	3	5	4	67
3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	5	2	3	5	2	3	3	3	46
4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	64
5	5	2	4	1	5	5	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	2	49
6	4	3	3	3	2	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	5	2	66
7	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5	2	2	5	2	4	5	5	68
8	3	2	3	5	5	5	4	1	5	3	3	3	3	4	1	4	4	58
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
10	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	4	5	4	4	3	68
11	2	2	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	68
12	5	3	5	3	5	5	3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	56
13	4	4	3	4	4	4	5	5	3	3	5	3	5	5	4	2	3	66
14	3	1	2	1	4	5	5	5	5	4	1	3	4	2	4	4	4	57
15	5	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	3	1	3	4	3	65
16	4	2	4	5	5	4	5	5	3	3	5	2	5	5	5	3	4	69
17	5	4	5	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	4	53
18	5	3	3	5	5	5	4	1	4	4	3	5	5	5	4	5	5	71
19	4	2	4	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	5	3	5	5	66
20	5	2	5	5	5	5	3	2	5	3	5	5	3	2	2	2	2	61
21	5	2	5	5	3	5	3	2	5	2	2	5	2	3	3	5	2	59
22	4	2	3	3	4	3	5	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	55
23	1	2	2	4	2	4	4	2	5	2	5	5	5	4	1	3	3	54
24	4	3	4	3	4	5	3	1	4	4	5	5	5	5	3	4	1	63
25	3	1	3	4	5	5	3	5	5	4	3	1	3	3	3	2	2	55
26	4	5	4	3	4	5	4	2	2	4	2	2	4	3	5	2	2	57
27	4	3	4	3	5	5	5	2	5	3	5	3	4	5	3	4	2	65
28	4	3	2	3	2	3	2	4	1	3	4	1	4	1	3	4	3	47
29	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	59
30	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	58
31	5	2	4	2	5	4	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	4	53
32	5	2	5	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	2	4	60
33	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	63
34	3	2	3	3	3	4	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	67
35	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	2	2	66
36	4	1	5	5	5	4	5	1	4	3	4	4	4	4	3	1	2	59
37	5	3	3	2	4	3	4	2	2	4	4	4	5	5	4	4	2	60
38	4	4	3	2	2	2	2	2	2	4	2	4	3	4	4	3	2	49
39	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	1	5	1	5	5	1	5	62
40	4	3	4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	58
41	4	3	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	5	5	4	63
42	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	5	4	5	5	5	4	4	69
43	3	3	3	5	4	5	4	1	5	2	5	1	5	5	4	5	3	63
44	5	4	3	3	2	2	5	2	5	2	2	2	5	2	2	3	5	54
45	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	4	5	5	75
46	5	1	4	4	5	5	4	2	5	4	4	5	5	5	4	2	4	68
47	5	5	4	5	5	5	3	5	3	4	3	3	3	3	5	2	5	68
48	2	2	2	2	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	65
49	3	3	3	4	5	5	4	1	3	5	3	4	4	4	4	2	1	58

50	4	1	3	4	5	5	3	2	3	5	4	4	4	3	3	1	1	55
51	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	3	53
52	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	47
53	3	2	4	3	5	3	5	2	3	2	5	1	2	5	3	5	1	54
54	3	2	3	3	4	4	3	5	3	4	1	5	2	1	5	1	5	54
55	4	3	5	3	2	5	2	3	5	3	2	1	4	4	3	2	5	56
56	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	60
57	5	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	2	4	3	4	5	59
58	3	3	4	3	5	4	5	1	5	1	4	4	4	5	3	5	4	63
59	5	3	2	5	4	5	3	2	5	2	4	5	4	5	3	2	4	63
60	3	4	2	4	2	4	3	3	4	3	3	5	3	3	5	3	3	57
61	2	2	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	4	5	3	4	3	53
62	5	3	5	5	5	5	5	3	4	5	3	2	4	2	3	1	1	61
63	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	62
64	4	1	5	2	2	2	2	5	3	2	4	2	4	5	4	5	5	57
65	4	2	5	4	5	4	5	4	4	2	3	4	5	4	5	4	5	69
66	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	2	2	5	2	3	68
67	5	4	5	4	4	2	4	4	5	4	2	4	4	4	3	4	3	65
68	4	3	1	5	3	4	2	4	4	4	3	4	1	4	3	3	4	56
69	5	5	5	4	5	5	2	5	1	1	2	5	2	3	5	2	2	59
70	5	3	5	4	5	3	5	2	4	5	4	2	3	4	3	4	4	65
71	3	5	5	3	3	4	2	1	4	2	5	4	5	4	5	5	5	65
72	1	1	2	5	5	2	5	1	2	5	1	3	5	5	2	5	5	55
73	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	4	3	2	70
74	4	3	5	4	3	2	5	4	3	5	4	3	5	4	4	4	3	65
75	5	3	4	2	2	4	4	1	2	3	3	3	5	4	3	2	1	51
76	4	2	4	5	5	5	5	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3	57
77	3	2	3	2	4	3	2	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	60
78	1	5	3	2	2	1	1	4	5	5	4	5	4	2	3	4	4	55
79	4	1	3	2	4	5	3	1	4	2	4	2	1	4	1	2	4	47
80	5	5	5	3	5	4	3	1	5	3	5	5	5	2	5	5	2	68
81	3	3	3	2	3	2	3	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	57
82	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	55
83	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	65
84	4	2	4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	3	5	4	2	67
85	3	1	3	3	5	5	3	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	47
86	2	1	2	3	4	5	2	1	1	4	4	2	5	4	3	2	2	47
87	5	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	67
88	5	3	3	4	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	5	3	4	60
89	5	2	3	5	3	5	3	5	3	3	5	5	5	5	5	3	3	68
90	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	1	2	2	2	2	3	3	50
91	5	3	3	4	4	5	3	2	3	4	4	1	1	3	2	3	2	52
92	4	2	4	2	5	3	3	3	4	5	1	2	3	1	2	3	3	50
93	3	2	3	4	5	5	2	2	3	3	2	4	2	2	2	3	2	49
94	4	4	4	3	4	2	5	2	5	3	3	2	2	2	2	2	2	51
95	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	3	1	1	35
96	5	3	4	4	3	2	2	2	3	4	2	2	4	4	3	2	3	52
97	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	2	2	3	63
98	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	2	5	2	5	3	67
99	5	2	3	3	2	3	1	3	2	3	3	5	2	5	4	5	5	56
100	4	3	4	4	4	4	3	1	1	2	2	4	3	3	3	2	2	49
101	5	3	3	2	5	5	3	1	5	5	4	1	3	3	1	4	4	57
102	5	1	3	3	5	3	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	68
103	5	1	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	57
104	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	66

105	5	5	5	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	2	2	3	4	56
106	5	4	3	4	5	3	3	3	4	3	3	5	4	4	4	5	5	67
107	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	68
108	5	1	5	5	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	5	52
109	3	2	5	3	4	3	5	3	5	3	3	5	3	4	5	5	5	66
110	4	4	2	4	2	4	2	4	2	2	4	2	4	2	5	2	4	53
111	5	5	4	4	3	5	3	3	2	4	5	5	4	4	4	5	5	70
112	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4	3	3	4	4	5	4	66
113	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	52
114	4	3	3	4	4	5	5	1	5	4	4	2	2	2	1	1	1	51
115	5	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	2	4	5	5	68
116	5	4	3	4	5	4	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	64
117	4	1	4	2	2	4	3	2	4	4	3	3	3	5	5	2	3	54
118	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	4	5	4	5	46
119	3	3	3	3	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	66
120	5	4	3	5	5	4	4	5	3	5	3	3	4	4	4	3	4	68
121	5	5	5	3	4	3	3	2	3	4	2	2	5	5	5	2	3	61
122	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	2	5	2	4	2	63
123	5	1	5	5	5	5	5	1	5	5	2	5	2	5	5	5	5	71
124	5	3	4	5	5	4	3	5	5	3	3	5	2	5	3	2	3	65
125	4	3	5	3	5	4	3	1	3	5	3	3	4	4	2	2	3	57
126	5	1	3	4	5	5	3	2	1	4	3	4	5	4	3	4	3	59
127	2	2	2	3	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	52
128	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	62
129	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	60
130	1	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	60
131	2	3	3	4	3	4	2	3	5	2	3	4	5	5	4	4	3	59
132	4	2	2	2	2	1	2	3	4	2	5	4	1	4	1	5	5	49
133	1	4	4	4	3	3	4	5	5	3	2	2	3	4	4	3	2	56
134	4	3	2	2	2	2	3	3	4	3	4	3	5	3	4	3	5	55
135	3	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	60
136	3	2	3	3	3	3	3	5	3	4	3	5	3	5	3	5	3	59
137	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	51
138	4	2	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	55
139	2	3	3	3	3	3	4	5	3	3	2	3	2	2	3	3	3	50
140	3	3	4	2	3	2	1	2	3	3	2	3	5	5	2	3	5	51
141	3	2	3	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	2	1	1	2	47
142	4	4	2	2	2	3	4	2	5	5	2	5	5	2	5	3	4	59
143	3	3	4	2	1	3	1	1	2	3	3	4	3	3	4	3	3	46
144	2	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	5	3	5	3	5	5	56
145	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	2	2	46
146	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	4	3	3	53
147	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	51
148	3	4	4	3	3	3	5	3	4	2	2	2	4	2	2	3	3	52
149	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	2	5	5	5	5	4	2	59
150	3	4	3	2	3	2	3	2	1	3	1	4	3	4	4	4	3	49
151	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	4	2	2	56
152	2	3	4	2	2	2	3	4	4	4	5	5	3	2	2	3	4	54
153	3	3	2	3	2	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	4	4	50
154	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	5	1	3	3	57
155	3	3	3	4	3	3	3	5	3	5	2	5	3	4	2	3	3	57
156	3	4	3	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	4	4	3	3	50
157	3	4	3	3	3	3	2	4	2	4	2	2	3	3	4	3	3	51
158	3	4	2	1	4	5	5	3	5	4	3	2	5	4	3	3	3	59
159	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	53

160	2	4	3	4	3	3	5	5	3	3	3	2	4	3	3	4	2	56
161	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	53
162	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	3	5	5	5	3	3	59
163	3	3	3	3	3	2	3	3	5	3	5	3	5	3	2	3	3	55
164	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	4	4	3	4	3	3	49
165	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	3	3	3	3	56
166	3	2	3	2	2	3	4	3	5	3	5	3	5	3	3	5	3	57
167	3	4	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	4	4	1	3	52
168	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	54
169	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	5	5	1	1	5	5	5	51
170	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	40
171	2	3	3	2	2	2	3	4	3	2	4	2	1	3	4	3	4	47
172	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	58
173	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	53
174	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	56
175	3	3	2	3	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	65
176	4	4	3	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	4	2	5	4	55
177	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65
178	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	3	3	5	4	5	3	60

Lampiran 8 Hasil Penelitian

Deskripsi Data Penelitian

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Statistics														
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.1 0	X1.1 1	X1.1 2	TOT ALX1
N	Valid	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.77	3.72	3.62	3.69	3.75	3.75	3.90	3.75	3.67	3.70	3.86	3.87	45.04
Std. Error of Mean		.083	.083	.083	.081	.087	.077	.081	.087	.080	.087	.077	.077	.577
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	45.00
Mode		5	4 ^a	3	3	5	4	5	5	4	5	5	5	48
Std. Deviation		1.114	1.105	1.105	1.075	1.164	1.028	1.074	1.167	1.072	1.164	1.029	1.031	7.702
Variance		1.240	1.220	1.220	1.155	1.354	1.057	1.154	1.362	1.149	1.354	1.059	1.062	59.326
Range		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Sum		671	662	644	656	667	668	694	668	653	658	687	689	8017
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown														

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	7	13	54	44	60	178	671	3,77	75,4
2	6	19	47	53	53	178	662	3,72	74,4
3	3	28	53	44	50	178	644	3,62	72,4
4	4	21	52	51	50	178	656	3,69	73,7
5	6	24	40	47	61	178	667	3,75	74,9
6	3	17	52	55	51	178	668	3,75	75,1
7	3	18	40	50	67	178	694	3,90	78,0
8	8	20	40	50	60	178	668	3,75	75,1
9	4	22	51	53	48	178	653	3,67	73,4
10	8	20	47	46	57	178	658	3,70	73,9
11	2	14	54	45	63	178	687	3,86	77,2
12	3	14	47	53	61	178	689	3,87	77,4
MEAN							8017	3,75	75,1

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	13	7.3	7.3	11.2
	NETRAL	54	30.3	30.3	41.6
	SETUJU	44	24.7	24.7	66.3
	SANGAT SETUJU	60	33.7	33.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	19	10.7	10.7	14.0
	NETRAL	47	26.4	26.4	40.4
	SETUJU	53	29.8	29.8	70.2
	SANGAT SETUJU	53	29.8	29.8	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	28	15.7	15.7	17.4
	NETRAL	53	29.8	29.8	47.2
	SETUJU	44	24.7	24.7	71.9
	SANGAT SETUJU	50	28.1	28.1	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	2.2	2.2	2.2
	TIDAK SETUJU	21	11.8	11.8	14.0
	NETRAL	52	29.2	29.2	43.3
	SETUJU	51	28.7	28.7	71.9
	SANGAT SETUJU	50	28.1	28.1	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	24	13.5	13.5	16.9
	NETRAL	40	22.5	22.5	39.3
	SETUJU	47	26.4	26.4	65.7
	SANGAT SETUJU	61	34.3	34.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	17	9.6	9.6	11.2
	NETRAL	52	29.2	29.2	40.4
	SETUJU	55	30.9	30.9	71.3
	SANGAT SETUJU	51	28.7	28.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	18	10.1	10.1	11.8
	NETRAL	40	22.5	22.5	34.3
	SETUJU	50	28.1	28.1	62.4
	SANGAT SETUJU	67	37.6	37.6	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	4.5	4.5	4.5
	TIDAK SETUJU	20	11.2	11.2	15.7
	NETRAL	40	22.5	22.5	38.2
	SETUJU	50	28.1	28.1	66.3
	SANGAT SETUJU	60	33.7	33.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	2.2	2.2	2.2
	TIDAK SETUJU	22	12.4	12.4	14.6
	NETRAL	51	28.7	28.7	43.3
	SETUJU	53	29.8	29.8	73.0
	SANGAT SETUJU	48	27.0	27.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	4.5	4.5	4.5
	TIDAK SETUJU	20	11.2	11.2	15.7
	NETRAL	47	26.4	26.4	42.1
	SETUJU	46	25.8	25.8	68.0
	SANGAT SETUJU	57	32.0	32.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	1.1	1.1	1.1
	TIDAK SETUJU	14	7.9	7.9	9.0
	NETRAL	54	30.3	30.3	39.3
	SETUJU	45	25.3	25.3	64.6
	SANGAT SETUJU	63	35.4	35.4	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X1.12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	14	7.9	7.9	9.6
	NETRAL	47	26.4	26.4	36.0
	SETUJU	53	29.8	29.8	65.7
	SANGAT SETUJU	61	34.3	34.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Statistics											
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL X2
N	Valid	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.58	3.78	3.54	3.67	3.48	3.47	3.81	4.02	3.75	33.10
Std. Error of Mean		.073	.080	.085	.083	.095	.093	.082	.075	.080	.389
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	33.00
Mode		4	4	4	4	4	4	4	4	4	33
Std. Deviation		.973	1.066	1.140	1.108	1.263	1.236	1.088	1.000	1.073	5.194
Variance		.946	1.136	1.300	1.227	1.596	1.527	1.184	1.000	1.150	26.980
Range		4	4	4	4	4	4	4	4	4	25
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
Sum		637	672	631	654	620	617	678	715	667	5891

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	7	11	62	68	30	178	637	3,58	71,6
2	7	13	44	63	51	178	672	3,78	75,5
3	12	17	51	58	40	178	631	3,54	70,9
4	6	23	42	59	48	178	654	3,67	73,5
5	19	17	46	51	45	178	620	3,48	69,7
6	15	25	43	52	43	178	617	3,47	69,3
7	10	10	35	72	51	178	678	3,81	76,2
8	6	8	27	73	64	178	715	4,02	80,3
9	8	11	49	60	50	178	667	3,75	74,9
MEAN							5891	3,68	73,5

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	11	6.2	6.2	10.1
	NETRAL	62	34.8	34.8	44.9
	SETUJU	68	38.2	38.2	83.1
	SANGAT SETUJU	30	16.9	16.9	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	13	7.3	7.3	11.2
	NETRAL	44	24.7	24.7	36.0
	SETUJU	63	35.4	35.4	71.3
	SANGAT SETUJU	51	28.7	28.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	12	6.7	6.7	6.7
	TIDAK SETUJU	17	9.6	9.6	16.3
	NETRAL	51	28.7	28.7	44.9
	SETUJU	58	32.6	32.6	77.5
	SANGAT SETUJU	40	22.5	22.5	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.4					
------	--	--	--	--	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	23	12.9	12.9	16.3
	NETRAL	42	23.6	23.6	39.9
	SETUJU	59	33.1	33.1	73.0
	SANGAT SETUJU	48	27.0	27.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	19	10.7	10.7	10.7
	TIDAK SETUJU	17	9.6	9.6	20.2
	NETRAL	46	25.8	25.8	46.1
	SETUJU	51	28.7	28.7	74.7
	SANGAT SETUJU	45	25.3	25.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	15	8.4	8.4	8.4
	TIDAK SETUJU	25	14.0	14.0	22.5
	NETRAL	43	24.2	24.2	46.6
	SETUJU	52	29.2	29.2	75.8
	SANGAT SETUJU	43	24.2	24.2	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	10	5.6	5.6	5.6
	TIDAK SETUJU	10	5.6	5.6	11.2
	NETRAL	35	19.7	19.7	30.9
	SETUJU	72	40.4	40.4	71.3
	SANGAT SETUJU	51	28.7	28.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	8	4.5	4.5	7.9
	NETRAL	27	15.2	15.2	23.0
	SETUJU	73	41.0	41.0	64.0
	SANGAT SETUJU	64	36.0	36.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

X2.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	8	4.5	4.5	4.5
	TIDAK SETUJU	11	6.2	6.2	10.7
	NETRAL	49	27.5	27.5	38.2
	SETUJU	60	33.7	33.7	71.9
	SANGAT SETUJU	50	28.1	28.1	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Perilaku Konsumtif (Y)

Statistics																			
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	TOT ALL Y
N	Valid	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
	Mis sing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.65	2.94	3.47	3.41	3.57	3.61	3.40	3.12	3.54	3.45	3.35	3.41	3.54	3.58	3.43	3.39	3.33	58.18
Std. Error of Mean		.081	.079	.071	.077	.081	.082	.082	.096	.082	.074	.082	.086	.084	.085	.083	.086	.083	.530
Median		4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.50	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	57.50
Mode		3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	57 ^a
Std. Deviation		1.075	1.051	.946	1.034	1.083	1.096	1.096	1.277	1.090	.986	1.090	1.147	1.126	1.138	1.109	1.146	1.113	7.074
Variance		1.157	1.104	.895	1.068	1.173	1.200	1.202	1.630	1.188	.972	1.189	1.317	1.267	1.296	1.230	1.313	1.238	50.035
Range		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Minimum		1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
Maximum		5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
Sum		649	524	618	607	635	642	605	555	630	614	596	607	630	637	611	604	592	10356
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown																			

NO	ALTERNATIF JAWABAN					N	Skor	Mean	TCR
	STS	TS	N	S	SS				
1	6	17	58	50	47	178	649	3,65	72,9
2	17	39	72	37	13	178	524	2,94	58,9
3	1	25	70	53	29	178	618	3,47	69,4
4	4	33	55	58	28	178	607	3,41	68,2
5	1	34	51	47	45	178	635	3,57	71,3
6	3	30	47	52	46	178	642	3,61	72,1
7	5	33	63	40	37	178	605	3,40	68,0
8	21	40	46	39	32	178	555	3,12	62,4
9	6	23	60	47	42	178	630	3,54	70,8
10	2	31	57	61	27	178	614	3,45	69,0
11	7	36	51	56	28	178	596	3,35	67,0
12	7	36	50	47	38	178	607	3,41	68,2
13	7	27	49	53	42	178	630	3,54	70,8
14	6	31	39	58	44	178	637	3,58	71,6
15	9	26	56	53	34	178	611	3,43	68,7
16	10	31	50	53	34	178	604	3,39	67,9
17	9	31	63	43	32	178	592	3,33	66,5
MEAN							10356	3,42	68,4

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	17	9.6	9.6	12.9
	NETRAL	58	32.6	32.6	45.5
	SETUJU	50	28.1	28.1	73.6
	SANGAT SETUJU	47	26.4	26.4	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	17	9.6	9.6	9.6
	TIDAK SETUJU	39	21.9	21.9	31.5
	NETRAL	72	40.4	40.4	71.9
	SETUJU	37	20.8	20.8	92.7
	SANGAT SETUJU	13	7.3	7.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	25	14.0	14.0	14.6
	NETRAL	70	39.3	39.3	53.9
	SETUJU	53	29.8	29.8	83.7
	SANGAT SETUJU	29	16.3	16.3	100.0

	Total	178	100.0	100.0	
--	-------	-----	-------	-------	--

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	4	2.2	2.2	2.2
	TIDAK SETUJU	33	18.5	18.5	20.8
	NETRAL	55	30.9	30.9	51.7
	SETUJU	58	32.6	32.6	84.3
	SANGAT SETUJU	28	15.7	15.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	1	.6	.6	.6
	TIDAK SETUJU	34	19.1	19.1	19.7
	NETRAL	51	28.7	28.7	48.3
	SETUJU	47	26.4	26.4	74.7
	SANGAT SETUJU	45	25.3	25.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	3	1.7	1.7	1.7
	TIDAK SETUJU	30	16.9	16.9	18.5
	NETRAL	47	26.4	26.4	44.9
	SETUJU	52	29.2	29.2	74.2
	SANGAT SETUJU	46	25.8	25.8	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	5	2.8	2.8	2.8
	TIDAK SETUJU	33	18.5	18.5	21.3
	NETRAL	63	35.4	35.4	56.7
	SETUJU	40	22.5	22.5	79.2
	SANGAT SETUJU	37	20.8	20.8	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	21	11.8	11.8	11.8
	TIDAK SETUJU	40	22.5	22.5	34.3
	NETRAL	46	25.8	25.8	60.1
	SETUJU	39	21.9	21.9	82.0
	SANGAT SETUJU	32	18.0	18.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	23	12.9	12.9	16.3
	NETRAL	60	33.7	33.7	50.0
	SETUJU	47	26.4	26.4	76.4
	SANGAT SETUJU	42	23.6	23.6	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	2	1.1	1.1	1.1
	TIDAK SETUJU	31	17.4	17.4	18.5
	NETRAL	57	32.0	32.0	50.6
	SETUJU	61	34.3	34.3	84.8
	SANGAT SETUJU	27	15.2	15.2	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y11					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	36	20.2	20.2	24.2
	NETRAL	51	28.7	28.7	52.8
	SETUJU	56	31.5	31.5	84.3
	SANGAT SETUJU	28	15.7	15.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y12					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	36	20.2	20.2	24.2
	NETRAL	50	28.1	28.1	52.2
	SETUJU	47	26.4	26.4	78.7
	SANGAT SETUJU	38	21.3	21.3	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y13					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	7	3.9	3.9	3.9
	TIDAK SETUJU	27	15.2	15.2	19.1
	NETRAL	49	27.5	27.5	46.6
	SETUJU	53	29.8	29.8	76.4
	SANGAT SETUJU	42	23.6	23.6	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y14					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	6	3.4	3.4	3.4
	TIDAK SETUJU	31	17.4	17.4	20.8
	NETRAL	39	21.9	21.9	42.7
	SETUJU	58	32.6	32.6	75.3
	SANGAT SETUJU	44	24.7	24.7	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y15					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	5.1	5.1	5.1
	TIDAK SETUJU	26	14.6	14.6	19.7
	NETRAL	56	31.5	31.5	51.1
	SETUJU	53	29.8	29.8	80.9
	SANGAT SETUJU	34	19.1	19.1	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Y16					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	10	5.6	5.6	5.6
	TIDAK SETUJU	31	17.4	17.4	23.0
	NETRAL	50	28.1	28.1	51.1
	SETUJU	53	29.8	29.8	80.9
	SANGAT SETUJU	34	19.1	19.1	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

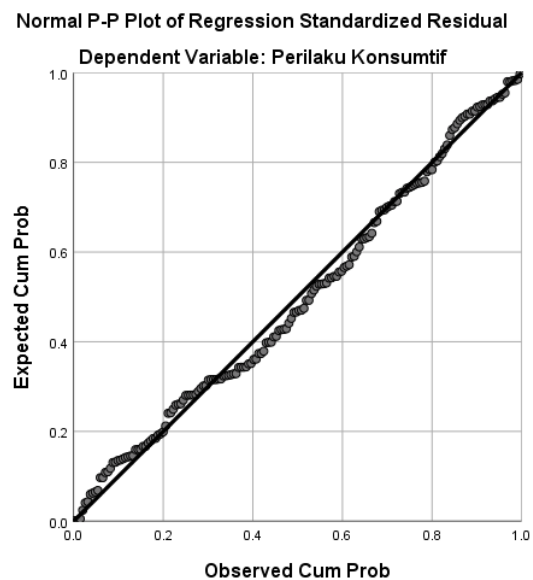
Y17					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TIDAK SETUJU	9	5.1	5.1	5.1
	TIDAK SETUJU	31	17.4	17.4	22.5
	NETRAL	63	35.4	35.4	57.9
	SETUJU	43	24.2	24.2	82.0
	SANGAT SETUJU	32	18.0	18.0	100.0
	Total	178	100.0	100.0	

Uji Prasyarat Analisis

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	178

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.36431477
Most Extreme Differences	Absolute	.035
	Positive	.031
	Negative	-.035
Test Statistic		.035
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



Uji Linearitas

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Penggunaan Teknologi Digital	Between Groups	(Combined)	4648.011	30	154.934	5.527	.000
		Linearity	3824.912	1	3824.912	136.457	.000
		Deviation from Linearity	823.099	29	28.383	1.013	.457
	Within Groups		4120.444	147	28.030		
	Total		8768.455	177			

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	Between Groups	(Combined)	2242.373	24	93.432	2.190	.002
		Linearity	1247.113	1	1247.113	29.238	.000
		Deviation from Linearity	995.260	23	43.272	1.014	.451
	Within Groups		6526.082	153	42.654		
	Total		8768.455	177			

Uji Homogenitas

Penggunaan Teknologi Digital (X1)

Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Perilaku Konsumtif	Based on Mean	1.054	26	107	.408
	Based on Median	.742	26	107	.807
	Based on Median and with adjusted df	.742	26	73.075	.801
	Based on trimmed mean	1.042	26	107	.422

Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga (X2)

Test Of Homogeneity Of Variances					
		Levene Statistic	Df1	Df2	Sig.
Perilaku Konsumtif	Based On Mean	.886	23	116	.617
	Based On Median	.640	23	116	.891
	Based On Median And With Adjusted Df	.640	23	80.003	.886
	Based On Trimmed Mean	.875	23	116	.630

Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000		
	Penggunaan Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000	.999	1.001
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000	.999	1.001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif								

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.827	1.774		3.285	.001
	Penggunaan Teknologi Digital	.002	.027	.005	.068	.946
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.060	.039	-.114	-1.514	.132
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Penggunaan Teknologi Digital ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

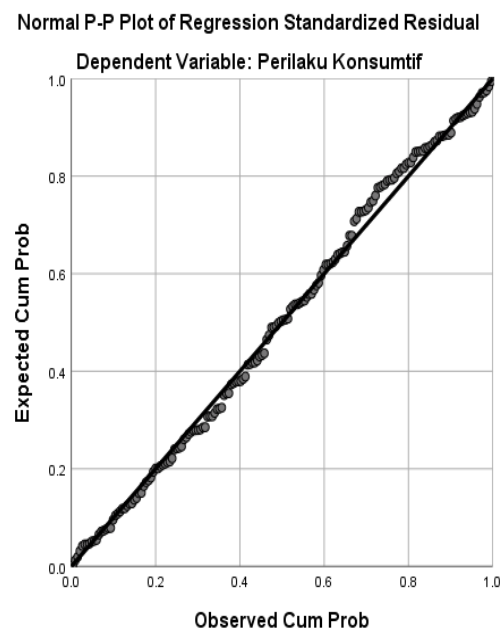
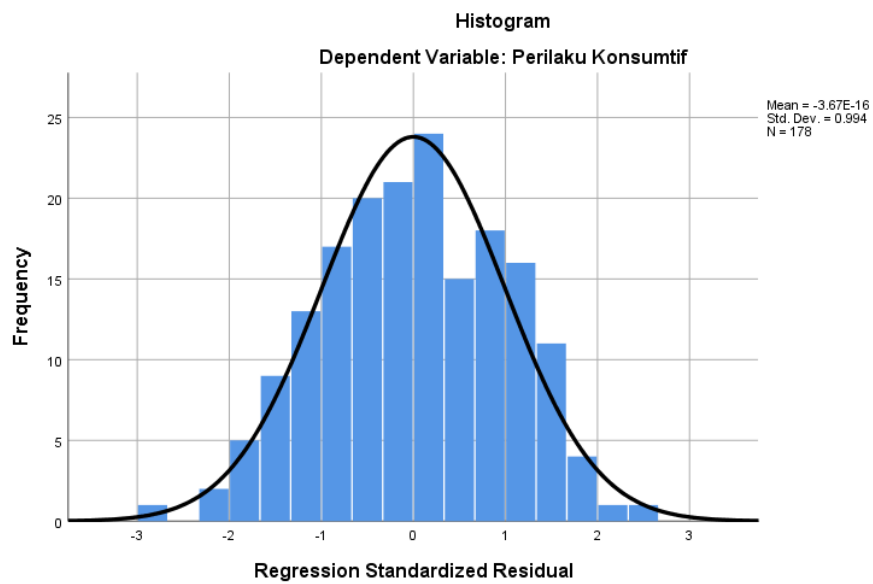
1	.735 ^a	.540	.535	4.82374
a. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Penggunaan Teknologi Digital				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

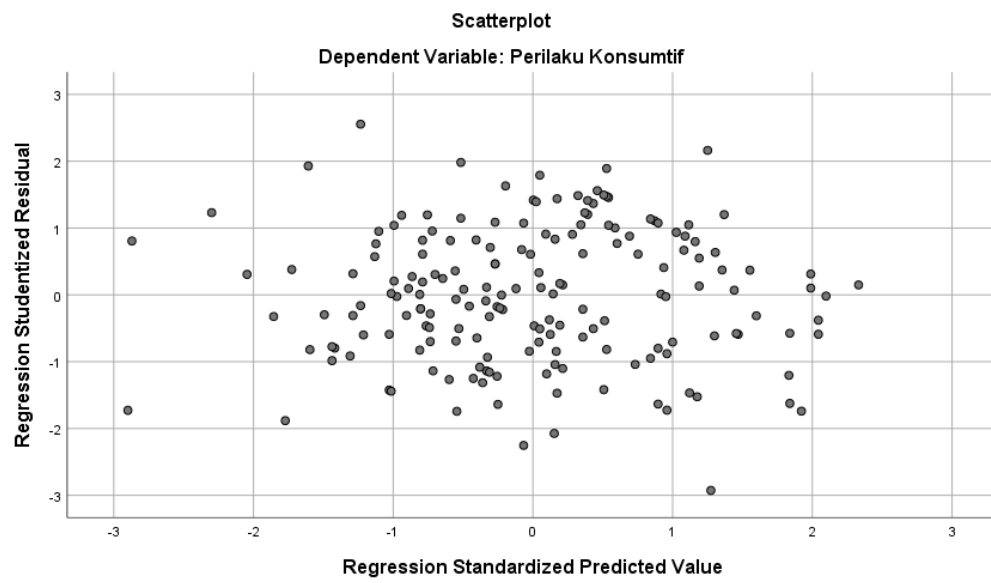
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4784.261	2	2392.131	102.806	.000 ^b
	Residual	4071.986	175	23.268		
	Total	8856.247	177			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga, Penggunaan Teknologi Digital						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	37.456	3.146		11.906	.000
	Penggunaan Teknologi Digital	.674	.049	.711	13.864	.000
	Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	-.285	.070	-.209	-4.075	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	43.1077	70.2986	58.1798	5.19901	178
Std. Predicted Value	-2.899	2.331	.000	1.000	178
Standard Error of Predicted Value	.362	1.313	.597	.191	178
Adjusted Predicted Value	42.9569	70.2612	58.1846	5.21007	178
Residual	-13.80004	12.23293	.00000	4.79641	178
Std. Residual	-2.861	2.536	.000	.994	178
Stud. Residual	-2.926	2.554	.000	1.003	178
Deleted Residual	-14.43409	12.40951	-.00482	4.88260	178
Stud. Deleted Residual	-2.992	2.596	-.001	1.008	178
Mahal. Distance	.002	12.126	1.989	2.063	178
Cook's Distance	.000	.131	.006	.013	178
Centered Leverage Value	.000	.069	.011	.012	178
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Charts





Lampiran 9 Tabel r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896

Lampiran 10 Tabel t

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
Df	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02	0,010	0,002
161	0,67602	1,28683	1,65437	1,97481	2,34973	2,60671	3,14162
162	0,67601	1,28680	1,65431	1,97472	2,34959	2,60652	3,14130
163	0,67600	1,28677	1,65426	1,97462	2,34944	2,60633	3,14098
164	0,67599	1,28673	1,65420	1,97453	2,34930	2,60614	3,14067
165	0,67598	1,28670	1,65414	1,97445	2,34916	2,60595	3,14036
166	0,67597	1,28667	1,65408	1,97436	2,34902	2,60577	3,14005
167	0,67596	1,28664	1,65403	1,97427	2,34888	2,60559	3,13975
168	0,67595	1,28661	1,65397	1,97419	2,34875	2,60541	3,13945
169	0,67594	1,28658	1,65392	1,97410	2,34862	2,60523	3,13915
170	0,67594	1,28655	1,65387	1,97402	2,34848	2,60506	3,13886
171	0,67593	1,28652	1,65381	1,97393	2,34835	2,60489	3,13857
172	0,67592	1,28649	1,65376	1,97385	2,34822	2,60471	3,13829
173	0,67591	1,28646	1,65371	1,97377	2,34810	2,60455	3,13801
174	0,67590	1,28644	1,65366	1,97369	2,34797	2,60438	3,13773
175	0,67589	1,28641	1,65361	1,97361	2,34784	2,60421	3,13745
176	0,67589	1,28638	1,65356	1,97353	2,34772	2,60405	3,13718
177	0,67588	1,28635	1,65351	1,97346	2,34760	2,60389	3,13691
178	0,67587	1,28633	1,65346	1,97338	2,34748	2,60373	3,13665
179	0,67586	1,28630	1,65341	1,97331	2,34736	2,60357	3,13638
180	0,67586	1,28627	1,65336	1,97323	2,34724	2,60342	3,13612
181	0,67585	1,28625	1,65332	1,97316	2,34713	2,60326	3,13587
182	0,67584	1,28622	1,65327	1,97308	2,34701	2,60311	3,13561
183	0,67583	1,28619	1,65322	1,97301	2,34690	2,60296	3,13536
184	0,67583	1,28617	1,65318	1,97294	2,34678	2,60281	3,13511
185	0,67582	1,28614	1,65313	1,97287	2,34667	2,60267	3,13487
186	0,67581	1,28612	1,65309	1,97280	2,34656	2,60252	3,13463
187	0,67580	1,28610	1,65304	1,97273	2,34645	2,60238	3,13438
188	0,67580	1,28607	1,65300	1,97266	2,34635	2,60223	3,13415
189	0,67579	1,28605	1,65296	1,97260	2,34624	2,60209	3,13391
190	0,67578	1,28602	1,65291	1,97253	2,34613	2,60195	3,13368
191	0,67578	1,28600	1,65287	1,97246	2,34603	2,60181	3,13345
192	0,67577	1,28598	1,65283	1,97240	2,34593	2,60168	3,13322
193	0,67576	1,28595	1,65279	1,97233	2,34582	2,60154	3,13299
194	0,67576	1,28593	1,65275	1,97227	2,34572	2,60141	3,13277
195	0,67575	1,28591	1,65271	1,97220	2,34562	2,60128	3,13255
196	0,67574	1,28589	1,65267	1,97214	2,34552	2,60115	3,13233
197	0,67574	1,28586	1,65263	1,97208	2,34543	2,60102	3,13212
198	0,67573	1,28584	1,65259	1,97202	2,34533	2,60089	3,13190
199	0,67572	1,28582	1,65255	1,97196	2,34523	2,60076	3,13169
200	0,67572	1,28580	1,65251	1,97190	2,34514	2,60063	3,13148

