

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
TIKTOK SHOP PADA GENERASI Z DESA
MARAMBA KECAMATAN WOTU
KABUPATEN LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri Palopo Untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian
Studi Jenjang Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah*



UIN PALOPO

Oleh

RISMAWATI
2104020022

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA
TIKTOK SHOP PADA GENERASI Z DESA
MARAMBA KECAMATAN WOTU
KABUPATEN LUWU TIMUR**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam
Negeri Palopo Untuk Melakukan Penelitian Skripsi dalam Rangka Penyelesaian
Studi Jenjang Sarjana Ekonomi pada Program Studi Perbankan Syariah*



UIN PALOPO

Oleh

RISMAWATI
2104020022

Pembimbing :

Hendra Safri, S.E., M.M

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rismawati
Nim : 2104020022
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program studi : Perbankan Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab peneliti.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 20 Februari 2025



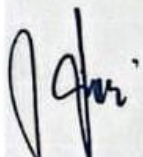

Rismawati
Nim. 2104020022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktokshop pada Generasi Z Desa Maramba Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur yang ditulis oleh Rismawati Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020022, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 24 April 2025 Miladiyah bertepatan dengan 25 Syawl 1446 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 10 September 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|---|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Burhan Rifuddin, S.E., M.M. | Penguji I | () |
| 4. Arsyad L, Si., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Hendra Safri, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ
سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah, serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur” setelah melalui proses yang panjang.

Shalawat dan salam kepada nabi muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, yaitu guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (UIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dari dosen pembimbing serta doa dan dorongan dari banyak pihak terutama dari kedua orang tua walaupun dapat dikatakan penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan kepada orang tuaku tercinta yang sangat saya sayangi ayahanda Tukiman dan ibunda saya Sri Nur Hasnawati yang selalu mendoakan penulis, mendukung penulis, bahkan menjadi sumber penyemangat penulis yang selalu mengusahakan apapun itu demi anak-anaknya kedua orang

tuaku sama-sama berasal dari keluarga yang kurang mampu, tetapi mereka tetap semangat untuk kebahagiaan anak-anaknya. Selanjutnya juga ucapan terimakasih penulis ucapkan kepada;

1. Dengan penuh rasa syukur dan cinta mendalam penulis ucapkan kepada bapak saya Tukiman dan ibu saya Sri Nur Hasnawati, yang selalu senantiasa mendoakan penulis, selalu menjadi sumber kebahagiaan penulis, orang tua yang selalu mengusahakan keinginan penulis, selalu mendoakan penulis selama menyelesaikan studi penulis hingga sampai ke tahap ini.
2. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
4. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Muh. Ikhsan Purnama, S.E., M.E.Sy. selaku Sekretaris program studi Perbankan Syariah, beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.

5. Hendra Safri, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam rangka untuk penyelesaian skripsi.
6. Dewan Penguji, Penguji I Bapak Burhan Rifuddin, S.E., M.M. dan Penguji II Bapak Arsyad L, Si., M.Si. yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada penulis dalam rangka penyelesaian skripsi.
7. Zainuddin S, S.E., M.Ak. selaku Kepala Cabang Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup UIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Kepada Bapak/Ibu Dosen serta seluruh staf UIN Palopo yang telah memberikan banyak bantuan dan kontribusi dalam memperluas wawasan saya, khususnya di bidang perbankan syariah.
9. Saudara saya, Nur Hidayanti, Imam Abidin dan Sri Wulandari yang selalu memberikan semangat dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini dan terima kasih atas dukungan dan doa yang diberikan selama ini kepada penulis, semoga suatu saat kita bisa bersama-sama untuk menjadi orang yang sukses dan dapat mengangkat derajat kedua orang tua.
10. Kepada sahabat-sahabat penulis (Nurul, Nunung dan Ila), yang telah menjadi sahabat sekaligus saudara yang sangat baik untuk penulis, terima kasih atas semangat dan dukungan yang selama ini diberikan, semoga kelak kita sama-sama menjadi orang yang sukses.

11. Terkhusus kepada Haniza Humairah, sahabat seperjuangan, teman tidur, terima kasih selalu sabar menemani penulis mulai dari pengajuan judul, bimbingan, hingga penyelesaian skripsi.
12. Tekhusus kepada Mutmainna dan Kamran, terima kasih telah menjadi tempat untuk menjawab kebingungan penulis, yang selalu memberikan masukan-masukan kepada penulis mulai dari proses penyusunan skripsi hingga sampai selesai.
13. Kepada sahabat-sahabat penulis (tika,pute,nahda,muti), teman yang penulis temui pada saat masa KKN yang sampai hingga saat ini masih berteman baik. terimakasih telah menjadi teman yang baik untuk penulis yang selalu memberikan semangat serta dorongan kepada penulis.
14. Kepada seluruh teman seperjuangan, mahasiswa program studi perbankan syariah UIN palopo angkatan 2021, khususnya kelas PBS A. yang selama ini sama-sama berjuang dalam suka maupun duka mulai dari kegiatan perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi.
15. Dan untuk diri sendiri, Rismawati terimakasih telah menjadi pribadi yang kuat, kerja keras, sabar, dan penuh semangat dalam menghadapi tantangan yang datang selama penyusunan skripsi. Terimakasih telah bertahan sejauh ini aku tahu perjalanan ini tidaklah muda kadang penulis merasa ragu, bahkan ada keinginan untuk menyerah. Namun aku memilih untuk terus melangkah,dan menyelesaikan apa yang telah aku mulai. Semoga keberhasilan menjadi pengingat bahwa aku mampu melewati segala rintangan yang datang hingga bisa berhasil sampai ke tahap penyelesaian ini. Ada bahasa yang mengatakan

bahwa “ ada kalanya sesuatu yang pahit itu harus terus dijalani dengan penuh rasa sabar, dan yakinlah setiap perjuangan dan tekad usaha yang kuat pasti akan berbuah manis pada waktunya kelak” dan iyah hal tersebut dapat penulis alami. Terimakasih telah membuktikan bahwa aku mampu, sampai bisa ke tahap ini. Semoga kelak perjalananku selanjutnya dapatku lewati dengan penuh kesabaran sama seperti pencapaianku saat ini

Penulis sangat berterima kasih atas setiap doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis, semoga kelak akan mendapatkan balasan yang layak di sisi Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna penulis berharap semoga kelak skripsi ini bisa bermanfaat bagi setiap yang memerlukan. Aamiin

Palopo, 20 Februari 2025

Rismawati
Nim: 2104020022

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	şa	ş	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ	<i>fathah</i>	A	A
إِ	<i>Kasrah</i>	I	I
أُ	<i>ḍammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيَّ	<i>fathah dan yā’</i>	Ai	a dan i
أَوَّ	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu;

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا ... ا ... ي 	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	A	a dan garis di atas
ي	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	I	i dan garis di atas
و	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	U	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā'marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'marbūtah* ada dua, yaitu: *tā'marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍamma*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *tā'marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah [h].

Kalau kata yang berakhir dengan *tā'marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'marbūtah* itu transliterasinya dengan *ha* (ha).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-aṭ fāl*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-ḥikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-ḥaqq*

نُعِمْ : *nu'ima*

عُدُّوْ : *'aduwwun*

Jika huruf *kasrah* (ى) ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalzalāh</i> (<i>al-zalzalāh</i>)
الْفَلَسَفَة	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَاد	: <i>al-bilādu</i>

7. *Hamzah*

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia*

Kata, istilah atau kalimat Arab yang transliterasinya adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'in al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maṣlahah

9. *Lafẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului pertikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *muḍāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ *dīnullāh*

بِالله *billāh*

Adapun *tā' marbūṭah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ *hum fī raḥmatillāh*

10. *Huruf Kapital*

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tmpat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-

). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muḥammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi 'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur'ān

Naṣīr al-Dīn al-Ṭūsī

Naṣr Ḥāmid Abū Zayd

Al-Ṭūfī

Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai anak kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau agtar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muḥammad Ibnu)
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaī, Naṣr Ḥāmid (bukan: Zaīd Naṣr Ḥamīd Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

SWT = Subhanahu wa ta'ala

SAW = Sallallahu 'Alaihi Wassallam

TPB = *The Theory of Planned Behavior*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PRAKATA.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
DAFTAR ISTILAH	xx
ABSTRAK	xxi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	10
B. Landasan Teori	14
C. Kerangka Berfikir.....	32
D. Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	34

A. Jenis Penelitian	34
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	34
C. Variabel Penelitian	35
D. Definisi Operasional Variabel	36
E. Populasi Dan Sampel	38
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Instrumen Penelitian.....	43
H. Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	44
I. Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Hasil Penelitian	51
B. Pembahasan Dan Hasil Penelitian.....	69
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Ayat 1. Q.S. Al- A'raf/7:3.....	21
Ayat 2. Q.S. Al-Isra/15: 27	21



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data masyarakat.....	2
Tabel 1.2 Dimensi Gaya Hidup.....	28
Tabel 1.3 Perbedaan Generasi	30
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Jawaban Item Instrumen	44
Tabel 4.1 Data Generasi Z Desa Maramba	54
Tabel 4.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran	55
Tabel 4.4 Karakteristik Data Resfonden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.8 Hasil Uji linearitas	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.10 Hasil Uji Glejser	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Simultan.....	68
Tabel 4.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian.....	32
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-P Plot	61
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Tabel Hasil Tabulasi.....	98
Lampiran 3 Data Kuesioner	105
Lampiran 4 Hasil Validitas Data.....	108
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	111
Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran 7 Hasil Uji Hipotesis	118
Lampiran 8 Distribusi t tabel	119
Lampiran 9 Hasil Distribusi t tabel	121
Lampiran 10 Tabel Distribusi F tabel	123
Lampiran 11 Dokumentasi Pengumpulan Data Generasi Z.....	125
Lampiran 12:Dokumentasi Pengisian Angket	126

DAFTAR ISTILAH

<i>The Theory of Planned Behavior</i>	: Teori kebiasaan terencana
<i>Social Learning Theory</i>	: Teori pembelajaran
<i>General personal finance knowlage</i>	: Pengetahuan keuangan secara pribadi
<i>Savingg and borrowing</i>	: Pengetahuan keuangan secara pribadi
<i>Inssurance</i>	: Asuransi
<i>Investment</i>	: Investasi
<i>Lifestyle theory</i>	: Gaya hidup
SPSS	: <i>Statistical Package Of Social Science</i>



ABSTRAK

Rismawati, 2025: *“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.”*

Skripsi ini membahas tentang pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini adalah sumber dari data primer yaitu masyarakat kalangan Generasi Z yang ada di desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur dengan jumlah populasi sebesar 358 orang dengan menggunakan sampel sebanyak 78 responden. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan angket/survey yang dibagikan kepada responden. Data yang terkumpul kemudian diolah menggunakan program SPSS versi 2023. Penelitian ini menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. dengan nilai signifikansi sebesar 434 lebih besar dari 0,05 dan nilai t hitung lebih kecil dari t tabel yaitu $787 < 1.99210$. gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,000 dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $11.424 > 1.99210$. literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama (simultan) berpengaruh berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu kabupaten luwu timur. Dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yaitu $73.395 > 3,12$.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif

ABSTRACT

Rismawati, 2025: *“The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior of TikTok Shop Users among Generation Z in Maramba Village, Wotu District, East Luwu Regency.”*

This thesis discusses the influence of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of TikTok Shop users among Generation Z in Maramba Village, Wotu District, East Luwu Regency. The purpose of this study is to determine the influence of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of TikTok Shop users among Generation Z in Maramba Village, Wotu District, East Luwu Regency. The type of research used is quantitative. The data source of this research is primary data obtained from Generation Z communities in Maramba Village, Wotu District, East Luwu Regency, with a total population of 358 people and a sample of 78 respondents. The data collection technique used was a questionnaire/survey distributed to the respondents. The collected data were then processed using SPSS version 2023. This study employed instrument testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the study show that financial literacy has no significant effect on consumptive behavior, with a significance value of 0.434, which is greater than 0.05, and a t-count value smaller than the t-table value ($0.787 < 1.99210$). Meanwhile, lifestyle has a significant effect on consumptive behavior, with a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, and a t-count value greater than the t-table value ($11.424 > 1.99210$). Furthermore, financial literacy and lifestyle simultaneously have a significant influence on the consumptive behavior of TikTok Shop users among Generation Z in Maramba Village, Wotu District, East Luwu Regency, with a significance value of 0.000, which is smaller than 0.05, and an F-count value greater than the F-table value ($73.395 > 3.12$).

Keyword: *Consumptive Behavior, Financial Literacy, Lifestyle.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Tingkat kemajuan teknologi yang cepat telah mempermudah kehidupan manusia dan mampu mengubah pola konsumsi masyarakat khususnya itu pada generasi Z. Kehadiran internet sebagai sarana komunikasi telah menjadi kebutuhan bagi sebagian masyarakat umumnya pada Z yang sangat memanfaatkan tingkat kecanggihan teknologi yang bisa dikatakan generasi mudalah yang pandai dalam menggunakan kecanggihan teknologi sampai era saat ini. Menurut laporan *Hootsuite* dan *We Are Social* yang disampaikan oleh Kompas.com, sebanyak 87,1 persen pengguna internet melakukan belanja online melalui perangkat elektronik mereka. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini semakin tergantung pada platform digital, yang mendorong perubahan dalam bentuk perilaku konsumen menuju belanja online. Salah satu platform digital yang populer di kalangan pengguna adalah TikTok, Indonesia memiliki jumlah pengguna tiktok terbesar keempat di dunia, dengan sekitar 50 juta pengguna aktif. Di mana selain digunakan untuk membuat konten tiktok juga menyediakan fitur untuk berbelanja secara online yang dikenal dengan tiktok shop.¹

¹ Dimas Perdana Oskar et al., "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok," *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 442–47, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>.

Menurut survei BPS yang dilakukan antara Februari hingga September 2020, populasi Generasi Z di Indonesia mencapai 75,49 juta jiwa atau sekitar 27,94% dari total penduduk 270,2 juta jiwa. Generasi Z ini terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997-2012. Pada tahun 2024, sebagian Generasi Z telah mulai memasuki dunia kerja sebagai karyawan baru. Sebagian besar dari mereka memulai karier dengan penghasilan yang relatif cukup namun masih memiliki keterbatasan keterampilan, terutama dalam hal pengelolaan keuangan. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), tingkat literasi keuangan di kalangan Generasi Z mencapai 44,04%. Angka ini menunjukkan bahwa literasi keuangan Generasi Z masih lebih rendah dibandingkan generasi sebelumnya, yakni generasi milenial, yang memiliki tingkat literasi keuangan lebih tinggi.² Oleh karena peneliti memilih kalangan Generasi Z dan bukan memilih kalangan Generasi milenial.

Tabel 1.1 Data Masyarakat Khusus Kalangan Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur

No	Dusun	L	P	L + P
1.	Wonogiri 1	49	37	86
2.	Jateng	45	51	96
3.	Pulembang	31	48	79
4.	NTB	43	54	97
Jumlah		168	190	358

Sumber <https://siga.bkkbn.go.id>

² Linzzy Pratami Putri et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Kota Medan Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif.," *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2024): 203–18.

Data di atas merupakan data masyarakat khusus kalangan Generasi Z di Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Yang diperoleh peneliti di situs web Sumber <https://siga.bkkbn.go.id> Data diatas dikumpulkan berdasarkan jumlah kalangan generasi Z per dusunnya, dimana terdapat 4 Dusun pada Desa Maramba yaitu ada Dusun wonogiri 1, Dusun jateng, Dusun pulembang, dan Dusun NTB. Data diatas juga menunjukkan bahwa kalangan generasi Z bermayoritas perempuan dengan jumlah 127 jiwa, dan 114 laki-laki, dengan jumlah keseluruhan ada 241 kalangan Generasi Z.

Gambar 1.1 Usia Pengguna Tiktok Terbanyak



Sumber : databoks. Katadata.co.id

Dapat dilihat dari data tersebut bahwa pengguna tiktok didominasi oleh kalangan anak muda, yang menyatakan bahwa pengguna paling banyak yakni antara usia 18-24 tahun yang mencapai 34,9% dari total pengguna yaitu pada tahun 2022, kedua disusul usia 25-34 tahun yang tercatat sebesar 28,2%, yang

ketiga yaitu pengguna usia remaja yakni 13-17 tahun dengan porsi 14,4%, sementara pengguna paling sedikit yaitu usia diatas 55 tahun dengan porsi 3,4% dan 45-54 tahun yang sebesar 6,3%. Oleh karena itu peneliti memilih kalangan generasi Z (generasi muda) karena merupakan kalangan pengguna tiktok terbanyak di indonesia dan di dunia.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, terdapat beberapa fenomena mencolok yang ditemukan oleh peneliti terkait dengan gaya hidup yang konsumtif. Generasi Z di wilayah ini sangat di pengaruhi oleh pola hidup yang konsumtif yaitu pola hidup yang berlebih-lebihan adanya rasa keinginan mengikuti gaya hidup yang konsumtif tersebut, tanpa melihat kondisi keuangan atau pendapatan mereka. Seperti yang kita ketahui bahwa Generasi Z merupakan kelompok muda yang saat ini mendominasi populasi di Indonesia. Sebagai generasi yang sedang mengalami perkembangan, mereka cenderung memiliki tingkat emosi yang lebih labil serta daya nalar yang terus berkembang.

Sementara itu, TikTok Shop di Indonesia memiliki pangsa pasar yang sangat besar, bahkan tiktok shop sempat dibekukan oleh pemerintah. Namun, pada akhirnya, perkembangan teknologi tetap tidak dapat dihindari. Sulit untuk kita menahan rasa keinginan untuk membeli sesuatu Akibat perkembangan teknologi yang begitu pesat, kita semakin sulit untuk mengkritisi dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Generasi Z, yang tumbuh di tengah era digital, sering kali terpengaruh oleh tren dan dorongan konsumtif, sehingga

keputusan dalam berbelanja tidak lagi hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup.³

Menurut Azizah menyatakan bahwa Generasi Z saat ini sering kali diasosiasikan dengan gaya hidup yang cenderung mengedepankan kesenangan dan kenikmatan. yang sering mengakibatkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan kurang memperhatikan perencanaan keuangan mereka dengan baik. Gaya hidup yang tidak seimbang dengan pendapatan yang tidak seberapa, sering kali mendorong mereka untuk melakukan tindakan ekstrem demi mempertahankan cara hidup tersebut.⁴

Setiap individu memiliki cara tersendiri dalam memenuhi kebutuhannya. Beberapa orang melakukannya dengan cara yang wajar, sementara ada juga yang cenderung berlebihan sehingga membuat mereka menjadi konsumtif. Dengan kata lain, pemenuhan kebutuhan tidak hanya meliputi kebutuhan primer, tetapi juga mencakup kebutuhan sekunder, tersier, dan komplementer. Perubahan pola konsumsi pada generasi Z yang mengikuti perkembangan tren dan influencerlah yang mendorong pola konsumsi mereka memiliki perasaan gengsi yang selalu ingin hidup secara berlebih-lebihan tanpa mempertimbangkan keuangan mereka ini telah menunjukkan kecenderungan menuju perilaku yang lebih konsumtif.

Di satu sisi, penting bagi masyarakat untuk memahami konsep-konsep keuangan agar mereka dapat mengelola dan mengontrol perilaku konsumtif

³ Noer Fathia Aini, Desy Safitri, and Sujarwo, "Perilaku Konsumtif Gen Z Dalam Kehadiran Tiktok Shop Gen Z Consumptive Behavior in the Presence of the Tiktok Shop," *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1 (2024): 878–88, <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.

⁴ Ulfa Setia, "pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan masyarakat generasi Z Kabupaten Aceh Barat Daya", (skripsi : fakultas ekonomi dan bisnis islam Ar- Raniry Banda Aceh 2024).⁶

mereka dengan lebih baik. Selain itu, literasi keuangan memainkan peran yang krusial dalam meningkatkan keadaan finansial tidak hanya bagi individu, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan. Dengan memiliki pengetahuan yang cukup tentang keuangan, individu dapat membuat keputusan yang lebih bijak dan lebih bertanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya keuangan mereka.⁵

Selain itu, salah satu faktor yang dapat dengan mudah mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang adalah gaya hidup mereka yaitu gaya hidup yang berlebihan dan rasa gengsi yang sangat tinggi, hal ini paling sering terjadi pada kalangan generasi muda yang selalu ingin mengikuti tren sosmed gaya hidupnya medsos atau e- lifestyle. Menurut Kotler (2024), gaya hidup mencakup pola perilaku, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianut individu, yang semuanya dapat berdampak signifikan pada keputusan mereka dalam memilih barang dan jasa yang akan dibeli. Gaya hidup ini sering kali mencerminkan preferensi pribadi dan pengaruh sosial, sehingga dapat menjadi penentu utama dalam cara seseorang berbelanja dan mengelola pengeluaran keuangan mereka.⁶

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Silalahi pada tahun 2020, ditemukan bahwa mahasiswa, yang merupakan bagian dari generasi milenial, memiliki kemampuan untuk meningkatkan literasi keuangan mereka dengan cukup baik. Meskipun demikian, mereka juga menunjukkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, terutama dalam konteks belanja online. Hal ini

⁵ Dimas Perdana Oskar et al., "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok," *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 442–47, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>.

⁶ Risma Khaerunisa, Refaldo Fanther, and Didi Sukardi, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon)," *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 10, no. 01 (2024): 57–67.

menunjukkan bahwa meskipun pengetahuan keuangan mereka mungkin baik, hal tersebut tidak selalu menghalangi mereka dari pengeluaran yang berlebihan saat bertransaksi di platform digit selagi itu untuk mengikuti gaya hidup yang konsumtif yang serba *up to date*.⁷

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dimas Pradana Oskar, Rangga Wenda Prinoya dan Wellia Novita (2022) yang berjudul “E-Commerce, Edukasi Moneter, dan Gaya Hidup Terhadap Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform Tiktok”⁸. Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Jelin Rachel Stephoney Saragih (2024), yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z”⁹. Berdasarkan kedua penelitian tersebut ditemukan celah pada kedua penelitian yang hanya menekankan pada E-commerce dan gaya hidup tidak secara langsung membahas bagaimana literasi keuangan berhubungan dengan gaya hidup dalam konteks mempengaruhi perilaku konsumtif penggunaan TikTok Shop oleh generasi Z. Adapun perbedaan lainnya yaitu terdapat pada populasi, sejauh ini belum ada penelitian yang meneliti di sekitaran kalangan generasi Z yang ada di Desa.

Berdasarkan adanya research gap penelitian diatas maka penulis memutuskan untuk mengangkat isu ini dengan judul “ ***Pengaruh Literasi***

⁷Gina Rahmawati and Elly Mirati, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial,” in *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, vol. 3, 2022.

⁸ Dimas Perdana Oskar et al., “E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok,” *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 442–47, <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i4.434>.

⁹Jelin Rachel Stephoney Saragih et al., “Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z,” *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion* 1, no.2(2024): 330–43, <https://doi.org/10.57235/mesir.v1i2.2978>.

Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktokshop Pada Generasi Z Desa Maramba Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur”.

A. Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu hanya meneliti pada kalangan Generasi Z pengguna tiktok shop Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Selain itu penelitian ini hanya meneliti variabel independen yang terdiri dari literasi keuangan dan gaya hidup. Lalu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada Z Desa Maramba, Kec. Wotu , Kab. Luwu Timur ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z Desa Maramba, Kec. Wotu, Kab. Luwu Timur ?
3. apakah literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok pada generasi Z shop Desa Maramba, Kec. Wotu , Kab. Luwu Timur ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk Membuktikan Apakah Literasi Keuangan Berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, Kec. Wotu , Kab. Luwu Timur.

2. Untuk membuktikan apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z Desa Maramba, Kec. Wotu , Kab. Luwu Timur.
3. untuk membuktikan apakah literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada Z Desa Maramba, Kec. Wotu , Kab. Luwu Timur.

D. Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini sebagai pembantu kerangka berfikir dalam karya ilmiah yang akan datang meliputi variabel literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada Z Desa Maramba, Kec. Wotu, Kab. Luwu Timur.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis, menambah khazanah ilmu pengetahuan terkait perilaku konsumtif, khususnya dalam konteks penggunaan platform e-commerce seperti tiktok shop dan untuk melengkapi salah satu syarat untuk meraih gelar S.E.
 - b. Bagi generasi Z yaitu untuk memberikan pengetahuan serta wawasan yang luas mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang efektif dan konsekuensi dari perilaku konsumtif yang tidak terencana.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Penelitian Sahabuddin,R., Arimayanti,A., dan Mutmainna,R. “Pengaruh Gaya Hidup, Sosial Media,Teman Sebaya: Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Ditiktok Mahasiswa UNM” tahun 2023. Hasil dari penelitian ini pertama variabel pengaruh gaya hidup (X_1) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan bahwa sig dari variabel insentif terhadap gaya hidup adalah 0,034 yang berarti komitmen tidak tepat α 0,05 atau ($0,034 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup secara keseluruhan mempengaruhi perilaku konsumen. Kedua variabel pengaruh media sosial (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) menunjukkan bahwa nilai sig sebesar 0,00 yang berarti nilainya tidak tepat α 0,05 atau ($0,00 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa media sosial berdampak pada perilaku konsumtif. Ketiga pengaruh teman sebaya (X_3) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada variabel teman sebaya memiliki nilai sig sebesar 0,128 yang berarti memiliki nilai yang lebih besar dari α 0,05 atau ($0,00 > 0,05$), jadi ini menunjukkan bahwa variabel teman sebaya tidak berpengaruh terhadap variabel perilaku konsumtif.¹⁰ Persamaannya terdapat pada metode penelitian kuantitatif dan satu variabel independen yaitu gaya hidup dan satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif. Perbedaanya

¹⁰ Romansyah Sahabuddin, Angnis Arimayanti, and Rizka Mutmainna, “Gaya Hidup , Sosial Media , Teman Sebaya : Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Ditiktok Mahasiswa UNM Gaya Hidup , Sosial Media , Teman Sebaya : Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online” 2, no. 2 (2023): 221–32, doi:10.55123/jumintal.v2i2.2861.

penelitian terdahulu menggunakan tiga variabel independen sedangkan pada penelitian menggunakan dua variabel independen, selain itu penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa sebagai objeknya sedangkan pada penelitian ini menggunakan masyarakat kalangan generasi Z,

2. Penelitian Risma Khaerunisa , Refaldo Fanther , Didi Sukardi, “ Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa, FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon), tahun 2024. Hasil dari penelitian ini yaitu variabel (X_1) literasi keuangan uji t menunjukkan nilai sig ($0,00 < 0,05$) serta $t_{hitung} (-5,581 > t_{tabel} 1,985)$ maka menunjukkan bahwa variabel (X_1) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap (Y). Pada variabel (X_2) gaya hidup uji t menunjukkan nilai sig dari variabel gaya hidup ($0,000 < 0,05$) maka menunjukkan bahwa variabel (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y). Pada uji-F menunjukkan bahwa kedua variabel (X_1) literasi keuangan dan (X_2) gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif pengguna shopee paylater pada generasi Z (studi kasus pada mahasiswa, FEBI IAIN syekh nurjati cirebon) yang dapat dibuktikan dengan nilai sig dari uji-F yaitu $0,000 < 0,05^{11}$. Persamaannya terdapat pada metode kuantitatif dan menggunakan dua variabel independen yaitu variabel literasi keuangan dan variabel gaya hidup.

¹¹Risma Khaerunisa, Refaldo Fanter, Didi Sukardi (2024) ." Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Febi IAIN Syekh Nurjati Cirebon)", JAB Vol.10 No.01 .,57 -67

Perbedaannya penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa sebagai objeknya sedangkan pada penelitian ini objeknya menggunakan masyarakat kalangan generasi Z desa maramba kecamatan wotu kabupaten luwu timur.

3. Penelitian Bukhari, E., Ery Teguh Prasetyo, dan Sri Utami Ulfa Rahma, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19” tahun 2022. Hasil penelitian yaitu variabel (X_1) literasi keuangan, berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel literasi keuangan diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($2,211 > 1,66277$) dengan nilai sig ($0,030 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel (X_1) literasi keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif belanja online. Pada variabel (X_2) pendapatan, berdasarkan hasil dari uji parsial menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau ($3,142 < 1,66277$) dengan diperoleh nilai sig sebesar ($0,002 < 0,05$) hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel (X_1) pendapatan terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif belanja online. Pada variabel (X_3) gaya hidup, berdasarkan hasil dari uji parsial menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($2,282 > 1,66277$) dengan nilai sig sebesar ($0,025 < 0,05$) maka menunjukkan bahwa secara parsial variabel (X_3) gaya hidup berpengaruh terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif. Pada uji-F diperoleh $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau ($37,538 < 2,71$) dengan nilai sig $F_{hitung} < F_{hitung}$ atau ($0,000 < 0,05$) hal ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan antara variabel literasi keuangan (X_1), pendapatan (X_2),

gaya hidup (X_3) secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y)¹². Persamaan yaitu terletak pada metode penelitian kuantitatif dan menggunakan dua variabel independen yaitu variabel literasi keuangan dan variabel gaya hidup. Perbedaannya terdapat pada variabel dependen serta lokasi yang berbeda.

4. Penelitian Saragih, J. R. S., Siregar, M. S., Batubara, K. A., & Hidayat, N, “ Pengaruh Penggunaan Social E- Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z “ tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan signifikan variabel (X_1) media sosial, berpengaruh terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi parsial (uji t) diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17,018 > 1,701$) dengan nilai sig $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial media sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif¹³. Persamaan pada penelitian tersebut terletak pada metode penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel dependen yaitu perilaku konsumtif generasi Z. Perbedaannya penelitian terdahulu yaitu lokasi penelitian yang berbeda.
5. Penelitian Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R, “ Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z “ tahun 2023. Hasil penelitian berdasarkan hasil pengujian koefisien regresi parsial (uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu ($10,499 > 1,669$) dengan nilai sig

¹² Eri Bukhari, Ery Teguh Prasetyo, and Sri Utami Ulfa Rahma, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 18, no. 1 (2022): 49–56, <https://doi.org/doi:10.31599/jiam.v18i1.1043>.

¹³ Jelin Rachel Stephoney Saragih et al., “Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z,” *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion* 1, no. 2 (2024): 330–43, <https://doi.org/10.57235/mesir.v1i2.2978>.

diperoleh sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel (X1) literasi keuangan berpengaruh terhadap variabel (Y) perilaku konsumtif¹⁴. Persamaan pada penelitian tersebut terletak pada metode penelitian kuantitatif dan menggunakan variabel independen literasi keuangan dan variabel dependen perilaku konsumtif. Perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan mahasiswa generasi Z sebagai objeknya sedangkan pada penelitian ini objeknya adalah masyarakat kalangan generasi Z yang ada di desa maramba kecamatan wotu kabupaten luwu timur.

B. Landasan Teori

1. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian perilaku konsumtif

Konsumtif adalah perilaku menggunakan barang atau jasa tanpa didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih karena dorongan gengsi. Dalam *The Theory of the Leisure Class*, Veblen menguraikan berbagai aspek yang berkaitan dengan motivasi serta pola perilaku konsumsi masyarakat. Ia menyoroti faktor-faktor yang mendorong individu untuk mengonsumsi barang barang atau jasa, termasuk bagaimana perilaku tersebut mencerminkan status sosial dan nilai budaya di dalam masyarakat.¹⁵

¹⁴ Monica Oktaviani et al., "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 9, no. 2 (2023): 136–45, doi:10.23887/jiis.v9i2.68587.

¹⁵ Ai Nur Solihat and Syamsudin Arnasik, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi," *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2018): 1–13.

Deliarnov menyebutkan bahwa “*Conspicuous consumption of valuable goods is a means of reputability to gentlemen of leisure.*” Ketika penyebaran informasi semakin masif, dan pasar sering menawarkan berbagai macam produk yang menggiurkan, menggugah selera dan cita rasa konsumen, maka yang kemudian terjadi adalah pemanfaatan waktu senggang menjadi suatu yang mereduksi sebagai aktivitas pleasure, bersenang-senang, hedonis, dan bahkan identik dengan berbelanja.¹⁶ Konsumen memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok, dalam hal ini Veblen melihatnya sebagai tindakan yang bermotif bersenang-senang (leisure), sehingga mendorong seseorang untuk berlomba-lomba membeli barang-barang mewah yang digunakan untuk pamer, tidak peduli apakah barang tersebut berguna atau tidak dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷

Menurut Wahyudi, "Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata".¹⁸

¹⁶ Deliarnov, perkembangan pemikiran ekonomi, (jakarta:PT Raja Grafindo Persada Gujarati)

¹⁷ Ai Nur Solihat and Syamsudin Arnasik, “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi,” *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* II, no. X (2018), doi:10.23969/oikos.v2i1.915.

¹⁸ Dr.Sjeddie R. Watung, MAP, *literasi ekonomi dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa*: (Yogyakarta : CV Bintang Semesta Media, oktober 2022). 11-12

Menurut Setiadi, terdapat berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut meliputi faktor kebudayaan, yang mencakup budaya, subbudaya, dan kelas sosial. Kemudian faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status individu dalam masyarakat. Selanjutnya, faktor pribadi, yang meliputi usia dan tahap kehidupan seseorang, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Terakhir, faktor psikologis yang mencakup motivasi, persepsi, proses belajar, serta keyakinan dan sikap konsumen.

b. Teori Perilaku Konsumtif

The Theory of Planned Behavior (TPB), yang dikembangkan oleh Ajzen pada tahun 1991, merupakan teori psikologi yang digunakan untuk memprediksi dan memahami perilaku individu dalam berbagai konteks. Menurut Theory of Planned Behavior (TPB), sikap dan perilaku dianalisis melalui proses penilaian yang mencakup pertimbangan terhadap konsekuensi dari setiap tindakan sebelum membuat keputusan. Menurut Mahyarni, teori ini mengintegrasikan ilmu sosial dan perilaku untuk memprediksi sikap individu dalam mencapai hasil yang diinginkan, serta menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.¹⁹ *Theory Planned Behavior* (TPB) menjelaskan bahwa selain memiliki sikap dan norma subjektif, seorang individu harus mempertimbangkan bagaimana kontrol perilaku yang dapat dirasakan oleh seorang individu tersebut agar dapat melaksanakan kegiatan

¹⁹ Reinata Luciana Firmansyah Dzi Annur Roin, Muhammad Nazrill Ilham, "Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif: Analisis Literasi Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Di Kalangan Mahasiswa," *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEM)* 13, no. 2 (2024): 168–76, <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/index%0AJEM>.

atau tindakan yang akan dilaksanakan oleh seorang individu tersebut Sumaryono (2020).²⁰

c. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut sumartono penyebab terjadinya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor utama diantaranya yaitu:

1) Faktor internal

Kepuasan yang diperoleh dari pembelian suatu produk dipengaruhi secara signifikan oleh berbagai faktor, seperti motivasi, harga diri, pengamatan, proses pembelajaran, kepribadian, serta konsep diri individu (Kotler, 1995).

a) Motivasi

Motivasi adalah faktor yang mendorong tindakan seseorang, baik dalam hal melakukan pembelian atau penggunaan layanan yang tersedia di pasar.

b) Harga diri

Harga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi tingkat perilaku pembelian seseorang, orang yang selalu merasa memiliki harga diri rendah akan sangat mudah terpengaruh dibandingkan dengan orang yang berprinsip memiliki harga diri yang tinggi. Hal tersebut dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

²⁰ Lita Tribuana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 1 (2020): 145–155, <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>.

c) Observasi

Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen umumnya akan mempertimbangkan keputusan tersebut berdasarkan proses pengamatan. Pengamatan dapat didasarkan pada pengalaman orang lain atau pengalaman pribadi di masa lalu terkait produk tersebut.

d) Proses belajar

Howard menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan bagian dari proses pembelajaran. Pengalaman positif dari seseorang di masa lalunya dengan suatu produk akan mendorong konsumen untuk membeli barang yang sama di masa depan. Produk di masa lalu akan memberikan pelajaran bagi konsumen untuk menghindari pembelian produk tersebut di masa depan. Dalam konteks perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya, baik dalam bentuk kepuasan maupun kekecewaan terhadap produk yang dikonsumsi.²¹

1) Faktor eksternal

Menurut Kotler (1995) faktor eksternal dari perilaku konsumtif yaitu:

a) Peran budaya

²¹ Laila Meiliyandrie indah wardani Ritia Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja* (penerbit NEM, 2021), https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Laila+meiliyandrie+indah+wardani+dan+pH.+D+dan+ritia+anggadita+,konsep+diri+dan+konformitas+pada+perilaku+konsumtif+remaja&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdm e=.

Budaya merupakan faktor utama yang mempengaruhi keinginan dan perilaku seseorang. Setiap anak memperoleh nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui keluarga dan institusi penting lainnya. Dalam konteks perilaku konsumtif, budaya berperan sebagai panduan yang menentukan preferensi, prioritas, dan cara individu memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Norma budaya yang berbeda-beda juga memengaruhi tingkat konsumtivitas seseorang, seperti gaya hidup, pola belanja, dan keputusan untuk membeli produk tertentu.

b) Sub budaya

Setiap budaya terdiri dari subkultur yang lebih kecil, yang memberikan karakteristik sosialisasi tertentu bagi anggotanya. Subkultur ini meliputi kelompok etnis, agama, ras, dan wilayah geografis. Dalam perilaku konsumtif, subkultur dapat menentukan preferensi produk, pola pembelian, serta loyalitas terhadap merek tertentu.

c) Kelas sosial

Faktor utama dari kelas sosial yang paling memengaruhi perilaku konsumtif yaitu, Peran dan status peran mencakup aktivitas yang diharapkan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran dapat memengaruhi berbagai perilaku pembelian. Setiap peran juga disertai dengan status tertentu. Individu memilih produk yang mencerminkan peran dan status mereka di masyarakat.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Di dalam perilaku konsumtif terdapat beberapa indikator, yang dapat mendorong.

- a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- b. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status
- c. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestisda
- d. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- e. Membeli produk karena kemasan yang menarik
- f. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
- g. Adanya penilaian bahwa dengan membeli produk dengan harga yang mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri
- h. Mencoba lebih dari dua produk dengan merek yang berbeda.²²

e. Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam

1). Menghindari israf (pemborosan)

Dalam islam, islam mengajarkan umatnya untuk menjalani kehidupan yang sederhana dan menjauhi perilaku boros (*israf*). Dalam Islam, konsumsi dianjurkan untuk dilakukan dengan bijak dan secukupnya, disesuaikan dengan kebutuhan, bukan sekedar memenuhi keinginan yang berlebihan.²³ Pemborosan dipandang sebagai perilaku yang tidak disukai Allah, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an, (QS. Al-A'raf 7: 31):

²² Dr. Sjeddie R. Watung MAP, *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2022), https://books.google.co.id/books?id=vlatEAAAQBAJ&pg=PA6&dq=Literasi+ekonomi+dan+modernitas+terhadap+perilaku+konsumtif+mahasiswa&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwisl7CS1MmLAxWazDgGHTttEz0QuwV6B-AgLEAg.

²³ Zul Ihsan Mu'arrif, *Ekonomi Mikro Islam* (Jawa Tengah: Copyright, 2024), https://books.google.co.id/books?id=XklEQAAQBAJ&pg=PA237&dq=Ekonomi+mikro+Islam+oleh+Zul+ihsan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwix8q6dlYyMAxUoyDgGHT8QNTsQ6AF6BAgIEAM.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْوَا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahan: “*Wahai anak cucu adam, pakailah pakaian mu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya dia tidak menyukai orang yang berlebihan*”.²⁴

2). Menghindari *tabzir* (penghamburan)

Tabzir merupakan tindakan menyia-nyiakan harta tanpa manfaat yang jelas. Konsumen perlu memastikan bahwa pengeluaran mereka bersifat produktif dan membawa manfaat yang nyata. Menjauhi gaya hidup mewah yang tidak perlu merupakan salah satu cara untuk menghindari tabzir. Oleh karena itu, konsumen disarankan untuk menjalani hidup dengan sederhana dan hemat. Islam melarang tindakan tabzir karena dianggap sebagai perilaku yang menyerupai perbuatan setan.²⁵ Sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an, (QS. Al-Isra 15: 27):

اِنَّ الْمُبَدِّرِيْنَ كَانُوْا اِخْوَانَ الشَّيْطٰنِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا

Terjemahan: “*Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya*”.

²⁴Kemenag, *Al-Qura'an Dan Terjemahannya*, 2019, <https://pustakalajnah.kemenag.go.id/detail/135>.

²⁵ Mu'arrif, *Ekonomi Mikro Islam*.

2. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Remund menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah ukuran dari pemahaman individu tentang konsep-konsep keuangan, serta kemampuan dan keyakinan untuk mengelola keuangan pribadi. Hal ini mencakup pengambilan keputusan yang tepat dalam jangka pendek, perencanaan keuangan untuk jangka panjang, dan perhatian terhadap situasi serta kondisi ekonomi yang ada.²⁶

Tren terbaru dalam industri keuangan dan jasa semakin menyoroti pentingnya literasi keuangan. Menurut Miller, literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang membantu konsumen mengambil keputusan keuangan yang mendukung peningkatan kesejahteraan finansial mereka, konsumen dengan pengetahuan dan keterampilan keuangan yang memadai cenderung dapat memilih produk dan layanan keuangan secara tepat sesuai dengan porsi kebutuhan mereka.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku individu untuk meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan dengan lebih baik.

²⁶ Harpa Sugiharti and Kholida Atiyatul Maula, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa," *Accounthink : Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019): 804–18, doi:10.35706/acc.v4i2.2208.

Menurut akmal saputra penyebab dari pengelolaan keuangan yang buruk dan tidak sesuai dapat menimbulkan terjadinya kemiskinan. Pengelolaan keuangan yang baik sangatlah penting bagi setiap banyak pihak. Berikut ini bentuk-bentuk manfaat literasi keuangan yang baik yaitu:

1) Manfaat literasi keuangan bagi individu

Literasi keuangan dapat memungkinkan seseorang untuk mengelola keuangannya dengan aman serta menghindari pengambilan keputusan yang tidak tepat, yang mengakibatkan seseorang melakukan pinjaman online (pinjol). Jika seseorang memiliki keahlian dalam mengelola keuangan mereka maka hal seperti itu tidak akan mereka alami.

2) Manfaat literasi keuangan bagi mahasiswa

Manfaat literasi keuangan bagi mahasiswa yaitu dapat meningkatkan pengetahuan mahasiswa tentang bagaimana mengelola keuangan yang baik agar terhindar dari sikap konsumtif.

3) Manfaat literasi keuangan bagi masyarakat

Menurut akmal saputra literasi keuangan membantu seseorang memahami inklusi keuangan karena mereka dapat mengakses berbagai layanan keuangan, seperti tabungan rekening bank, yang merupakan produk dari inklusi keuangan.²⁷

b. Teori literasi keuangan

²⁷ Dr. Ade Maharani Adiandari, *Pengantar Literasi Keuangan* (Yogyakarta: penerbit Nas Media Pustaka, 2023), https://books.google.co.id/books?id=oLm0EAAAQBAJ&pg=PA155&dq=pengantar+literasi+keuangan+oleh+Dr.+ade+Maharini+adiandari&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-4tqS18mLaxUR4TgGH3qBRQQ6AF6BAgJEAM.

Salah satu teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991). Teori ini menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku merupakan faktor utama yang menentukan intensi seseorang dalam bertindak dan mempengaruhi perilaku yang diambil (Ajzen, 2005). Faktor yang melatarbelakangi perilaku ini meliputi faktor personal, informasi, dan sosial. Faktor informasi berhubungan dengan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki individu (Ajzen, 1991). Dalam konteks perilaku konsumtif, faktor informasi ini berkaitan erat dengan literasi keuangan, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan individu untuk mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022).

Tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung menurunkan perilaku konsumtif, karena individu mampu membuat keputusan keuangan yang lebih bijak. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat meningkatkan perilaku konsumtif karena individu cenderung membuat keputusan yang kurang tepat dalam pengelolaan keuangan.²⁸

c. Faktor-Faktor Pada Literasi Keuangan

Faktor-faktor yang berdampak pada literasi keuangan yaitu:

- 1) Tingkat pendidikan

²⁸ I Gusti Lanang Prayura Putra and Ni Kadek Sinarwati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha," *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 6, no. 2 (2023): 717–26, doi:10.23887/jmpp.v6i2.71877.

Tingkat pendidikan sangat penting untuk memahami literasi keuangan. Hal ini ditegaskan karena pendidikan harus memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman, termasuk kemampuan manajemen keuangan. Menurut aziz jika seseorang memiliki pengalaman dan pengetahuan yang baik dapat memunculkan sejumlah gagasan baru tentang cara terbaik mengambil tindakan, termasuk kompetensi dalam mengelola keuangan agar tetap berada pada tingkat aman dalam hal keuangan.

2) Kondisi mukim

Faktor utama penyebab tingginya literasi keuangan seseorang adalah status tempat tinggal mereka. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam *Jejama Management Malahayati Journal*, seseorang yang tinggal jauh dari lingkungan keluarganya sendiri memiliki jiwa yang tangguh dan mampu untuk urusan finansial dibandingkan orang yang tinggal serumah dengan keluarganya. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa orang yang tinggal jauh dari keluarganya akan segera memulai mengelola keuangan mereka sendiri.

3) Pendapatan

Tingkat penghasilan seseorang ternyata memengaruhi tingkat pemahaman mereka tentang keuangan. Hal ini pada akhirnya cenderung berdampak pada inklusi keuangan, untuk mencapai kestabilan finansial. Jumlah uang yang dimiliki sebaiknya disimpan di tempat yang aman, seperti menabung di bank atau berinvestasi di pasar modal. Dengan literasi

keuangan yang baik, individu dapat mengoptimalkan pendapatan mereka, meningkatkan inklusi keuangan, dan membuat keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola aset mereka.²⁹

d. Indikator Literasi Keuangan

- 1) *General personal finance knowlage* (Pengetahuan keuangan secara pribadi), meliputi pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan dasar seseorang tentang keuangan pribadi.
- 2) *Savingg and borrowing* (tabungan dann pinjaman), meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan pemahaman seseorang yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman.
- 3) *Insurance (Asuransii)*, meliputi pengetahuan dasar seseorang yang berkaitan dengan produk asuransi.
- 4) *Investmentt(Innvestasi)*, meliputi pengetahuan dasar seseorang tentang suku bunga, reksa dana dan risiko investasi.³⁰

3. Gaya Hidup (*Lifestyle Theory*)

a. Pengertian Gaya Hidup

Secara umum, variabel kepribadian memiliki batasan dalam memahami atau menjelaskan perilaku konsumen. Oleh karena itu, digunakan variabel lain untuk menggambarkan minat konsumen, yaitu variabel gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup saat ini menjadi salah satu aspek perilaku konsumen yang sering diperbincangkan. Menurut Kotler

²⁹ Andi Asri, et al, *literasi keuangan*: (malang: madza media 2023),12-18

³⁰ Komang Sri Widiyanti et al., "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society," *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 3 (2023): 429–47, doi:10.31955/mea.v7i3.2802.

dan Keller (2016), gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup individu yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan pandangannya terhadap dunia.³¹

Menurut Ritakumalasari dan Susanti, gaya hidup dapat diartikan sebagai cara individu menjalani kehidupannya, termasuk bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengatur waktu yang dimiliki.

Disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan suatu cara individu dalam mengikuti trend yang tengah berkembang dan juga menggambarkan tingkah laku seseorang.³²

b. Teori Gaya Hidup

Teori Perilaku Terencana, yang juga dikenal dengan sebutan *Theory of Planned Behavior*, merupakan pengembangan dari teori Reasoned Action yang pertama kali dikemukakan oleh Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1975. Teori ini mengatakan Gaya hidup Generasi Z cenderung serba dinamis, di mana mereka lebih fokus pada apa yang sedang dirasakan saat ini tanpa terlalu memikirkan apa yang akan terjadi di masa depan, mereka berpikir bahwa hidup hanya sekali, sehingga apapun yang dimiliki saat ini harus digunakan secepatnya. Selain itu, mereka juga merasa takut ketinggalan tren yang sedang berkembang.³³

c. Faktor-Faktor Gaya Hidup

³¹ Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2022), https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAAQBAJ&pg=PR6&dq=teori+perilaku+konsumen+oleh+wayan+weda+asmara+dewi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjgme6V3cmLAXoVmwGHciGI5wQ6AF6BAGMEAM.

³² Ritakumalasari Nuraeni and Susanti Ari, "Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa," *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 4 (2021): 1440–50.

³³ Widiyanti et al., "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society."

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu sebagai berikut:

- 1) Sikap adalah bagian dari diri individu yang berfungsi untuk merespons suatu objek.
- 2) Persepsi adalah proses mengorganisasi, mengenali, dan menginterpretasikan informasi untuk menggambarkan dan memahami lingkungan sekitar. Persepsi sering kali berbentuk asumsi atau pandangan yang bersifat subjektif. Pengaruh persepsi terhadap gaya hidup terletak pada bagaimana individu menilai dan merespons dunia di sekitarnya, yang kemudian membentuk kebiasaan, pilihan, dan keputusan hidup mereka.
- 3) Integrasi, Integrasi adalah penyatuan dari berbagai sikap dan tindakan dalam merespons sesuatu. Proses ini melibatkan penggabungan atau penyatuan beberapa elemen atau komponen menjadi satu kesatuan yang utuh, dengan tujuan mengoordinasikan berbagai fungsi, bagian, dan tugas yang ada dalam suatu pekerjaan. Proses integrasi ini juga memengaruhi cara mereka berinteraksi dengan lingkungan, membuat keputusan konsumsi, serta memilih gaya hidup yang sesuai dengan tujuan dan prioritas mereka.³⁴

d. Indikator Gaya Hidup

³⁴ Betrix, *Buku Ajar Sosiologi Ekonomi* (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), https://books.google.co.id/books?id=hOboEAAAQBAJ&pg=PP1&dq=Buku+ajar+sosiologi+oleh+Betrix&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj_5Pu138mLxWLwzgGHATOA1UQ6AF6BAGMEAM.

Menurut Schiffman dan Wissenbilt , gaya hidup dapat diukur melalui dimensinya, yaitu AIO (*activities, interests, and opinions*).

Dimensi gaya hidup AIO yaitu:

1) Aktivitas (*activities*)

Merujuk pada berbagai kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mengisi waktunya. Aktivitas mencakup rutinitas sehari-hari konsumen, yang dapat terlihat melalui pekerjaan, hobi, olahraga, dan aktivitas lainnya. Dengan adanya aktivitas konsumen, perusahaan dapat mengetahui berbagai aktivitas apa saja yang dapat dilakukan oleh pasar sasaran, sehingga dapat menjadi sumber bagi perusahaan untuk merumuskan strategi yang lebih efektif berdasarkan informasi yang telah dikumpulkan.

2) Minat (*interests*)

Merupakan keadaan di mana seseorang menunjukkan minat terhadap sesuatu yang dianggap penting baginya. Minat mencerminkan ketertarikan konsumen terhadap hal-hal tertentu, yang dapat terlihat pada perhatiannya terhadap keluarga, rumah, fashion, dan lain sebagainya. Dengan memahami minat seorang konsumen, perusahaan dapat membuat strategi yang dapat mempengaruhi konsumen agar tertarik dengan apa yang ditawarkan pihak perusahaan.

3) Opini/pendapat (*opinions*)

Mengacu pada pandangan seseorang tentang dirinya sendiri dan lingkungannya. Pendapat mengacu pada opini atau pandangan konsumen terhadap suatu hal tertentu. Ini dapat terlihat dari opini konsumen tentang

kehidupan pribadi mereka. Dalam teori gaya hidup, opini menjadi salah satu dimensi penting yang digunakan untuk memahami preferensi, nilai, dan kebiasaan individu yang memengaruhi perilaku mereka, termasuk perilaku konsumsi.³⁵ Komponen-komponen dimensi gaya hidup dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Dimensi Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Pendapat	<i>Demographic</i>
Pekerjaan	Keluarga	Mereka sendiri	Usia
Hobi	Rumah	Masalah sosial	Pendidikan
Acara-acara sosial	Pekerjaan	Politik	Pendapatan
Liburan	Masyarakat	Bisnis	Pekerjaan
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi	Ukuran keluarga
Keanggotaan	Busana	Pendidikan	Tempat tinggal
Klub	Makanan	Produk	Wilayah
Masyarakat	Media	Masa depan	Geografis
Belanja	Prestasi	Budaya	Ukuran kota
Olahraga			Siklus hidup

Sumber: Disarikan Dari Schiffman & Wissenbilt, 2015, Solomon et al., 2016

Menurut zakia indikator gaya hidup diantaranya:

- 1) Berbelanja adalah salah satu aktivitas "pembelian" yang dilakukan oleh individu di toko atau retail untuk memenuhi kebutuhannya.

³⁵ Dewi, *Teori Perilaku Konsumen*.

- 2) Keluarga adalah sekumpulan orang yang tinggal bersama di suatu tempat di bawah satu atap dan saling bergantung satu sama lain.
- 3) Diri sendiri adalah pandangan individu terhadap dirinya, yang mencakup apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilaku serta identitasnya.
- 4) Isu sosial adalah kondisi atau perasaan dalam diri kita yang kadang mendorong kita untuk melakukan hal-hal yang sebenarnya tidak kita inginkan, hanya untuk memperoleh pengakuan. Sebaliknya, isu sosial juga bisa membuat kita menghindari tindakan tertentu karena takut dianggap merendahkan status atau gengsi.³⁶

4. Generasi Z

Menurut Schmid, generasi adalah sekelompok orang yang mengidentifikasi diri sebagai bagian dari kelompok berdasarkan tahun kelahiran, umur, tempat tinggal, dan peristiwa dalam kehidupan yang memengaruhi tahap pertumbuhan mereka. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "generasi" adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sekelompok orang yang hidup dalam kurun waktu yang sama. Dalam teori generasi, masyarakat abad ke-21 dibagi menjadi lima kelompok generasi utama.

Tabel 1.3 Perbedaan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
-----------------	---------------

³⁶ C Tri Widiastuti, "Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online" 21, no. 4 (2023): 779–91, <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>.

1945	<i>Pre-boomer</i>
1946-1964	<i>Baby Boom Generation</i>
1965-1980	<i>X Generation</i>
1981-1996	<i>Y Generation</i>
1997-2012	<i>Z Generation</i>
2012+	<i>Alfa Generation</i>

Sumber: <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>

Berikut ini pembagian kalangan generasi generasi :

- a. *Pre-boomer*, merupakan generasi yang lahir sebelum tahun 1945. Masa dimana dunia sedang mengalami krisis global. Generasi pre-boomer memiliki karakter; memiliki jiwa-jiwa kepemimpinan yang kuat, kaya akan pengalaman karena telah melewati beberapa zaman, dan bijaksana dalam mengelola keuangan.
- b. *Baby boom generation*, merupakan generasi yang lahir tahun 1946-1964. Dikatakan generasi baby boomers karena adanya ledakan angka kelahiran setelah peristiwa perang dunia II. Generasi baby boomer memiliki karakter; pekerja keras pantang menyerah, kurang menerima kritik dengan baik.
- c. *X generation*, merupakan generasi yang lahir tahun 1965-1980. Generasi ini tumbuh di masa perkembangan teknologi. X generation memiliki karakter; banyak akal (cerdas), lebih toleran terhadap gaya hidup dan perbedaan kultur.

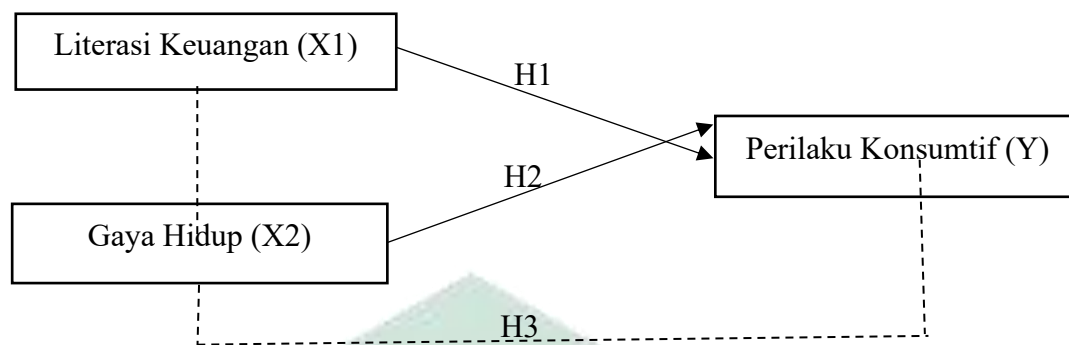
- d. *Y generation(generasi milenial)* merupakan generasi yang lahir tahun 1981-1996. Generasi milenial lahir seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, yang memungkinkan mereka akrab dengan gawai, terbiasa mengakses komputer, serta aktif menggunakan komputer. Generasi milenial memiliki karakter; cerdas teknologi, memiliki keterampilan yang beragam.
- e. *Z generation*, merupakan generasi yang lahir tahun 1997-2012. Mereka hidup dengan kebiasaan smartphone, media sosial dan internet yang merajalela pada kehidupan sehari-hari. Karakter generasi Z ; suka komunikasi secara maya, *tech savvy* (mahir teknologi).
- f. *Alfa generation*, merupakan generasi yang lahir diatas tahun 2012 sampai dengan sekarang. Karakter generasi alfa ; bermain dengan permainan yang berbasis digital.³⁷

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir yang baik menyajikan penjelasan teoretis mengenai keterkaitan antara variabel-variabel yang akan diteliti. Oleh karena itu, secara teoretis harus dijabarkan hubungan antara variabel independen (variabel yang memengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi).³⁸

³⁷ Muhtar, "Mengenal 6 Macam Generasi Di Indonesia Sesuai Tahun Lahir, Kamu Termasuk Yang Mana?," 2023, <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>.

³⁸ Prof.Dr. H. Elfrianto Gusman Lesmana, *Metode Penelitian Pendidikan* (Medan: penerbit UMSU Press, 2022), https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAAQBAJ&pg=PR6&dq=metodologi+penelitian+pendidikan+oleh+prof+dr+H+elfrianto&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwifxaOE48mLxVw-TgGHfNmNBMQ6AF6BAgLEAM.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dirumuskan dalam bentuk pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban baru berdasarkan teori yang relevan, tidak didasarkan pada fakta empiris yang dikumpulkan melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dikatakan sebagai jawaban teoritis atas rumusan masalah penelitian yang belum didukung oleh data empiris.³⁹

- H₁** : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.
- H₂** : Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.

³⁹ Emy Sohila, *Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika* (Bandung: penerbit Cakra, 2020), https://books.google.co.id/books?id=iqhMEAAQBAJ&pg=PP1&dq=metode+penelitian+matematika+oleh+emy+sohilait&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdm e=1&sa=X&ved=2ahUKEwiqisKP5cmLAXUr1DgGHVpDB4kQ6AF6BAgLEAM.

H₃ : literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang memiliki karakteristik sistematis, terencana, dan tersusun secara jelas sejak tahap awal hingga perancangan desain penelitian. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang sangat bergantung pada penggunaan angka, baik dalam proses pengumpulan data, interpretasi data, maupun penyajian hasilnya. Dengan menggunakan metode survey dan angket. Jenis penelitian survey merupakan metode pengumpulan data.⁴⁰

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Tujuan pendekatan asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Durasi penelitian mencakup sekitar 2 minggu untuk kegiatan lapangan, satu bulan untuk proses pengumpulan data, serta 3 minggu

⁴⁰ Ali sodik and Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Sandu+Siyoto+dasar+metodologi+penelitian&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiEq5nR3sqLAXUaRmwGHV_hAksQ6AF6BAgEEAM.

untuk pengelolaan data yang meliputi penyusunan skripsi dan pelaksanaan bimbingan langsung.

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah elemen utama yang menjadi fokus dalam penelitian, memiliki nilai tertentu yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Variabel ini bersifat dinamis, artinya dapat diubah atau berubah, sehingga berpotensi memengaruhi kejadian atau hasil yang diamati. Sebagai komponen penting, variabel penelitian memainkan peran krusial dalam menentukan validitas dan keakuratan hasil penelitian yang dilakukan. Pada penelitian ini digunakan dua variabel independen dan satu variabel dependen.

1. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang nilainya bergantung pada atau dipengaruhi oleh variabel lain, yang dikenal sebagai variabel bebas (*independent variable*). Variabel independen pada penelitian ini adalah literasi keuangan sebagai (X1) dan gaya hidup sebagai (X2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain dan tidak dipengaruhi oleh variabel lainnya.⁴¹ Variabel dependen pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi milenial Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

D. Definisi Operasional Variabel

⁴¹ Rahmatiyah Naafi Fitriani, Saumi Setyaningrum, apriyanto, wulan pertiwi, *Buku Ajar Biologi Dasar* (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), https://books.google.co.id/books?id=7Z0tEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=buku+ajar+biologi+dasar+oleh+saumi+setyaningrum&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdm=e=1&sa=X&ved=2ahUKEwill4Gj6smLAXX7zzgGHeaOA9QQ6AF6BAGIEAM.

Definisi operasional merupakan bagaimana cara peneliti menjabarkan variabel-variabel yang sedang akan diteliti, maka definisi operasional penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Literasi Keuangan (X1)	literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku individu untuk meningkatkan kemampuan dalam mengambil keputusan dan mengelola keuangan dengan lebih baik.	1. General personal finance knowlage (Pengetahuan keuangan secara pribadi), meliputi pemahaman yang berkaitan dengan pengetahuan dasar seseorang tentang keuangan pribadi. 2. Savingg and borrowing (tabungan dan pinjaman), meliputi pengetahuan yang berkaitan dengan pemahaman seseorang yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman. 3. Inssurance (Asuransi), meliputi pengetahuan dasar seseorang yang berkaitan

		dengan produk asuransi. 4. Investmentt(Innvestasi), meliputi pengetahuan dasar seseorang tentang suku bunga, reksa dana dan risiko investasi
Gaya Hidup (X2)	gaya hidup merupakan suatu cara individu dalam mengikuti trend yang tengah berkembang dan juga menggambarkan tingkah laku seseorang.	1. Aktivitas (<i>activities</i>) 2. Minat (<i>interests</i>) 3. Opini/pendapat (<i>opinions</i>) 4. Belanja 5. Diri sendiri 6. Isu soail
Perilaku konsumtif (Y)	Konsumtif adalah perilaku menggunakan barang atau jasa tanpa didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih karena dorongan gengsi	1. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 2. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status 3. Membeli produk atas pertimbangan harga mahal dianggap prestisda 4. Membeli produk karena

		iming-iming hadiah
		5. Membeli produk karena kemasan yang menarik
		6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
		7. Adanya penilaian bahwa dengan membeli produk dengan harga yang mahal dapat meningkatkan rasa percaya diri
		8. Mencoba lebih dari dua produk dengan merek yang berbeda

E. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Menurut Djarwanto (2020) Populasi merupakan keseluruhan kumpulan individu atau satuan yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi objek

penelitian. Satuan-satuan dalam populasi disebut sebagai unit analisis, yang dapat berupa individu, institusi, benda, dan lain sebagainya.⁴²

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh kalangan masyarakat generasi Z yang bertempat tinggal di Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur sebesar 358. Sementara dari jumlah tersebut pengguna Tiktok *Shop* tidak dapat diprediksi.

2. Sampel

Menurut Sugiyono(2022) sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki karakteristik serupa. Penggunaan sampel menjadi penting ketika populasi sangat besar dan peneliti memiliki keterbatasan dana, waktu, atau tenaga untuk meneliti seluruh populas.⁴³

Penetapan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan jenis metode *Purposive sampling*, yaitu memilih sampel secara sengaja berdasarkan pertimbangan matang terhadap karakteristik tertentu yang dianggap relevan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Peneliti secara sengaja memilih individu atau kelompok yang memiliki kriteria tertentu yang relevan dengan fokus utama penelitian.⁴⁴ Kriteria yang diinginkan peneliti yaitu Generasi Z di wilayah

⁴² Iskandar Ahmaddien Dr. Hanafiah, Adang Sutedja, *Pengantar Statistik*,: (Bandung: widiana bhakti persada, 2020), <https://www.studocu.id/id/n/52077136?sid=01739766439>.

⁴³ Sintha Wahjusaputri Anim Purwanto, *Statistik Pendidikan, Teori Dan Aplikasi* (Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2022), https://books.google.co.id/books?id=jhKtEAAQBAJ&pg=PA35&dq=Sampel+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwik7s-VysqLAX3yzgGHSILL80Q6AF6BAgJEAM.

⁴⁴ Hartini Sri Yani Kusumastuti, Nurhayati, Aekram Faisal, Dwi Hartini Rahayu, , *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Lengkap Penulisan Untuk Karya Ilmiah Terbaik)* (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), [https://books.google.co.id/books?id=A8MdEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=Sri+Yani+Kusumastuti+Metode+penelitian+kuantitatif+\(panduan+lengkap+penulisan+untuk+karya+ilmiah+terbaik\)&hl=i](https://books.google.co.id/books?id=A8MdEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=Sri+Yani+Kusumastuti+Metode+penelitian+kuantitatif+(panduan+lengkap+penulisan+untuk+karya+ilmiah+terbaik)&hl=i)

Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Berdasarkan data yang diperoleh yang tergolong generasi Z mulai dari kelahiran 1997-2012. Metode yang akan digunakan untuk penarikan sampel yaitu dengan menggunakan rumus Slovin. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin sering kali diterapkan oleh peneliti untuk menghitung ukuran sampel yang representatif dari suatu populasi, rumus Slovin dianggap mudah dan praktis dalam penggunaannya untuk menentukan ukuran sampel yang representatif dari suatu populasi. Berikut adalah cara pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin.⁴⁵

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

Dimana:

n : Jumlah Sampel

N : Total Populasi

e : Tingkat Error (dalam pengambilan sampel ini 10%)

Berdasarkan rumus yang digunakan, maka besarnya populasi penelitian, yaitu jumlah masyarakat kalangan generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur, dapat ditentukan. Dengan batas kesalahan dalam pengambilan sampel sebesar 10%, ukuran sampel yang diperlukan dapat dihitung dengan langkah-langkah berikut:

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} = \frac{358}{1+358(10\%)}$$

d&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwim9dTnv8qLAX.

⁴⁵ Heri Budianto Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, *Metode Ilmiah & Penelitian* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023), https://books.google.co.id/books?id=CRvTEAAQBAJ&pg=PP1&dq=Metode+ilmiah+%26+penelitian+oleh+Mochamad+ronaldy&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiTz7nlvMqLAXVYxzgGHfLjDggQ6AF6BAGGEAM.

$$n = \frac{241}{1+358(0,01)}$$

$$n = \frac{358}{1+3,58}$$

$$n = \frac{358}{3,58}$$

$$n = 78$$

Dari perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu sebanyak 78 responden. Di mana jumlah responden di atas di ambil dari seluruh kalangan generasi Z yang ada di Desa Maramba Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner dengan alat bantu *google form*.

F. Teknik Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti secara langsung dari lokasi penelitian. Ini termasuk data yang diperoleh melalui kuesioner atau wawancara langsung dengan resfonden.⁴⁶

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas memperhatikan suatu objek dengan memanfaatkan pancaindera. Tujuan dari kegiatan observasi ini adalah mengumpulkan sebuah informasi yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian.

Sebelum peneliti melakukan penelitian, peneliti terlebih dahulu melakukan kegiatan observasi terlebih dahulu kepada seluruh masyarakat kalangan generasi Z

⁴⁶ Kun Maryati Juju Suryawati, *Sosiologi* (Esis, 2006), https://books.google.co.id/books?id=VPNS5CbDhYC&pg=PP122&dq=Data+primer+penelitian+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_r edir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi736WnwsqLAXWCcWwGHfH-M6sQ6AF6BAgGEAM.

yang ada di desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur mengenai beberapa kebiasaan berbelanja secara online untuk memenuhi beberapa kebutuhan sehari-hari mereka, salah satunya yaitu melalui platform belanja online seperti tiktok shop.

2. Angket (Kuesioner)

Metode berikutnya untuk mengumpulkan data adalah menggunakan angket atau kuesioner. Metode ini dilakukan dengan cara menyampaikan beberapa pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada sejumlah responden yang nantinya akan menjadi sampel dalam penelitian. Berdasarkan jenis pertanyaannya, kuesioner dibagi menjadi dua kategori.

- a. Kuesioner terbuka, dalam kuesioner terbuka, responden diberi kebebasan penuh untuk menjawab sesuai dengan pendapat atau pandangan mereka.
- b. Kuesioner tertutup, berbeda dengan kuesioner terbuka, dalam kuesioner tertutup sudah tersedia pilihan jawaban yang dapat dipilih responden sesuai dengan kondisi mereka.⁴⁷

Dimana target yang akan menjadi responden pada penelitian ini adalah para generasi Z yang ada di desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Pada penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner (angket) dengan menggunakan alat bantu yang umumnya digunakan para peneliti, yaitu *google form* yang akan dikirimkan secara online melalui sosial media

⁴⁷ Luh Titi Handayani, *Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif* (Jakarta: Andrew Wijaya, 2023),
https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAAQBAJ&pg=PR2&dq=Luh+titi+Handayani,+implementasi+teknik+analisis+data+kuantitatif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6ub2xy5iLAXW-3jgGHSDKwwQ6AF6BAgJEAM.

Whatsapp. Kuesioner tersebut berisi tentang pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.

G. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai-nilai variabel yang ada dalam penelitian. Jumlah instrumen yang digunakan bergantung pada banyaknya variabel yang akan diteliti. Jika terdapat tiga variabel dalam penelitian, maka instrumen penelitian yang digunakan juga akan berjumlah tiga.

Menurut Sugiyono (2023), penelitian adalah proses pengukuran yang memerlukan alat ukur yang tepat, yang disebut sebagai instrumen penelitian, alat ukur ini digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial, yang kemudian disebut sebagai variabel penelitian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas penelitian sangat bergantung pada ketepatan dan keandalan alat ukur yang digunakan. Pengukuran memerlukan skala sebagai alat untuk menentukan besar kecilnya nilai suatu variabel. Oleh karena itu peneliti dapat menggunakan skala likert untuk mengukur respon para responden berdasarkan pertanyaan atau pernyataan peneliti dengan ketentuan jawaban sebagai berikut.⁴⁸

Tabel 3.2

Jawaban item instrumen

⁴⁸ Anastasia Suci Sukmawati et.al, *Metode Penelitian Kuantitatif(Teori Dan Penerapan Praktis Analisis Data Berbasis Studi Kasus)* (Jambi: PT.sonpedia publishing Indonesia, 2023), https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://books.google.com/books/about/METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_Teori_dan.html%3Fhl%3Did%26id%3DKU3MEAAQBAJ&ved=2ahUKEwiT_52syPiLAXUTWwGHZt5BpAQFnoECCIQAQ&u sg=AOvVaw1LXOW5pQPGfeAz9i6c8.

No	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

H. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Dalam uji validitas, setiap pertanyaan atau pernyataan dinilai dengan cara menghubungkannya pada total keseluruhan dari masing-masing pertanyaan atau pernyataan. Dalam uji validitas, setiap pertanyaan atau pernyataan dievaluasi dengan menghubungkannya pada keseluruhan tanggapan yang diberikan untuk setiap variabel. Kriteria uji validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) dengan nilai r_{tabel} . Nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) digunakan sebagai tolok ukur untuk menentukan validitas item pertanyaan. Item dianggap valid jika nilai r_{hitung} memenuhi kriteria tertentu, sehingga dapat digunakan untuk mendukung penelitian. Oleh karena itu, nilai r_{hitung} (*Pearson Correlation*) akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} untuk menentukan validitas item. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka item tersebut dinyatakan valid.

Kriteria pengujian uji validitas adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan valid.

2) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka instrumen penelitian dikatakan invalid.

2. Uji Reliabilitas

Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur konsistensi dan kestabilan variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang disajikan dalam instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan tingkat/ taraf signifikan yang digunakan. Biasanya, tingkat/ taraf signifikan yang umum digunakan adalah 0,05. Jika nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat dikatakan reliable.⁴⁹

I. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Asep mulyana (2024), diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia. Selanjutnya, data tersebut dianalisis menggunakan statistik dan dapat dimanfaatkan untuk memecahkan masalah yang dirumuskan dalam penelitian. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.⁵⁰ Dalam membantu untuk menganalisis data pada penelitian ini penulis menggunakan program SPSS sebagai alat analisisnya.

1. Uji asumsi klasik

Salah satu kriteria yang harus dipenuhi untuk dapat menggunakan persamaan regresi linier berganda adalah terpenuhinya asumsi-asumsi klasik.

⁴⁹ Budi Darma, *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS* (Jakarta: GUEPEDIA, 2021), [https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+statistika+penelitian+menggunakan+SPSS,+:\(+jakarta:+GUEPEDIA+2021\).+7,17&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjukOOBypiLAXUdxTgGH](https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+statistika+penelitian+menggunakan+SPSS,+:(+jakarta:+GUEPEDIA+2021).+7,17&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjukOOBypiLAXUdxTgGH).

⁵⁰ et.al Asep Mulyana, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Makassar: CV Tohar media, 2024), https://books.google.co.id/books?id=axwnEQAAQBAJ&pg=PA92&dq=Asep+Mulyana+et+al,+Metode+Penelitian+Kuantitatif,&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjDlbG_yZiLAXU2R2wGHfT_EIwQ6AF6BAGKEAM.

Agar dapat memperoleh estimasi yang tidak bias dan efisien, yang dikenal sebagai BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), dari suatu persamaan regresi berganda menggunakan metode kuadrat terkecil, perlu dilakukan pengujian untuk memastikan bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi syarat asumsi klasik. Adapun syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi dalam model analisis regresi linear berganda yaitu.⁵¹

a. Uji Normalitas

Uji normalitas residual bertujuan untuk menentukan apakah residual yang dihasilkan dari analisis regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang optimal ditandai dengan residual yang berdistribusi normal. Beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas antara lain dengan mengamati pola penyebaran data pada garis diagonal grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual dimana jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal, atau menggunakan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov jika diperoleh nilai Sig >0,05 maka dikatakan berdistribusi normal.⁵²

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah prosedur yang digunakan untuk menentukan apakah distribusi data dalam penelitian memiliki hubungan yang bersifat linear atau tidak

⁵¹ Mintarti Indartini Mutmainnah, *Analisis Data Kuantitatif* (Jawa Tengah: Lakeisha, 2019), https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.unmermadiun.ac.id/repository_jurnal_penelitian/Mintarti%2520Indartini/BIDANG%2520B%2520PELAKSANAAN%2520PENDIDIKAN/BUKU%2520NASIONAL/Buku%2520Analisis%2520Data%2520Kuantitatif-22.

⁵² Duwi Priyatno, *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan EVIEWS* (Yogyakarta: Cahaya harapan, 2022), https://books.google.co.id/books?id=ISeyEAAQBAJ&pg=PA17&dq=olah+data+Sendiri+analisis+regresi+linear+dengan+SPSS&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjVi5aB_MmLAXUY4zgGHRdWImcQ6AF6BAGLEAM.

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui secara signifikan apakah dua variabel memiliki hubungan linear, karena hubungan linear menunjukkan kualitas data yang baik. Hasil uji linearitas yang menunjukkan hubungan tidak linear mengindikasikan bahwa data yang diperoleh dari responden kurang konsisten sebagai alat ukur untuk mengungkapkan masalah pada setiap indikator yang digunakan dalam kuesioner penelitian, meskipun indikator-indikator tersebut masih termasuk dalam satu kesatuan konsep operasional variabel.

Dalam program SPSS, uji linearitas dilakukan menggunakan fitur Test for Linearity dengan tingkat signifikansi 0,05. Dua variabel dianggap memiliki hubungan linear jika nilai signifikansi pada kolom Deviation from Linearity 0,05.⁵³

c. Uji multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi linear. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara mengetahui jika suatu model regresi tidak terjadi multikolinearitas yaitu perhitungan menghasilkan nilai $VIF < 10$ dan mempunyai nilai *tolerance* $> 0,1$.

d. Uji Heteroskedastisitas

⁵³Siti Nurhasanah, *Statistika Pendidikan, Teori, Aplikasi Dan Status* (Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2023), https://books.google.co.id/books?id=w_faEAAQBAJ&pg=PA143&dq=Siti+Nurhasanah,+Statistika+Pendidikan,Teori,+Aplikasi+Dan+Status&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBs-a1yJiLAxV4zzgGHZhtPKAQ6AF6BAGMEAM.

Pada dasarnya, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan cara yang sama seperti pengujian normalitas, yaitu dengan menganalisis tampilan grafik atau *scatter plot*, dengan memplot nilai ZPRED (nilai prediksi) terhadap SRESID (nilai residual). Jika terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola teratur seperti gelombang atau melebar lalu menyempit maka dapat disimpulkan terjadi heteroskedastisitas, dan apabila jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Model yang baik sebaiknya tidak mengalami heteroskedastisitas. Dapat juga dilakukan dengan Uji Glejser yaitu dengan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual. Jika nilai signifikansi hasil regresi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah analisis statistik yang mengaitkan dua atau lebih variabel independen X dengan variabel dependen Y. Tujuan dari analisis regresi linier berganda adalah untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih serta untuk memprediksi nilai Y berdasarkan X. Pada penelitian ini regresi menggunakan rumus sebagai berikut.⁵⁴

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

Keterangan :

⁵⁴ Dr. Untung Lasiyono, Dr.Edy Sulistyawan , Metode Penelitian Kuantitatif, : (Jawa Barat : CV Mega press Nusantara 2022) 190,203

Y	= Perilaku konsumtif
a	= Nilai konstanta
$b_{1,2}$	= Koefisien regresi
X_1	= Literasi keuangan
X_2	= Gaya hidup
e	= Standar eror estimasi atau gangguan

3. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan dengan tujuan untuk menguji adanya pengaruh signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), maka dapat dilakukan dengan melakukan pengujian sebagai berikut :

a. Uji t (parsial)

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 5% (0,05).

Kriteria pengambilan keputusan :

- 1) H_1 diterima bila $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya variabel independen (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Y).
- 2) H_1 ditolak bila $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya variabel independen (X) tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel dependen (Y).

b. Uji-F (Uji secara simultan)

Uji F digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 5% (0,05).

Kriteria uji F yaitu :

- 1) H_1 diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- 2) H_1 ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai determinasi membuktikan seberapa besar persentase model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Batas nilai R^2 adalah $0 \leq R^2 \leq 1$, sehingga jika R^2 sama dengan nol (0), hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan. Sedangkan apabila R^2 sama dengan 1 maka berarti variabel bebas dapat menjelaskan variabel tidak bebas secara bersamaan.⁵⁵

⁵⁵ Priyatno, *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan EVIEWS*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Desa Maramba

Pada akhir bulan Desember 1973 Desa Maramba yang sebelumnya merupakan daerah kosong dan merupakan hutan belantara. Tepatnya sejak tanggal 08 Desember 1973. Dengan menggunakan kapal laut KM. Kenanga mendaratlah warga transmigrasi yang pertama yang berasal dari daerah asal Nusa Tenggara Barat (NTB) dengan perjalanan selama 1 minggu mendaratlah di pelabuhan Wotu. Pada tanggal 18 Desember 1973 dengan menggunakan kapal laut teluk langsa milik TNI angkatan laut, mendaratlah warga transmigrasi tahap II yang berasal dari daerah asal Pulau Jawa Dipesisir Pantai Monte Kecamatan Bone-Bone.

Pada tanggal 27 Desember 1973 menggunakan kapal teluk manado milik TNI angkatan laut mendaratkan warga transmigrasi tahap III dari daerah asal pulau jawa dan mendarat di Pesisir Monte. Dan yang terakhir tepatnya pada tanggal 02 Februari 1974 warga transmigrasi yang berasal dari NTB menggunakan kapal motor badung mendarat di pelabuhan Wotu. Warga yang datang secara bertahap adalah pembaruan dari suku, budaya, profesi yang berbeda diantaranya masyarakat purnawirawan TNI angkatan darat, TNI

angkatan udara aktif. Warga transmigrasi yang datang terdiri dari 250 KK (kepala keluarga):

Dari pulau jawa sebanyak : 100 KK terdiri dari:

- a). TNI angkatan udara aktif : 11 KK
- b). Purnawirawan : 9 KK
- c). Jawa wonogiri: 11 orang
- d). Dari masyarakat umum : 69 KK
- e). Dari pulau lombok sebanyak : 150 KK

Desa Maramba merupakan daerah transmigrasi umum yang pertama di Luwu, dan merupakan bagian dari wilayah Desa Tarengge, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur, mencakup wilayah Desa Maramba 1, II, III dan IV. Desa Maramba dengan luas wilayah 5,72 km², dengan luas pekarangan 104,25 Ha, persawahan 280 Ha, dan perladangan. Dengan batas-batas sebagai berikut:

- a. Batas sebelah utara Desa Tarengge Timur
- b. Batas sebelah timur Desa Kanawatu/Rinjani
- c. Batas sebelah selatan Desa Madani/Lampenai
- d. Batas sebelah barat Desa Madani

Desa maramba terdiri atas 4 (empat) wilayah Dusun yang terdiri dari 12 RT (Rukun Tetangga) dan terdapat 8 orang linmas. Warga maramba sejak tahun 1973, sudah membentuk suatu kebersamaan yaitu, gotong royong. Gotong royong pertama yaitu; penebangan pohon dan penggalian tonggak kemudian pembentukan/pembangunan jalan poros maramba- wotu sepanjang

5km, yang sebelumnya merupakan hutan belantara dan rawa. Kemudian gotong royong pembangunan jalan dan jembatan kayu jalan poros marambarantetiku. Gotong royong pembangunan jalan desa dan lorong sepanjang 12 km. Gotong royong pembangunan jalan WFP persawahan dan perladangan sepanjang 7 km dan sampai hari ini kegiatan gotong royong masih berjalan dengan baik.

b. Visi Dan Misi Desa

Sesuai dengan kaidah perundang-undangan bahwa RKP desa harus sesuai dengan RPJM desa, maka RKP desa maramba tahun 2024 disusun dengan memerhatikan Visi dan Misi desa maramba, yang tertuang dalam RPJM desa maramba tahun 2016, sebagai dasar dalam pelaksanaan pembangunan desa maramba, yaitu:

“Mewujudkan Sistem Pemerintahan Desa Yang Bersih, Indah, Nyaman Dan Bebas Dari KKN”

Definisi operasional atau yang dimaksud dengan RKP Desa dalam Visi kami adalah “sebagai dokumen perencanaan pembangunan jangka menengah desa, maka seluruh Rencana Program dan Kegiatan Pembangunan yang akan dilaksanakan oleh Desa secara bertahap dan berkesinambungan harus dapat mengantarkan tercapainya Visi dan Misi Desa.”

c. Data penduduk generasi Z Desa Maramba

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur dengan jumlah populasi sebanyak 350 generasi Z. Yang dikumpulkan tiap-tiap dusunnya. Diketahui jumlah generasi

Z terbanyak yaitu dusun NTB dengan jumlah generasi Z sebesar 97 orang, sedangkan yang paling sedikit yaitu dusun wonogiri 1 dengan jumlah generasi Z sebesar 86 orang.

Tabel 4.1 Data Generasi Z Di Desa Maramba

No	Dusun	L	P	L+P
1.	wonogiri 1	49	37	86
2.	jateng	45	51	96
3.	pulembang	31	48	79
4.	NTB	43	54	97
JUMLAH		168	190	358

2. Karakteristik Data Responden

a. Karakteristik identitas responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kalangan generasi Z yang ada di Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Kuesioner yang telah disebar sebanyak 78 responden. Sebelum kuesioner disebarkan peneliti menetapkan kriteria khusus yang harus dipenuhi para responden yaitu masyarakat yang berdomisili di desa maramba, tahun kelahiran mulai dari tahun 1997-2012 , mempunyai filter tiktok dan pernah berbelanja di tiktok shop.

1). Responden berdasarkan jenis kelamin

Data kuesioner yang telah diambil berdasarkan jenis kelamin yang telah disebar dan telah diisi oleh 78 responden. Berikut ini tabel data responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dari *google form* (link kuesioner).

Tabel 4.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	laki-laki	22	28,21%
2.	perempuan	56	71,79%
3.	Total	78	100%

Sumber: data diolah menggunakan program excel

Data diatas menunjukkan jumlah responden laki-laki dan perempuan, diketahui responden laki-laki berjumlah 22 orang atau 28,21% dan responden perempuan berjumlah 56 orang atau 71,79%. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik jumlah responden berdasarkan jenis kelamin ini dengan jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

2). Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Data kuesioner yang telah diisi oleh 78 responden berdasarkan tahun kelahiran. Dapat dispesifikasikan dalam tabel berikut;

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran

Tahun Kelahiran	Jumlah	Persentase
1997-1999	17	21,79%
2000-2002	23	29,49%
2003-2005	35	44,87%
2006-2008	3	3,85%
2009-2012	0	0,00%
TOTAL	78	100%

Sumber: data diolah menggunakan program *excel*

Data diatas menunjukkan responden pada penelitian ini dengan angka kelahiran tahun 1997-1999 berjumlah 17 orang atau 21,79%, responden dengan angka kelahiran tahun 2000-2002 berjumlah 23 orang atau 29,49%, responden dengan angka kelahiran tahun 2003-2005 berjumlah 35 orang atau 44,87%, dan

responden dengan angka kelahiran tahun 2006-2008 berjumlah 3 orang atau 3,85%. Berdasarkan data diatas angka kelahiran tahun 2003-2005 merupakan responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian.

3). Responden berdasarkan pekerjaan

Data kuesioner berdasarkan pekerjaan yang telah di isi sebanyak 78 responden, dan telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan dalam penelitian. Berikut ini tabel hasil pengelompokan berdasarkan pekerjaan responden:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	33	42,31%
Pelajar	2	2,56%
Karyawan	13	16,67%
Bisnis	1	1,28%
Owner	1	1,28%
Bekerja	1	1,28%
Honoror	1	1,28%
IRT(Ibu Rumah Tangga)	3	3,85%
Pemadam Kebakaran	1	1,28%
Tidak Bekerja	20	25,64%
Petani Muda	2	2,56%
Total	78	100%

Sumber: data diolah menggunakan program *excel*

Berdasarkan data diatas jumlah responden pada mahasiswa berjumlah 33 orang atau 42,31%, jumlah responden pelajar 2 orang atau 2,56%, pekerjaan karyawan berjumlah 13 orang atau 16,67%, pekerjaan pebisnis berjumlah 1 orang atau 1,28%, pekerjaan owner berjumlah 1 orang atau 1,28%, bekerja berjumlah 1 orang atau 1,28%, pekerjaan honoror berjumlah 1 orang. Pekerjaan IRT berjumlah 3 orang atau 3,85%, pekerjaan pemadam kebakaran berjumlah 1 orang atau 1,28%, tidak bekerja berjumlah 20 orang atau 25,64%, dan

pekerjaan petani muda berjumlah 2 orang atau 2,56%. Responden terbanyak yaitu mahasiswa sebanyak 33 orang atau 42,31%.

b. Hasil Analisis Data

a. Uji Validitas

Pada penelitian ini digunakan kuesioner untuk mengumpulkan data penelitian. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid apabila pernyataan-pernyataan pada kuesioner mampu mengukur variabel yang hendak diteliti secara tepat dan akurat. Dalam uji validitas setiap pertanyaan atau pernyataan dapat dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, dimana nilai r tabel diperoleh dari nilai distribusi r product moment. Pada penelitian ini memiliki jumlah sampel sebesar 78 responden, sehingga berdasarkan distribusi r tabel dengan taraf signifikan 5% maka r tabel yang dapat digunakan adalah 0,227. Berikut hasil uji validitas dengan menggunakan alat bantu *software IBM SPSS Statistics 23*.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
literasi keuangan	X1.1	0,726	0,227	VALID
	X1.2	0,729	0,227	VALID
	X1.3	0,652	0,227	VALID
	X1.4	0,639	0,227	VALID
	X1.5	0,518	0,227	VALID
	X1.6	0,539	0,227	VALID
	X1.7	0,606	0,227	VALID
	X1.8	0,76	0,227	VALID
	X1.9	0,775	0,227	VALID
	X1.10	0,572	0,227	VALID
	X1.11	0,731	0,227	VALID
	X1.12	0,711	0,227	VALID
Gaya Hidup	X2.1	0,604	0,227	VALID

Perilaku konsumtif	X2.2	0,752	0,227	VALID
	X2.3	0,349	0,227	VALID
	X2.4	0,678	0,227	VALID
	X2.5	0,572	0,227	VALID
	X2.6	0,72	0,227	VALID
	X2.7	0,815	0,227	VALID
	X2.8	0,767	0,227	VALID
	X2.9	0,664	0,227	VALID
	X2.10	0,678	0,227	VALID
	X2.11	0,770	0,227	VALID
	X2.12	0,600	0,227	VALID
	X2.13	0,706	0,227	VALID
	X2.14	0,569	0,227	VALID
	X2.15	0,851	0,227	VALID
	X2.16	0,763	0,227	VALID
	X2.17	0,613	0,227	VALID
	X2.18	0,707	0,227	VALID
	X2.19	0,776	0,227	VALID
	X2.20	0,696	0,227	VALID
	Y.1	0,765	0,227	VALID
	Y.2	0,829	0,227	VALID
	Y.3	0,896	0,227	VALID
	Y.4	0,892	0,227	VALID
	Y.5	0,907	0,227	VALID
	Y.6	0,879	0,227	VALID
	Y.7	0,81	0,227	VALID
	Y.8	0,883	0,227	VALID
	Y.9	0,823	0,227	VALID
	Y.10	0,801	0,227	VALID
	Y.11	0,796	0,227	VALID
	Y.12	0,85	0,227	VALID
	Y.13	0,777	0,227	VALID
	Y.14	0,798	0,227	VALID
	Y.15	0,773	0,227	VALID
	Y.16	0,776	0,227	VALID
	Y.17	0,527	0,227	VALID
	Y.18	0,729	0,227	VALID
	Y.19	0,601	0,227	VALID
	Y.20	0,776	0,227	VALID
	Y.21	0,558	0,227	VALID

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa semua item pertanyaan diatas memiliki nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua item pertanyaan pada penelitian ini dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan variabel yang digunakan melalui pertanyaan atau pernyataan yang disajikan dalam instrumen penelitian. Uji Reliabilitas dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach alpha* > 60 . Hasil pengujian reabilitas dengan program SPSS dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas	Keterangan
1.	Literasi keuangan	0,880	0,60	Reliabel
2.	Gaya hidup	0,939	0,60	Reliabel
3.	Perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z	0,969	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah menggunakan SPSS(2023)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* tiap-tiap variabel. Pada variabel literasi keuangan (X1) sebesar $0,880 > 60$ maka dapat dinyatakan reliabel, variabel gaya hidup (X2) sebesar $0,939 > 60$ dinyatakan reliabel, dan variabel perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z sebesar $0,969 > 60$ dinyatakan reliabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa instrumen atau pernyataan yang digunakan sebagai indikator dinyatakan reliabel/diterima.

c. Uji Asumsi Klasik

1). Uji Normalitas

Uji normalitas residual bertujuan untuk menentukan apakah residual yang dihasilkan dari analisis regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang optimal ditandai dengan residual yang berdistribusi normal. Cara untuk melihat apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan melakukan uji statistic non paramatik *kolmogorov-Smirnov* Test, distribusi dinyatakan normal apabila nilai signifikan $>0,05$. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan mengamati pola penyebaran data pada garis diagonal grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dimana jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Tabel 4.7 Normalitas Hasil Uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.137.039.603
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.094
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp.Sig.(2-Tailed)		.061 ^c

a. Test distribution is normal

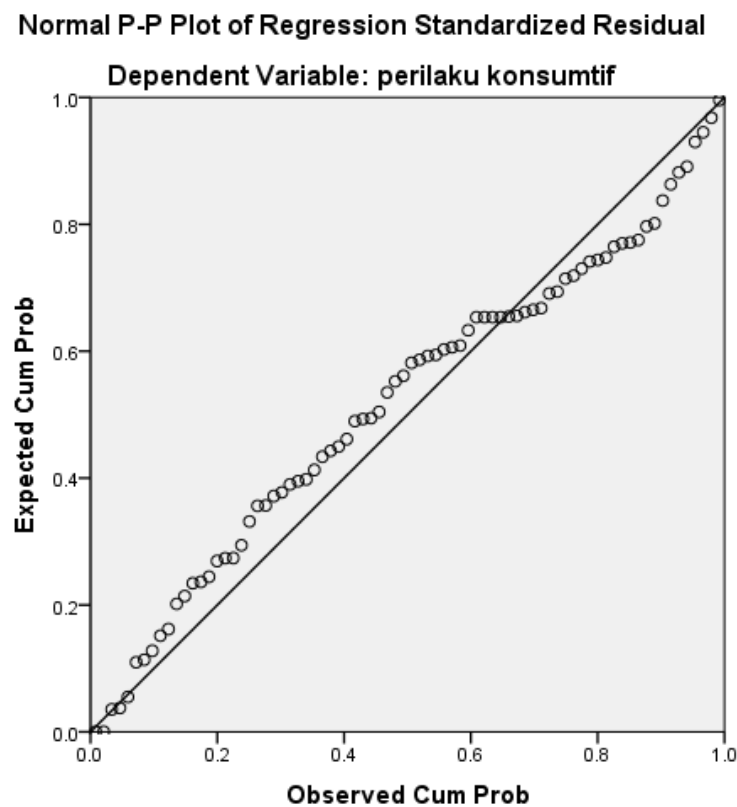
b. Calculated from data

c. Lilliefors significance correction

Sumber : Data Diolah Menggunakan SPSS(2023)

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dengan menggunakan uji statistic non paramatik *kolmogorov-Smirnov test*, diperoleh nilai signifikan sebesar 0.061 yang berarti lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

Gambar grafik 4.1 Hasil Uji Normalitas *P-P Plot of Regression Standardized Residual*



sumber: data diolah menggunakan aplikasi SPSS(2023)

Berdasarkan gambar grafik P-P plot dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, hal ini menunjukkan data tersebut berdistribusi normal.

2). Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linear, karena hubungan linear menunjukkan kualitas data yang baik. Dua variabel dianggap memiliki hubungan linear jika nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* $> 0,05$. Berikut hasil uji linearitas menggunakan SPSS.

Tabel 4.8 Hasil Uji Linearitas Variabel Literasi Keuangan

Perilaku konsumtif *	between groups	sum of square	df	mean square	F	Sig
literasi keuangan	(combined)	8.365.029	24	348.543	.877	.629
	linearity	2.164.814	1	2.164.814	5.444	.023
	deviation from linearity	6.200.215	23	269.575	.678	.845
	within groups	21.073.843	53	397.620		
	total	29.438.872	77			

Sumber: data diolah menggunakan program SPSS(2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui pada kolom deviation from linearty menunjukkan nilai sig sebesar 0,845 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau $0,845 > 0,05$ maka hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif bersifat linear.

Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Variabel Gaya Hidup

Perilaku konsumtif *	between groups	sum of square	df	mean square	F	Sig
----------------------	----------------	---------------	----	-------------	---	-----

Gaya hidup	(combined)	25793.488	42	614.131	5.896	.000
	linearity	18739.775	1	18739.775	179.924	.000
	deviation from linearity	7053.714	41	172.042	1.652	.066
	within groups	3645.383	35	104.154		
	total	29438.872	77			

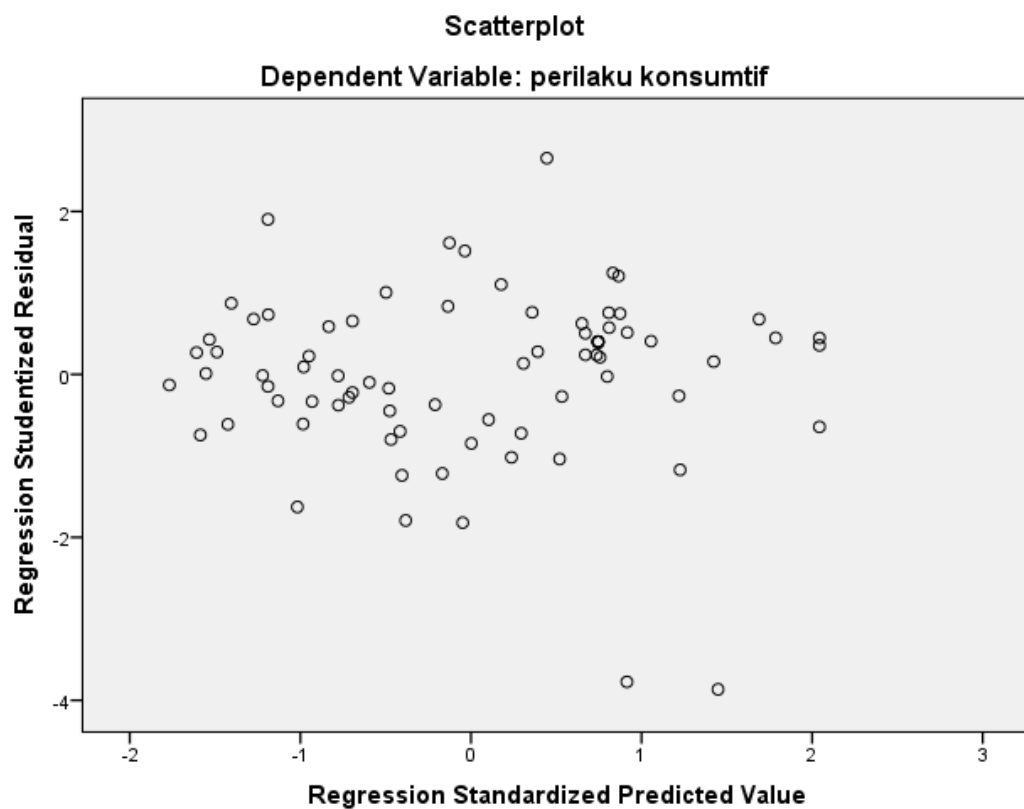
Sumber: data diolah menggunakan program SPSS(2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui pada kolom deviation from linearty menunjukkan nilai sig sebesar 0,66 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau 0,66 > 0,05 maka hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif bersifat linear.

3). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan cara menganalisis tampilan grafik atau *scatter plot*. jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil pengujian grafik *scatter plot* dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



sumber: data diolah menggunakan aplikasi SPSS (2023)

Berdasarkan gambar grafik *scatter plot* dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu dan titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menyatakan bahwa regresi yang dihasilkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Selanjutnya juga dilakukan Uji Glejser Glejser yaitu dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolut dari residual. Jika

nilai signifikansi hasil regresi lebih besar dari 0,05, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Uji Glejser dengan menggunakan program SPSS(2023) dapat disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Glejser

Variabel	Sig
Literasi keuangan	0,933
Gaya hidup	0,221

a. Dependen Variable: ABS_RES

Sumber : data diolah menggunakan program SPSS(2023)

Berdasarkan hasil uji glejser pada tabel diatas ketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel literasi keuangan(X1), gaya hidup(X2) adalah (X1) $0,933 > 0,05$, (X2) $0,221 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Heteroskedstisitas.

4). Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara variabel independen yang digunakan dalam model regresi linear. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Cara untuk mengetahui jika suatu model regresi tidak terjadi multikolinearitas yaitu dengan melihat perhitungan nilai $VIF < 10$ dan mempunyai nilai *tolerance* $> 0,1$. Berikut hasil pengujian Multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS(2023).

Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Nilai tolerance	Nilai VIF	Keterangan
1.	Literasi keuangan	0,845	0,1184	Bebas multikolinearitas
2.	Gaya hidup	0,845	0,1184	Bebas multikolinearitas

Sumber: data diolah menggunakan aplikasi SPSS (2023)

5). Regresi linear berganda

Uji analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z. Uji regresi linear berganda ini menggunakan alat bantu *software IBM SPSS Statistics 23* pada tabel berikut ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-7.873	10.373		.450
	literasi keuangan	-.175	.223	-.057	.434
	gaya hidup	1.197	.105	.834	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

sumber: data diolah menggunakan aplikasi SPSS(2023)

Adapun persamaan regresi linear berganda adalah

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

$$Y = -7.873 - 0,175 + 1.197 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z

B1= Koefisien Regresi Literasi Keuangan

B2 = Koefisien Regresi Gaya Hidup

e = Variabel Error

dari persamaan diatas dapat di jelaskan bahwa:

- a. B0 = Nilai Konstanta (a)
- b. Memiliki nilai negatif sebesar -7.873. tanda negatif menunjukkan jika semua variabel literasi keuangan dan gaya hidup adalah 0 maka perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur adalah 7.873.
- c. B1 = (koefisien regresi X1) sebesar -0,175 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z yang berarti bahwa setiap 1 satuan variabel literasi keuangan akan menurunkan perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z.
- d. B2 = (koefisien regresi X2) sebesar 0,1.197 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku

konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel gaya hidup akan meningkatkan perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z.

6). Uji t

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel dependen, yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} pada taraf signifikan sebesar 5% (0,05). Pengujian statistik t pada penelitian ini apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai Sig $< 0,05$ maka H_1 diterima yang artinya berpengaruh secara parsial, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai Sig $> 0,05$ maka H_0 diterima yang artinya tidak berpengaruh.

Untuk mencari t tabel dengan cara berikut:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t(a/2 ; n-k-1) \\
 &= t(0,025 ; 78-2-1) \\
 &= t(0,025 ; 75) \\
 &= 0,025 ; 75[\text{dilihat dari tabel distribusi nilai } t_{tabel}] \\
 &= 1.99210
 \end{aligned}$$

Hasil pengujian uji t dengan menggunakan alat bantu program SPSS(2023) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.873	10.373		-.759	.450
literasi keuangan	-.175	.223	-.057	-.787	.434
gaya hidup	1.197	.105	.834	11.423	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

Sumber: data diolah menggunakan aplikasi SPSS(2023)

Berdasarkan hasil uji t tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

- a) Pada variabel X1 nilai signifikansinya yaitu $0,434 > 0,05$ dan nilai thitung lebih kecil dari nilai ttabel $-787 < 1.99210$, maka hipotesis 1(H1) ditolak. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel literasi keuangan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).
- b) Pada variabel X2 nilai signifikansinya yaitu $0,00 < 0,05$ dan nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel $11.423 > 1.99210$, maka hipotesis 2(H2) diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup(X2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif(Y).

7). Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan membandingkan nilai $F_{tabel} > F_{hitung}$ pada taraf signifikan $< 0,05$.

Untuk mencari F tabel dengan cara berikut:

$$\begin{aligned}
 F_{tabel} &= F(k; n - k) \\
 &= F(2; 78 - 2) \\
 &= F(2; 76)
 \end{aligned}$$

$$= 3,12$$

Hasil pengujian uji F dengan menggunakan alat bantu program SPSS(2023) disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji Simultan

ANOVA

Model		Sum squares	of df	Mean Square	F	Sig
1	Regression	19483.857	2	9741.924	73.395	0,000
	Residual	9955.015	75	132.734		
	Total	29438.872	77			

a. Dependen variable : perilaku konsumtif

b. Predictors : (Constant), gaya hidup, literasi keuangan

Sumber: data diolah menggunakan program SPSS(2023)

Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 73.395 dengan nilai Sig 0,000. Untuk F tabel diperoleh dengan menggunakan rumus Df yaitu jumlah variabel dikurangi 1 ($3-1 = 2$) dan memperoleh nilai Ftabel sebesar 3,12. Sehingga diperoleh nilai Fhitung = $73.395 > \text{nilai Ftabel} = 3,12$ dengan nilai Sig $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.

8). Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Nilai determinasi digunakan untuk membuktikan seberapa besar persentase model regresi dapat menjelaskan variabel dependen. Jika nilai R^2 sama dengan nol (0), maka hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan. Sedangkan apabila R^2 sama dengan 1 maka hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas dapat menjelaskan variabel tidak bebas secara bersamaan. Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.814	.662	.653	11.521

a. Predictors : (Constant), gaya hidup, literasi keuangan
Sumber: data diolah menggunakan program SPSS(2023)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,662, hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup dapat menjelaskan variabel dependennya yaitu perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur sebesar 66,2%, sisanya sebesar (100% - 66,2%) 33,8% perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam skripsi ini.

B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penelitian ini akan membahas mengenai Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Kemudian digunakan untuk menjawab rumusan masalah yaitu apakah literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Kemudian apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Dan apakah literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama(simultan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Untuk menjawab masalah tersebut, peneliti menggunakan jenis data primer dengan menyebarkan kuesioner terhadap responden dengan jumlah sampel sebanyak 78 responden. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dengan total populasi sebesar 358 orang. Selanjutnya data yang didapatkan akan di analisis dengan menggunakan bantuan *software IBM SPSS Statistics 2023*

agar mempermudah peneliti dalam mengelola data penelitiannya. Berikut ini akan dibahas beberapa temuan hasil penelitian.

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

Hipotesis 1 yang diajukan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai sebesar $-787 < 1.99210$ dengan nilai signifikan sebesar $0,434 > 0,05$. artinya secara parsial literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur, dengan demikian hipotesis 1 ditolak, artinya tidak ada pengaruh yang cukup kuat antara pemahaman keuangan masyarakat generasi Z di desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur dalam memengaruhi keputusan mereka berbelanja di tiktok shop.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dimas Pradana Oskar et al yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.⁵⁶ Hal tersebut dapat terbukti jika memang kemampuan pemahaman dan pengaplikasian literasi

⁵⁶ Perdana Oskar et al., "E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok."

keuangan seseorang seimbang, namun apabila seseorang hanya memahami saja namun tidak mengaplikasikan literasi keuangan pada kehidupan sehari-hari mereka, maka literasi keuangan menjadi tidak terlalu mempengaruhi peningkatan dan penurunan perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh *theory of planned behavior* (TPB) oleh Ajzen 1991. Teori ini menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku merupakan faktor utama yang menentukan intensi seseorang dalam bertindak dan mempengaruhi perilaku yang diambil.⁵⁷ Berdasarkan data yang diperoleh Generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur, memiliki sikap emosional yang membuat mereka terbawa hawa nafsu untuk berbelanja secara konsumtif demi tidak dianggap ketinggalan tren. Selain itu mereka tidak mampu untuk mengontrol hawa nafsu mereka ketika dihadapkan dengan sesuatu yang ditawarkan oleh *e-commers*.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizkha Abdillah yang mengatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1.048 < 1.665$) dengan nilai signifikan sebesar $0,281 > 0,05$.⁵⁸ Penelitian ini juga didukung oleh Desta Akbar et al yang mengatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap

⁵⁷ Putra and Sinarwati, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha."

⁵⁸ Rizkha Abdilla, "Pengaruh Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Medan Dalam Melakukan Online Shopping," *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2023, repository.umsu.ac.id › jsui ›.

perilaku konsumtif hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $(-0,550 > 1,996)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,584 > 0,05$.⁵⁹

Hal ini menunjukkan meski seseorang memiliki pengetahuan tentang cara mengelola keuangan, menabung, pengetahuan akan investasi, asuransi hal itu tidak selalu berarti seseorang akan menerapkan pengetahuan tersebut dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang yang mengetahui mengelola keuangan, menabung, pengetahuan akan investasi dan asuransi hal itu tidak akan menutup kemungkinan mereka tidak akan berbelanja secara konsumtif.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

Hipotesis 2 yang diajukan dalam penelitian ini adalah gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai sebesar $11,423 > 1,99210$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur, dengan demikian hipotesis 2 diterima.

⁵⁹ Desta Akbar, Shella Rizqi Amelia, and Aning Fitriana, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Perwira Purbalingga," *Pekobis: Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis* 8, no. 2 (2023): 95–105, doi:10.32493/pekobis.v8i2.p95-105.30850.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak hal, salah satunya yaitu gaya hidup semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Hal ini sejalan dengan (Nuazijah et.al 2023) bahwa gaya hidup selalu ingin mengikuti sesuatu apa yang menjadi trend atau sesuatu yang baru(viral) dan adanya perilaku dalam memenuhi keinginan yang sebetulnya tidak dilihat dari kemanfaatnya tetapi hanya sekedar ingin mengikuti saja.⁶⁰

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang digunakan yaitu teori perilaku terencana atau disebut dengan sebutan *Theory Of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen. Teori ini mengatakan bahwa gaya hidup Generasi Z cenderung serba dinamis dimana mereka lebih fokus pada apa yang sedang dirasakan saat ini tanpa terlalu memikirkan apa yang akan terjadi dimasa depan, mereka berfikir bahwa hidup hanya sekali, sehingga apapun yang dimiliki saat ini harus digunakan secepatnya, selain itu mereka takut ketinggalan dengan tren yang saat ini berkembang.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Falena Ika Prasinta et al yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal tersebut dibuktikan dengan melihat nilai thitung lebih besar dari ttabel yaitu $10,508 > 1,66177$ dan dengan melihat nilai Sig $0,000 < 0,05$.⁶¹

⁶⁰ Mira Nurazijah, Syaipia Laila Nur Fitriani, and Tin Rustini, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa," *Journal on Education* 5, no. 2 (2023): 2345–52, doi:<https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.890>.

⁶¹ Falena Ika Prasinta, Gendro Wiyono, and Alfiatul Maulida, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z," *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 3028–38, doi:[10.47467/alkharaj.v5i6.2703](https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703).

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang semakin besar juga kemungkinan mereka untuk membeli barang-barang konsumtif, terutama di platform seperti tiktok shop yang menawarkan kemudahan dalam berbelanja. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan generasi Z lebih cenderung mengikuti tren dan gaya hidup yang berkembang seperti; membeli produk demi menjaga citra sosial, kepercayaan diri, isu sosial.

3. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.

Hipotesis 3 diajukan dalam penelitian ini adalah literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur. Berdasarkan hasil uji ANOVA yang diperoleh menghasilkan Fhitung sebesar 73.395 dan Ftabel 3,12 yang diperoleh menggunakan rumus Df yaitu jumlah variabel dikurangi 1 ($3 - 1 = 2$). Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($73.395 > 3,12$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima, jadi secara bersama-sama(simultan) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Setiadi bahwa terdapat berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif antara lain: kebudayaan, psikologis, pribadi dan sosial. Dalam

faktor kebudayaan mencakup budaya, subbudaya, dan kelas sosial. Kemudian faktor sosial yang terdiri dari yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status individu dalam masyarakat. Selanjutnya, faktor pribadi, yang meliputi usia dan tahap kehidupan seseorang, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Terakhir, faktor psikologis yang mencakup motivasi, persepsi, proses belajar, serta keyakinan dan sikap konsumen.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Risma Khaerunisa et al yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif (Y), hal tersebut dibuktikan dengan melihat hasil dari uji F yang menunjukkan bahwa nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$.⁶²

Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap perilaku konsumtif, meskipun berdasarkan hasil uji statistik secara individu literasi keuangan itu tidak berpengaruh namun pada saat kedua variabel di uji secara bersama-sama terdapat pengaruh keduanya terhadap perilaku konsumtif. Berarti literasi keuangan mungkin tidak langsung mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, tetapi dalam kombinasi antara gaya hidup terdapat hubungan yang signifikan. Literasi keuangan mungkin membantu seseorang dalam memahami pengeluaran mereka, tetapi gaya hidup tetap menjadi faktor utama mereka untuk tetap berperilaku konsumtif.

⁶² Khaerunisa, Fanther, and Sukardi, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon)."

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini berfokus pada generasi Z yang gemar berbelanja online di Tiktok Shop. Berdasarkan hasil analisis *statistic* data yang dilakukan pembahasan yang telah dikemukakan oleh penulis dapat disimpulkan bahwa;

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pengguna tiktok shop pada generasi Z desa maramba, kecamatan wotu, kabupaten luwu timur sebesar 62,2%.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis antara lain;

1. Bagi Generasi Z, disarankan untuk lebih meningkatkan literasi keuangannya dengan cara mempelajari dan memahami cara-cara mengelola keuangan yang baik, sehingga dapat mengatur serta mengelola keuangan pribadi secara bijaksana selain itu agar dapat memastikan pengeluaran agar tidak lebih besar dari pemasukan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti; pengaruh media sosial, kemudahan akses keuangan, kontrol diri, teman sebaya. Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat memperluas lokasi penelitiannya mungkin dapat meneliti di daerah perkotaan yang memiliki karakteristik yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiandari, Dr. Ade Maharani. *Pengantar Literasi Keuangan*. Yogyakarta: penerbit Nas Media Pustaka, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=oLm0EAAAQBAJ&pg=PA155&dq=pengantar+literasi+keuangan+oleh+Dr.+ade+Maharini+adiandari&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj-4tqS18mLAXUR4TgGH3qBRQQ6AF6BAGJEAM.
- Aini, Noer Fathia, Desy Safitri, and Sujarwo. "Perilaku Konsumtif Gen Z Dalam Kehadiran Tiktok Shop Gen Z Consumptive Behavior in the Presence of the Tiktok Shop." *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara* 1 (2024): 878–88. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>.
- Akbar, Desta, Shella Rizqi Amelia, and Aning Fitriana. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Perwira Purbalingga." *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis* 8, no. 2 (2023): 95–105. doi:10.32493/pekobis.v8i2.p95-105.30850.
- Anastasia Suci Sukmawati et.al. *Metode Penelitian Kuantitatif(Teori Dan Penerapan Praktis Analisis Data Berbasis Studi Kasus)*. Jambi: PT.sonpedia publishing Indonesia, 2023.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://books.google.com/books/about/METODE_PENELITIAN_KUANTITATIF_Teori_dan.html%3Fhl%3Did%26id%3DKU3MEAAAQBAJ&ved=2ahUKEwiT_52sypilAXXUTWwGHZt5BpAQFnoECCIQAQ&usg=AOvVaw1LXOW5pQPGfeAz9i6c8.
- Anim Purwanto, Sintha Wahjusaputri. *Statistik Pendidikan, Teori Dan Aplikasi*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media, 2022.
https://books.google.co.id/books?id=jhKtEAAAQBAJ&pg=PA35&dq=Sampe+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwik7s-VysQLAXX3yzgGHSILL80Q6AF6BAGJEAM.
- Asep Mulyana, et.al. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Makassar: CV Tohar media, 2024.
https://books.google.co.id/books?id=axwnEQAAQBAJ&pg=PA92&dq=Asep+Mulyana+et+al,+Metode+Penelitian+Kuantitatif,&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjDlbG_yZiLAXU2R2wGHfT_EIwQ6AF6BAGKEAM.
- Betrix. *Buku Ajar Sosiologi Ekonomi*. Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=hOboEAAAQBAJ&pg=PP1&dq=Buku+ajar+sosiologi+oleh+Betrix&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=

gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj_5Pu138mLAXWLwz
gGHATOA1UQ6AF6BAgMEAM.

Bukhari, Eri, Ery Teguh Prasetyo, and Sri Utami Ulfa Rahma. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen* 18, no. 1 (2022): 49–56. doi:10.31599/jiam.v18i1.1043.

Darma, Budi. *Statistik Penelitian Menggunakan SPSS*. Jakarta: GUEPEDIA, 2021.

[https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+statistika+penelitian+menggunakan+SPSS,+:\(+jakarta:+GUEPEDIA+2021\).+7,17&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjukOOBypiLAXUdxTgGH](https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Budi+Darma,+statistika+penelitian+menggunakan+SPSS,+:(+jakarta:+GUEPEDIA+2021).+7,17&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjukOOBypiLAXUdxTgGH).

Dewi, Wayan Weda Asmara. *Teori Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press, 2022.

https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAQBAJ&pg=PR6&dq=teori+perilaku+konsumen+oleh+wayan+weda+asmara+dewi&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjme6V3cmLAXXoVmwGHciGI5wQ6AF6BAgMEAM.

Dr. Hanafiah, Adang Sutedja, Iskandar Ahmaddien. *Pengantar Statistik*. Bandung: widiana bhakti persada, 2020.
<https://www.studocu.id/id/n/52077136?sid=01739766439>.

Dzi Annur Roin, Muhammad Nazrill Ilham, Reinata Luciana Firmansyah. "Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif: Analisis Literasi Keuangan Dalam Pengambilan Keputusan Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen (JEM)* 13, no. 2 (2024): 168–76.
<https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/index%0AJEM>.

Gusman Lesmana, Prof.Dr. H. Elfrianto. *Metode Penelitian Pendidikan*. Medan: penerbit UMSU Press, 2022.

https://books.google.co.id/books?id=43yAEAAQBAJ&pg=PR6&dq=metodologi+penelitian+pendidikan+oleh+prof+dr+H+elfrianto&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwifxaOE48mLAXVw-TgGHfNmNBMQ6AF6BAgLEAM.

Handayani, Luh Titi. *Implementasi Teknik Analisis Data Kuantitatif*. Jakarta: Andrew Wijaya, 2023.

https://books.google.co.id/books?id=OYCyEAAQBAJ&pg=PR2&dq=Luh+titi+Handayani,+implementasi+teknik+analisis+data+kuantitatif&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwj6ub2xy5iLAXW-3jgGHskDKwwQ6AF6BAgJEAM.

Juju Suryawati, Kun Maryati. *Sosiologi*. Esis, 2006.

https://books.google.co.id/books?id=VPNS5CbDhYC&pg=PP122&dq=Data+primer+penelitian+adalah&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwi736WnwsqLAXWCcWwGHfH-M6sQ6AF6BAgGEAM.

Kemenag. *Al-Qura'an Dan Terjemahannya*, 2019.
<https://pustakalajnah.kemenag.go.id/detail/135>.

Khaerunisa, Risma, Refaldo Fanther, and Didi Sukardi. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa FEBI IAIN Syekh Nurjati Cirebon)." *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis* 10, no. 01 (2024): 57–67.

MAP, Dr. Sjeddie R. Watung. *Literasi Ekonomi Dan Modernitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Yogyakarta: CV Bintang Semesta Media, 2022.

https://books.google.co.id/books?id=vlatEAAAQBAJ&pg=PA6&dq=Literasi+ekonomi+dan+modernitas+terhadap+perilaku+konsumtif+mahasiswa&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwisl7CS1MmLAXWazDgGHTtEz0QuwV6BAgLEAg.

Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, Heri Budianto. *Metode Ilmiah & Penelitian*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=CRvTEAAAQBAJ&pg=PP1&dq=Metode+ilmiah+%26+penelitian+oleh+Mochamad+ronaldy&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiTz7nlvMqLAXVYxzgGHfLjDggQ6AF6BAgGEAM.

Mu'arrif, Zul Ihsan. *Ekonomi Mikro Islam*. Jawa Tengah: Copyright, 2024.
https://books.google.co.id/books?id=_XklEQAAQBAJ&pg=PA237&dq=Ekonomi+mikro+Islam+oleh+Zul+ihsan&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwix8q6dlYyMAXUoyDgGHT8QNTsQ6AF6BAgIEAM.

Muhtar. "Mengenal 6 Macam Generasi Di Indonesia Sesuai Tahun Lahir, Kamu Termasuk Yang Mana?," 2023. <https://uici.ac.id/mengenal-6-macam-generasi-di-indonesia-sesuai-tahun-lahir-kamu-termasuk-yang-mana/>.

Mutmainnah, Mintarti Indartini. *Analisis Data Kuantitatif*. Jawa Tengah: Lakeisha, 2019.
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.unmermadiun.ac.id/repository_jurnal_penelitian/Mintarti%2520Indartini/BIDANG%2520B%2520PELAKSANAAN%2520PENDIDIKAN/BUKU%2520NASIONAL/Buku%2520Analisis%2520Data%2520Kuantitatif-22.

Naafi Fitriani, Saumi Setyaningrum, apriyanto, wulan pertiwi, Rahmatiyah. *Buku*

- Ajar Biologi Dasar*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
https://books.google.co.id/books?id=7Z0tEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=buku+ajar+biologi+dasar+oleh+saumi+setyaningrum&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwill4Gj6smLAX7zzgGHeaOA9QQ6AF6BAGIEAM.
- Nur Solihat, Ai, and Syamsudin Arnasik. “Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi.” *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* II, no. X (2018). doi:10.23969/oikos.v2i1.915.
- Nuraeni, Ritakumalasari, and Susanti Ari. “Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 4 (2021): 1440–50.
- Nurazijah, Mira, Syaipia Laila Nur Fitriani, and Tin Rustini. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa.” *Journal on Education* 5, no. 2 (2023): 2345–52. doi:<https://doi.org/10.31004/joe.v5i2.890>.
- Nurhasanah, Siti. *Statistika Pendidikan, Teori, Aplikasi Dan Status*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika, 2023.
https://books.google.co.id/books?id=w_faEAAAQBAJ&pg=PA143&dq=Siti+Nurhasanah,+Statistika+Pendidikan,Teori,+Aplikasi+Dan+Status&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjBs-a1yJiLAXV4zzgGHZhtPKAQ6AF6BAGMEAM.
- Oktaviani, Monica, Merisa Oktaria, Rinto Alexandro, Eriawaty Eriawaty, and Rahman Rahman. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa.” *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial* 9, no. 2 (2023): 136–45. doi:10.23887/jiis.v9i2.68587.
- Perdana Oskar, Dimas, Rangga Wenda Prinoya, Wellia Novita, and Hane Johan. “E-Commerce, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Melalui Platform TikTok.” *Jurnal Ekobistek* 11 (2022): 442–47. doi:10.35134/ekobistek.v11i4.434.
- Prasinta, Falena Ika, Gendro Wiyono, and Alfiatul Maulida. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Generasi Z.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 5, no. 6 (2023): 3028–38. doi:10.47467/alkharaj.v5i6.2703.
- Priyatno, Duwi. *Olah Data Sendiri Analisis Regresi Linear Dengan SPSS Dan Analisis Regresi Data Panel Dengan EVIEWS*. Yogyakarta: Cahaya harapan, 2022.
<https://books.google.co.id/books?id=ISeyEAAAQBAJ&pg=PA17&dq=olah+data+Sendiri+analisis+regresi+linear+dengan+SPSS&hl=id&newbks=1&ne>

wbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwjVi5aB_MmLAXUY4zgGHRdWImcQ6AF6BAgLEAM.

Putra, I Gusti Lanang Prayura, and Ni Kadek Sinarwati. "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha." *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 6, no. 2 (2023): 717–26. doi:10.23887/jmpp.v6i2.71877.

Putri, Linzzy Pratami, Irma Christiana, Hastina Febriaty, and Mutiara Safira. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Kota Medan Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif." *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2024): 203–18.

Rahmawati, Gina, and Elly Mirati. "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial." In *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen PNJ*, Vol. 3, 2022.

Ritia Anggadita, Laila Meiliyandrie indah wardani. *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*. penerbit NEM, 2021. https://books.google.co.id/books?id=mFY1EAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Laila+meiliyandrie+indah+wardani+dan+pH.+D+dan+ritia+anggadita+,konsep+diri+dan+konformitas+pada+perilaku+konsumtif+remaja&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=.

Rizkha Abdilla. "Pengaruh Gaya Hidup, Kontrol Diri Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Medan Dalam Melakukan Online Shopping." *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 2023. repository.umsu.ac.id › jspui ›.

Sahabuddin, Romansyah, Angnis Arimayanti, and Rizka Mutmainna. "Gaya Hidup , Sosial Media , Teman Sebaya : Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Ditiktok Mahasiswa UNM Gaya Hidup , Sosial Media , Teman Sebaya : Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online" 2, no. 2 (2023): 221–32. doi:10.55123/jumintal.v2i2.2861.

Saragih, Jelin Rachel Stephoney, Mirna Salifah Siregar, Khairul Adli Batubara, and Nasrullah Hidayat. "Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z." *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion* 1, no. 2 (2024): 330–43. doi:10.57235/mesir.v1i2.2978.

Siyoto, Ali sodik and Sandu. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015. <https://books.google.co.id/books?id=QPhFDwAAQBAJ&printsec=frontcover>

r&dq=Sandu+Siyoto+dasar+metodologi+penelitian&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiEq5nR3sqLAXUaRmwGHV_hAksQ6AF6BAgEEAM.

Sohilait, Emy. *Metodologi Penelitian Pendidikan Matematika*. Bandung: penerbit Cakra, 2020.

https://books.google.co.id/books?id=iqhMEAAAQBAJ&pg=PP1&dq=metode+penelitian+matematika+oleh+emy+sohilait&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwiqisKP5cmLAXUr1DgGHVpDB4kQ6AF6BAgLEAM.

Solihat, Ai Nur, and Syamsudin Arnasik. "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi." *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2018): 1–13.

Sri Yani Kusumastuti, Nurhayati, Aekram Faisal, Dwi Hartini Rahayu, Hartini. , *Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Lengkap Penulisan Untuk Karya Ilmiah Terbaik)*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [https://books.google.co.id/books?id=A8MdEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=Sri+Yani+Kusumastuti+Metode+penelitian+kuantitatif+\(panduan+lengkap+penulisan+untuk+karya+ilmiah+terbaik\)&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwim9dTnv8qLAX](https://books.google.co.id/books?id=A8MdEQAAQBAJ&pg=PP1&dq=Sri+Yani+Kusumastuti+Metode+penelitian+kuantitatif+(panduan+lengkap+penulisan+untuk+karya+ilmiah+terbaik)&hl=id&newbks=1&newbks_redir=0&source=gb_mobile_search&ovdme=1&sa=X&ved=2ahUKEwim9dTnv8qLAX).

Sugiharti, Harpa, and Kholida Atiyatul Maula. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa." *Accountthink : Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019): 804–18. doi:10.35706/acc.v4i2.2208.

Tribuana, Lita. "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 1 (2020): 145–55. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>.

Widiantari, Komang Sri, Ida Ayu Gd. Dian Febby Mahadewi, I Made Suidarma, and I G.A. Desy Arlita. "Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society." *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)* 7, no. 3 (2023): 429–47. doi:10.31955/mea.v7i3.2802.

Widiastuti, C Tri. "Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online" 21, no. 4 (2023): 779–91. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>.

**L
A
M
P
I
R
A
N**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat Saya,

Nama saya Rismawati, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Palopo. Saat ini, saya sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan studi saya. Penelitian ini berjudul: **“Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Tiktok Shop Pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.”** Saya memohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya. Data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik, atas partisipasi dan kerja sama yang saudara/i berikan, saya ucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Hormat saya,

Rismawati

Kriteria Resfonden:

1. Masyarakat Desa Maramba
2. Kelahiran Tahun 1997-2012
3. Mempunyai Tiktok Dan Pernah Berbelanja Di Tiktok Shop

1. Identitas Resfonden

Nama:

Jenis kelamin :

- Laki-laki
- Perempuan

Tahun kelahiran :

- 1997-1999
- 2000-2002
- 2003-2005
- 2006-2008
- 2009-2012

Pendidikan :

- SD
- SMP
- SMA
- SARJANA

Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Karyawan

- Tidak bekerja
- Lainnya.....

Apakah anda pengguna fitur tiktok shop:

- YA
- TIDAK

2. Petunjuk pengisian:

- Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat
- Berikan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat dan pengalaman anda, berdasarkan skala berikut:
 1. Sangat Tidak Setuju(STS)
 2. Tidak Setuju(TS)
 3. Cukup Setuju(CS)
 4. Setuju(S)
 5. Sangat Setuju(SS)

Daftar pertanyaan

Variabel literasi keuangan

No	Indikator variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Pengetahuan uang secara pribadi					
	Saya memiliki pemahaman yang cukup tentang cara mengelola keuangan pribadi untuk memastikan kebutuhan utama tetap terpenuhi.					
	Saya mengetahui cara mengelola pengeluaran agar tetap sesuai dengan pendapatan pribadi saya.					
	Saya memahami konsep tabungan dan pentingnya menyisihkan sebagian pendapatan sebelum melakukan pembelian konsumtif.					
2.	Tabungan dan pinjaman					
	Saya memiliki rencana pengelolaan keuangan yang mencakup tabungan dan pengeluaran sebelum memutuskan untuk membeli produk di TikTok Shop.					
	Saya merasa penting untuk memiliki tabungan sebagai cadangan keuangan sebelum melakukan pembelian produk secara online.					
	Saya memahami konsekuensi jangka panjang dari meminjam uang untuk membeli barang konsumtif di TikTokShop.					

3.	Pengetahuan Asuransi					
	Saya memahami pentingnya memiliki asuransi untuk melindungi diri dan keluarga dari risiko keuangan yang tidak terduga.					
	Saya merasa bahwa memiliki asuransi adalah langkah yang bijak untuk mengelola keuangan pribadi dalam jangka panjang.					
	Saya mengetahui jenis-jenis produk asuransi yang tersedia dan manfaatnya untuk kebutuhan pribadi saya.					
4.	Pengetahuan Investasi					
	Saya memahami bahwa setiap bentuk investasi memiliki tingkat risiko yang berbeda, dan saya mempertimbangkan risiko tersebut sebelum memutuskan untuk berinvestasi.					
	Saya menyisihkan sebagian dari uang saku untuk ditabung atau diinvestasikan agar terhindar pembelian impulsif					
	Saya memiliki pengetahuan tentang berbagai jenis investasi, seperti reksa dana, dan bagaimana memilih investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan saya.					

Variabel Gaya Hidup

No	Indikator variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Aktivitas (<i>activities</i>)					
	Saya sering menghabiskan waktu menjelajahi TikTokShop untuk mencari produk yang menarik.					
	Saya aktif mengikuti promo atau penawaran khusus yang diadakan oleh TikTokShop.					
	Saya sering membandingkan produk di TikTokShop dengan platform lain sebelum memutuskan untuk membeli.					
2.	Minat (<i>interests</i>)					
	Saya sering mencari produk fashion terbaru di TikTokShop karena tertarik dengan tren fashion yang sedang populer.					
	Saya cenderung membeli produk yang terkait dengan hobi atau minat pribadi saya saat berbelanja di TikTokShop.					
	Saya memperhatikan berbagai produk yang berhubungan dengan gaya hidup dan minat saya saat melihat iklan atau promosi di TikTokShop.					
3.	Opini/pendapat (<i>opinions</i>)					

	Saya merasa bahwa berbelanja di TikTokShop adalah cara yang baik untuk mengikuti tren dan menunjukkan gaya hidup saya.					
	Menurut saya, produk yang saya beli di TikTokShop mencerminkan siapa diri saya dan apa yang saya nilai dalam hidup.					
	Saya percaya bahwa TikTokShop memberikan pengalaman belanja yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pribadi saya.					
4.	Berbelanja					
	Saya sering berbelanja di TikTokShop untuk memenuhi kebutuhan pribadi saya, baik itu untuk pakaian, aksesoris, atau barang lainnya.					
	Berbelanja di TikTokShop merupakan cara saya untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup saya sehari-hari.					
	Saya merasa bahwa berbelanja di TikTokShop adalah cara yang efisien untuk mendapatkan barang yang saya butuhkan tanpa harus pergi ke toko fisik.					
5.	Keluarga					
	Saya merasa bahwa berbelanja di TikTokShop adalah kegiatan yang dapat dilakukan bersama keluarga untuk memenuhi					

	kebutuhan sehari-hari.					
	Saya merasa bahwa keputusan pembelian produk di TikTokShop dipengaruhi oleh saran atau pengaruh dari anggota keluarga.					
6.	Diri Sendiri					
	Saya selalu mengikuti trend terbaru agar saya tidak kalah dengan teman-teman saya yang lain.					
	Saya merasa pembelian produk di TikTokShop memberikan saya rasa puas karena produk tersebut sesuai dengan kepribadian atau citra diri yang ingin saya tampilkan.					
	Saya lebih memilih produk yang sesuai dengan gaya hidup saya meskipun harganya lebih tinggi.					
7.	Isu Sosial					
	Saya merasa malu apabila gaya hidup saya tidak seperti teman-teman saya.					
	Saya cenderung membeli produk di tiktok shop agar tidak dianggap ketinggalan zaman atau tidak mengikuti tren sosial.					
	Saya merasa bahwa membeli barang tertentu dapat meningkatkan status sosial saya di lingkungan sekitar.					

Variabel Perilaku Konsumtif

No	Indikator variabel	SS	S	CS	TS	STS
1.	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi.					
	Saya membeli produk melalui Tiktokshop untuk mengikuti tren dan tampil modis.					
	Saya merasa perlu membeli produk dari Tiktokshop untuk meningkatkan penampilan diri di hadapan teman-teman atau orang lain.					
	Saya sering membeli produk dari Tiktokshop meskipun tidak membutuhkannya, hanya untuk menjaga gengsi atau citra sosial saya.					
2.	Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol dan status.					
	Saya membeli produk hanya untuk menunjukkan status sosial saya, meskipun saya tidak membutuhkannya.					
	Saya merasa membeli produk tertentu dari Tiktokshop membantu saya untuk mempertahankan citra dan status di mata orang lain.					
	Saya cenderung membeli produk hanya karena ingin orang lain melihat saya memiliki barang-barang tertentu yang dianggap prestisius.					

3.	Membeli produk atas pertimbangan harga mahal untuk percaya diri yang tinggi.					
	Saya membeli produk dengan harga mahal karena saya percaya produk tersebut dapat meningkatkan rasa percaya diri saya.					
	Saya merasa lebih percaya diri ketika memiliki produk yang mahal, meskipun tidak benar-benar membutuhkannya.					
	Saya cenderung membeli produk yang mahal karena saya percaya itu akan meningkatkan penampilan saya dan membuat saya merasa lebih baik tentang diri saya.					
4.	Membeli produk karena iming-iming hadiah.					
	Saya cenderung membeli produk dari Tiktokshop jika ada iming-iming hadiah atau bonus yang ditawarkan oleh penjual.					
	Saya mudah terbujuk untuk membeli barang-barang diskon atau sedang mengadakan berbagai promosi.					
	Penawaran hadiah atau promosi sering mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk meskipun saya tidak membutuhkan produk tersebut.					
5.	Membeli produk karena kemasannya yang menarik					

	Saya cenderung membeli produk dari Tiktokshop jika kemasannya menarik dan eye-catching.					
	Kemasan yang unik atau menarik sering mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk meskipun saya tidak benar-benar membutuhkannya.					
	Saya merasa lebih tertarik untuk membeli produk jika kemasan produk tersebut terlihat menarik dan berbeda dari produk lainnya.					
6.	Membeli produk karena mengidolakan modelnya					
	Saya terpengaruh untuk membeli pakaian atau barang otomotif di tiktok shop dengan model terbaru, sama seperti teman-teman saya.					
	Saya membeli barang sesuai dengan model dan warna kesukaan saya.					
	Saya lebih tertarik membeli produk di TikTokShop karena model produknya terlihat lebih modern dan menarik dibandingkan produk lain.					
7.	Mencoba membeli lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).					
	Saya membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda di tiktok shop karena					

	kualitas barang yang dijual juga berbeda.					
	Saya sering membeli lebih dari dua produk sejenis di TikTokShop untuk membandingkan kualitas dari merek yang berbeda.					
	Setelah saya membeli barang yang diinginkan, saya mempunyai keinginan untuk membeli kebutuhan lain.					

Lampiran 2 Tabel Hasil Tabulasi

a.Tabulasi Data Literasi Keuangan(X1)

No.	Literasi Keuangan (X1)												TOTAL
	X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	X1.P8	X1.P9	X1.P10	X1.P11	X1.P12	
1	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	53
2	4	5	4	3	4	5	4	5	2	4	5	2	47
3	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	50
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	48
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	49
6	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	59
7	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
8	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	46
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	4	4	4	4	5	2	4	4	3	2	4	4	44
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
12	3	2	3	5	5	2	3	4	3	2	2	2	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
14	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	40
15	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	53
16	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	54
17	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	46
18	1	1	1	3	5	5	5	2	1	5	1	2	32
19	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	47
20	4	3	4	3	4	3	5	5	4	4	3	3	45
21	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	50
22	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	57
23	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	50
24	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
25	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	4	4	49
26	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	53
27	4	4	5	4	5	2	5	3	4	3	5	4	48
28	4	4	3	5	4	4	3	4	3	3	3	4	44
29	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	52
30	5	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	3	44
31	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	51
32	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	38
33	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
34	2	2	3	4	2	1	5	2	3	4	4	2	34
35	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2	4	38
36	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49
37	3	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	42
38	4	4	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	46
39	3	4	5	4	5	2	3	3	2	3	3	3	40
40	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3	48

[illegible]

b.Tabulasi data gaya hidup (X2)

No.	GAYA HIDUP(X2)																				Total
	X2.	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	X2	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	X2
1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	4	83
2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	5	1	81
3	3	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	4	82
4	5	5	5	3	5	5	2	1	3	5	3	5	2	3	1	3	5	5	5	5	76
5	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	5	5	5	75
6	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	88
7	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	68
8	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	54
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
10	3	4	5	3	5	3	4	4	2	5	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	81
11	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
12	5	3	5	4	4	4	2	4	3	3	3	5	3	3	2	3	2	1	1	2	62
13	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99
14	3	3	5	3	5	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	2	2	3	61
15	3	2	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	55
16	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	85
17	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	75
18	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	1	1	5	87
19	3	3	5	3	5	2	2	4	3	4	2	3	2	1	1	2	2	2	1	1	51
20	4	3	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	3	3	2	1	2	2	69
21	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	5	2	2	2	49
22	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	5	3	3	3	2	3	5	2	2	3	65
23	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	1	4	3	81
24	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	2	2	2	65
25	2	3	4	4	4	3	2	4	3	3	2	3	3	4	2	3	5	2	2	3	61
26	2	2	3	2	4	3	1	4	3	4	5	3	5	1	1	3	4	1	1	3	55
27	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	1	1	2	65
28	2	4	5	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	2	1	4	1	1	2	2	60
29	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	52
30	3	2	3	2	3	2	2	4	3	3	2	3	2	2	1	3	2	1	1	2	46
31	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	65
32	4	2	4	2	1	2	3	4	2	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	4	62
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	68
34	1	4	3	5	1	2	3	4	2	1	3	2	4	5	2	1	3	4	1	4	55
35	5	5	5	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2	4	1	4	1	1	1	1	56
36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	81
37	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
38	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	68

[illegible]

b. Tabulasi Data Perilaku Konsumtif(Y)

No.	PERILAKU KONSUMTIF(Y)																					totA
	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	Y	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	
1	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	88
2	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	95
3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	90
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	2	3	4	82
6	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
8	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	57
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
10	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	2	95
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	93
12	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	5	3	3	3	5	55
13	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	104
14	3	3	1	1	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	5	3	2	2	3	57
15	3	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	47
16	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	89
17	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	77
18	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	5	5	5	2	5	1	1	1	5	50
19	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	2	38
20	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	46
21	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	45
22	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	5	3	3	3	3	58
23	4	5	3	2	4	2	4	4	1	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	80
24	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	4	3	3	47
25	1	3	2	2	3	2	5	2	2	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	64
26	4	4	1	1	4	1	4	1	1	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	2	4	70
27	3	3	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	41
28	2	2	1	1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	53
29	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	5	4	4	4	2	55
30	2	2	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	1	1	2	4	3	4	3	2	38
31	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	53
32	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	71
33	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	51
34	2	3	2	2	3	4	1	2	3	4	5	1	4	3	1	1	2	1	3	2	4	53
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	55
36	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	87
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	82

[illegible]

Lampiran 3 : Data Kuesioner

Nama	jenis kelamin	tahun kelahiran	pendidikan	pekerjaan	apakah anda pengguna filter tiktok shop
hengki	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Mahasiswa	Ya
Rismawati	perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
predi	Laki-Laki	2000 - 2002	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Illaaa cantik imut	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Wahyu	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Petani milenial	Ya
nurhidayanti	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya
Yulia eva puspita	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Karyawan	Ya
Ayu	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Hartika	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Pelajar	Ya
Nurpadilah	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Shiva Hirva Azizah	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Nurhalima	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Tidak bekerja	Ya
Siti nur sulaiha	Perempuan	2006 - 2008	SMA	Mahasiswa	Ya
Dewi	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
inna	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Hanizah Humairah	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Eni	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Nurul Rahmawati	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Purwantara	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Dewi kurniawati	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Tidak bekerja	Ya
Aisyah Karyono	Perempuan	2006 - 2008	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Lia	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya
Rahmat Saputra	Laki-Laki	1997 - 1999	SMA	Karyawan	Ya
Eka Pratiwi	Perempuan	2000 - 2002	SMA	IRT (Ibu rumah Tangga)	Ya
Putri Rahayunengsi	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Uswatun Hasanah	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Musdalifa	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Tidak bekerja	Ya
iqfa maulana	Laki-Laki	1997 - 1999	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Sumarti	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Irt	Ya
Hardianti	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Tidak bekerja	Ya
Caddi	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Dani	Laki-Laki	1997 - 1999	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Nurseh Lamin Tandi	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Karyawan	Ya

Putri hidayah	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya
Nurul fadhilla	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Naina sukmawati	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Karyawan	Ya
Reski Wulandari	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Andi Ferdi	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Karyawan	Ya
Nurwahida	Perempuan	2003 - 2005	SMP	Tidak bekerja	Ya
Asyah	Perempuan	2003 - 2005	SMP	Tidak bekerja	Ya
Momy Herman	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Owner	Ya
YUNITASERANG	Perempuan	2000 - 2002	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Irvain	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Mahasiswa	Ya
Purwanto	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Petani muda	Ya
Rahmat	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Karyawan	Ya
Musripa	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Mahasiswa	Ya
Melani putri	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
cleo patra loretta	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Muh Rizky A.M	Laki-Laki	2006 - 2008	SMA	Pelajar	Ya
Santi Pratiwi Kurnia	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Rifai	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Pemadam kebakaran	Ya
Kurniati	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Ibu rumah tangga	Ya
Indah srilestari	Perempuan	1997 - 1999	Sarjana	Honoror	Ya
Bang fa	Laki-Laki	1997 - 1999	Sarjana	Tidak bekerja	Ya
Ari irawan	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Karyawan	Ya
Indah setiawati	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Karyawan	Ya
murni	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Tidak bekerja	Ya
Nindi andiamurni	Perempuan	2003 - 2005	SMA	Mahasiswa	Ya
Imam Abidin	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Bekerja	Ya
Andriono	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Karyawan	Ya
Sartika	Perempuan	1997 - 1999	SMP	Karyawan	Ya
Shasy dharmayanti	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Andri reskiani	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya
Istiqomah Wanti Rahayu	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Tidak bekerja	Ya
MAKMUR ISYAH	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya
Ria	Perempuan	1997 - 1999	Sarjana	Tidak bekerja	Ya
Harianti	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Karyawan	Ya
Shaden alfine	Laki-Laki	2000-2002	SMA	Karyawan	Ya
Fita	Perempuan	2003 - 2005	Sarjana	Mahasiswa	Ya
Harlinda	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Mahasiswa	Ya
Bayu Setiawan	Laki-Laki	2000 - 2002	SMA	Karyawan	Ya
Darwanto	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Bisnis	Ya

Darmini	Perempuan	1997 - 1999	SMA	Karyawan	Ya
Sri Ayu Ningsih	Perempuan	2000 - 2002	SMP	Tidak bekerja	Ya
Muh. Hakimi	Laki-Laki	2003 - 2005	SMA	Karyawan	Ya
Hajra Nengsi	Perempuan	2003 - 2005	SMA	-	Ya
atri	Perempuan	2000 - 2002	SMA	Tidak bekerja	Ya

Lampiran 4: Hasil Uji Validitas Data

a. Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

Correlations														
		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	X1.P6	X1.P7	X1.P8	X1.P9	X1.P10	X1.P11	X1.P12	TOTAL
X1.P1	Pearson Correlation	1	.740**	.562**	.406**	.267*	.342**	.143	.466**	.543**	.277*	.527**	.596**	.726**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.018	.002	.211	.000	.000	.014	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P2	Pearson Correlation	.740**	1	.579**	.453**	.305**	.267*	.218	.417**	.526**	.190	.637**	.574**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.007	.018	.055	.000	.000	.095	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P3	Pearson Correlation	.562**	.579**	1	.485**	.261*	.205	.168	.426**	.489**	.209	.530**	.401**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.021	.072	.142	.000	.000	.067	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P4	Pearson Correlation	.406**	.453**	.485**	1	.385**	.273*	.334**	.361**	.497**	.280*	.272*	.440**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.016	.003	.001	.000	.013	.016	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P5	Pearson Correlation	.267*	.305**	.261*	.385**	1	.334**	.408**	.341**	.136	.175	.303**	.252*	.518**
	Sig. (2-tailed)	.018	.007	.021	.001		.003	.000	.002	.234	.126	.007	.026	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P6	Pearson Correlation	.342**	.267*	.205	.273*	.334**	1	.339**	.351**	.219	.471**	.180	.102	.539**
	Sig. (2-tailed)	.002	.018	.072	.016	.003		.002	.002	.054	.000	.115	.376	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P7	Pearson Correlation	.143	.218	.168	.334**	.408**	.339**	1	.493**	.428**	.486**	.433**	.276*	.606**
	Sig. (2-tailed)	.211	.055	.142	.003	.000	.002		.000	.000	.000	.000	.014	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P8	Pearson Correlation	.466**	.417**	.426**	.361**	.341**	.351**	.493**	1	.671**	.423**	.564**	.487**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.002	.002	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P9	Pearson Correlation	.543**	.526**	.489**	.497**	.136	.219	.428**	.671**	1	.400**	.578**	.684**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.234	.054	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P10	Pearson Correlation	.277*	.190	.209	.280*	.175	.471**	.486**	.423**	.400**	1	.235*	.323**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.014	.095	.067	.013	.126	.000	.000	.000	.000		.039	.004	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P11	Pearson Correlation	.527**	.637**	.530**	.272*	.303**	.180	.433**	.564**	.578**	.235*	1	.576**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.016	.007	.115	.000	.000	.000	.039		.000	.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X1.P12	Pearson Correlation	.596**	.574**	.401**	.440**	.252*	.102	.276*	.487**	.684**	.323**	.576**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.026	.376	.014	.000	.000	.004	.000		.000
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
TOTAL	Pearson Correlation	.726**	.729**	.652**	.639**	.518**	.539**	.606**	.760**	.775**	.572**	.731**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Validitas Variabel gaya hidup

Correlations																					
	X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7	X2.P8	X2.P9	X2.P10	X2.P11	X2.P12	X2.P13	X2.P14	X2.P15	X2.P16	X2.P17	X2.P18	X2.P19	X2.P20	TOTAL
X2.P1 Pearson Correlation	1	.496 ^{**}	.369 ^{**}	.342 ^{**}	.344 ^{**}	.442 ^{**}	.397 ^{**}	.410 ^{**}	.444 ^{**}	.375 ^{**}	.462 ^{**}	.456 ^{**}	.286 ^{**}	.169	.396 ^{**}	.438 ^{**}	.262 ^{**}	.398 ^{**}	.444 ^{**}	.373 ^{**}	.604 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.011	.140	.000	.000	.020	.000	.000	.001	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P2 Pearson Correlation	.496 ^{**}	1	.347 ^{**}	.579 ^{**}	.444 ^{**}	.713 ^{**}	.554 ^{**}	.506 ^{**}	.481 ^{**}	.514 ^{**}	.525 ^{**}	.495 ^{**}	.523 ^{**}	.401 ^{**}	.520 ^{**}	.580 ^{**}	.427 ^{**}	.442 ^{**}	.494 ^{**}	.419 ^{**}	.752 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P3 Pearson Correlation	.369 ^{**}	.347 ^{**}	1	.236 ^{**}	.436 ^{**}	.337 ^{**}	.151	.255 ^{**}	.309 ^{**}	.325 ^{**}	.050	.356 ^{**}	.005	.019	.187	.191	.092	.138	.205	.129	.349 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.001	.002		.038	.000	.003	.186	.024	.006	.004	.663	.001	.968	.872	.102	.093	.422	.228	.072	.262	.002
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P4 Pearson Correlation	.342 ^{**}	.579 ^{**}	.236 ^{**}	1	.386 ^{**}	.550 ^{**}	.662 ^{**}	.589 ^{**}	.497 ^{**}	.459 ^{**}	.473 ^{**}	.455 ^{**}	.488 ^{**}	.311 ^{**}	.550 ^{**}	.560 ^{**}	.365 ^{**}	.342 ^{**}	.344 ^{**}	.317 ^{**}	.678 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.038		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	.000	.001	.002	.002	.005	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P5 Pearson Correlation	.344 ^{**}	.444 ^{**}	.436 ^{**}	.386 ^{**}	1	.551 ^{**}	.378 ^{**}	.369 ^{**}	.418 ^{**}	.565 ^{**}	.391 ^{**}	.420 ^{**}	.367 ^{**}	.061	.365 ^{**}	.445 ^{**}	.230 ^{**}	.278 ^{**}	.371 ^{**}	.309 ^{**}	.572 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.597	.001	.000	.043	.014	.001	.006	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P6 Pearson Correlation	.442 ^{**}	.713 ^{**}	.337 ^{**}	.550 ^{**}	.551 ^{**}	1	.602 ^{**}	.546 ^{**}	.541 ^{**}	.658 ^{**}	.459 ^{**}	.546 ^{**}	.444 ^{**}	.236 ^{**}	.508 ^{**}	.621 ^{**}	.414 ^{**}	.253 ^{**}	.420 ^{**}	.349 ^{**}	.720 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.038	.000	.000	.000	.026	.000	.002	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P7 Pearson Correlation	.397 ^{**}	.554 ^{**}	.151	.662 ^{**}	.378 ^{**}	.602 ^{**}	1	.776 ^{**}	.557 ^{**}	.502 ^{**}	.726 ^{**}	.358 ^{**}	.642 ^{**}	.487 ^{**}	.780 ^{**}	.734 ^{**}	.414 ^{**}	.496 ^{**}	.502 ^{**}	.419 ^{**}	.815 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.186	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P8 Pearson Correlation	.410 ^{**}	.506 ^{**}	.255	.589 ^{**}	.369 ^{**}	.546 ^{**}	.776 ^{**}	1	.608 ^{**}	.536 ^{**}	.832 ^{**}	.387 ^{**}	.591 ^{**}	.433 ^{**}	.686 ^{**}	.635 ^{**}	.471 ^{**}	.352 ^{**}	.451 ^{**}	.350 ^{**}	.767 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.024	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.002	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P9 Pearson Correlation	.444 ^{**}	.481 ^{**}	.309 ^{**}	.497 ^{**}	.418 ^{**}	.541 ^{**}	.557 ^{**}	.608 ^{**}	1	.509 ^{**}	.421 ^{**}	.469 ^{**}	.461 ^{**}	.259	.504 ^{**}	.620 ^{**}	.276 ^{**}	.295 ^{**}	.375 ^{**}	.361 ^{**}	.664 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.014	.009	.001	.001	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P10 Pearson Correlation	.375 ^{**}	.514 ^{**}	.325 ^{**}	.459 ^{**}	.565 ^{**}	.658 ^{**}	.502 ^{**}	.536 ^{**}	.509 ^{**}	1	.538 ^{**}	.611 ^{**}	.336 ^{**}	.113	.470 ^{**}	.545 ^{**}	.416 ^{**}	.247 ^{**}	.486 ^{**}	.378 ^{**}	.678 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.003	.326	.000	.000	.000	.029	.000	.001	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P11 Pearson Correlation	.462 ^{**}	.525 ^{**}	.050	.473 ^{**}	.391 ^{**}	.459 ^{**}	.726 ^{**}	.632 ^{**}	.421 ^{**}	.538 ^{**}	1	.384 ^{**}	.733 ^{**}	.400 ^{**}	.680 ^{**}	.609 ^{**}	.452 ^{**}	.489 ^{**}	.522 ^{**}	.499 ^{**}	.770 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.663	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P12 Pearson Correlation	.456 ^{**}	.495 ^{**}	.356 ^{**}	.455 ^{**}	.420 ^{**}	.546 ^{**}	.358 ^{**}	.387 ^{**}	.469 ^{**}	.611 ^{**}	.384 ^{**}	1	.346 ^{**}	.228	.441 ^{**}	.516 ^{**}	.218	.210	.397 ^{**}	.311 ^{**}	.600 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.001		.002	.044	.000	.000	.055	.064	.000	.006	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P13 Pearson Correlation	.286 ^{**}	.523 ^{**}	.005	.488 ^{**}	.367 ^{**}	.444 ^{**}	.642 ^{**}	.591 ^{**}	.461 ^{**}	.336 ^{**}	.733 ^{**}	.346 ^{**}	1	.430 ^{**}	.653 ^{**}	.519 ^{**}	.432 ^{**}	.434 ^{**}	.443 ^{**}	.487 ^{**}	.706 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.011	.000	.968	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.002		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P14 Pearson Correlation	.169	.401 ^{**}	.019	.311 ^{**}	.061	.236 ^{**}	.487 ^{**}	.433 ^{**}	.259	.113	.400 ^{**}	.228	.430 ^{**}	1	.602 ^{**}	.333 ^{**}	.329	.585 ^{**}	.594 ^{**}	.430 ^{**}	.569 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.140	.000	.872	.006	.597	.038	.000	.000	.022	.326	.000	.044	.000		.000	.003	.003	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P15 Pearson Correlation	.396 ^{**}	.520 ^{**}	.187	.550 ^{**}	.365 ^{**}	.508 ^{**}	.780 ^{**}	.686 ^{**}	.504 ^{**}	.470 ^{**}	.680 ^{**}	.441 ^{**}	.653 ^{**}	.602 ^{**}	1	.641 ^{**}	.516 ^{**}	.643 ^{**}	.655 ^{**}	.612 ^{**}	.851 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.102	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P16 Pearson Correlation	.438 ^{**}	.580 ^{**}	.191	.560 ^{**}	.445 ^{**}	.621 ^{**}	.734 ^{**}	.635 ^{**}	.620 ^{**}	.545 ^{**}	.609 ^{**}	.516 ^{**}	.519 ^{**}	.333 ^{**}	.641 ^{**}	1	.325 ^{**}	.391 ^{**}	.506 ^{**}	.394 ^{**}	.763 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.093	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000		.004	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P17 Pearson Correlation	.262 ^{**}	.427 ^{**}	.092	.365 ^{**}	.230 ^{**}	.414 ^{**}	.414 ^{**}	.471 ^{**}	.276 ^{**}	.416 ^{**}	.452 ^{**}	.218	.432 ^{**}	.329	.516 ^{**}	.325 ^{**}	1	.511 ^{**}	.493 ^{**}	.513 ^{**}	.613 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.020	.000	.422	.001	.043	.000	.000	.000	.014	.000	.000	.055	.000	.003	.000	.004		.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P18 Pearson Correlation	.398 ^{**}	.442 ^{**}	.138	.342 ^{**}	.278 ^{**}	.253	.496 ^{**}	.352 ^{**}	.295 ^{**}	.247 ^{**}	.489 ^{**}	.210	.434 ^{**}	.585 ^{**}	.643 ^{**}	.391 ^{**}	.511 ^{**}	1	.828 ^{**}	.777 ^{**}	.707 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.228	.002	.014	.026	.000	.002	.009	.029	.000	.064	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P19 Pearson Correlation	.444 ^{**}	.494 ^{**}	.205	.344 ^{**}	.371 ^{**}	.420 ^{**}	.502 ^{**}	.451 ^{**}	.375 ^{**}	.486 ^{**}	.522 ^{**}	.397 ^{**}	.443 ^{**}	.594 ^{**}	.655 ^{**}	.506 ^{**}	.483 ^{**}	.828 ^{**}	1	.701 ^{**}	.776 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.072	.002	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
X2.P20 Pearson Correlation	.373 ^{**}	.419 ^{**}	.129	.317 ^{**}	.309 ^{**}	.349 ^{**}	.419 ^{**}	.350 ^{**}	.361 ^{**}	.378 ^{**}	.499 ^{**}	.311 ^{**}	.487 ^{**}	.430 ^{**}	.612 ^{**}	.394 ^{**}	.513 ^{**}	.777 ^{**}	.701 ^{**}	1	.696 ^{**}
S																					

c. Validitas Variabel Perilaku Konsumtif

Correlations																						
	YP1	YP2	YP3	YP4	YP5	YP6	YP7	YP8	YP9	YP10	YP11	YP12	YP13	YP14	YP15	YP16	YP17	YP18	YP19	YP20	YP21	TOTAL
YP1 Pearson Correlation	1	.736**	.717**	.692**	.741**	.727**	.621**	.660**	.611**	.678**	.482**	.632**	.475**	.506**	.500**	.619**	.245*	.558**	.444**	.490**	.340**	.765**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.030	.000	.000	.000	.002	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP2 Pearson Correlation	.736**	1	.750**	.719**	.823**	.728**	.695**	.752**	.652**	.643**	.665**	.682**	.616**	.664**	.600**	.563**	.358**	.529**	.429**	.553**	.394**	.829**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP3 Pearson Correlation	.717**	.750**	1	.949**	.865**	.922**	.724**	.917**	.792**	.674**	.665**	.701**	.630**	.619**	.537**	.620**	.346**	.515**	.447**	.713**	.386**	.896**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP4 Pearson Correlation	.692**	.719**	.949**	1	.864**	.922**	.728**	.879**	.786**	.632**	.636**	.703**	.633**	.648**	.553**	.641**	.332**	.511**	.450**	.731**	.405**	.892**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP5 Pearson Correlation	.741**	.823**	.865**	.864**	1	.880**	.766**	.845**	.729**	.698**	.696**	.705**	.638**	.689**	.603**	.660**	.398**	.594**	.459**	.867**	.435**	.907**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP6 Pearson Correlation	.727**	.728**	.922**	.922**	.880**	1	.725**	.891**	.830**	.698**	.656**	.649**	.642**	.598**	.522**	.566**	.335**	.467**	.368**	.643**	.423**	.879**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.001	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP7 Pearson Correlation	.621**	.695**	.724**	.728**	.766**	.725**	1	.743**	.729**	.606**	.511**	.600**	.530**	.569**	.604**	.573**	.481**	.575**	.399**	.615**	.409**	.810**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP8 Pearson Correlation	.660**	.752**	.917**	.879**	.845**	.891**	.743**	1	.814**	.692**	.673**	.694**	.645**	.624**	.589**	.556**	.377**	.507**	.382**	.678**	.370**	.883**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.001	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP9 Pearson Correlation	.611**	.652**	.792**	.786**	.729**	.830**	.729**	.814**	1	.679**	.627**	.617**	.610**	.560**	.575**	.510**	.414**	.521**	.317**	.551**	.432**	.823**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP10 Pearson Correlation	.678**	.643**	.674**	.632**	.698**	.698**	.606**	.692**	.679**	1	.737**	.630**	.587**	.599**	.557**	.626**	.348**	.623**	.527**	.548**	.430**	.801**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP11 Pearson Correlation	.482**	.665**	.665**	.636**	.696**	.656**	.511**	.673**	.627**	.737**	1	.721**	.675**	.724**	.592**	.642**	.348**	.539**	.476**	.654**	.444**	.796**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP12 Pearson Correlation	.632**	.682**	.701**	.703**	.705**	.649**	.600**	.694**	.617**	.630**	.721**	1	.686**	.801**	.781**	.729**	.470**	.684**	.517**	.608**	.459**	.850**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP13 Pearson Correlation	.475**	.616**	.630**	.633**	.638**	.642**	.530**	.645**	.610**	.587**	.675**	.686**	1	.858**	.730**	.551**	.405**	.444**	.378**	.513**	.621**	.777**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP14 Pearson Correlation	.506**	.664**	.619**	.648**	.689**	.598**	.569**	.624**	.560**	.599**	.724**	.801**	.858**	1	.769**	.592**	.389**	.530**	.433**	.489**	.564**	.798**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP15 Pearson Correlation	.500**	.600**	.537**	.553**	.603**	.522**	.604**	.589**	.575**	.557**	.592**	.781**	.730**	.769**	1	.637**	.610**	.666**	.477**	.485**	.539**	.773**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP16 Pearson Correlation	.619**	.563**	.620**	.641**	.660**	.566**	.573**	.556**	.510**	.626**	.642**	.729**	.551**	.592**	.637**	1	.437**	.680**	.667**	.653**	.388**	.776**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP17 Pearson Correlation	.245*	.358**	.346**	.332**	.398**	.335**	.481**	.377**	.414**	.348**	.348**	.470**	.405**	.389**	.610**	.437**	1	.602**	.296**	.396**	.396**	.527**
Sig. (2-tailed)	.030	.001	.002	.003	.000	.003	.000	.001	.000	.002	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.008	.000	.000	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP18 Pearson Correlation	.558**	.529**	.515**	.511**	.594**	.467**	.575**	.507**	.521**	.623**	.539**	.684**	.444**	.530**	.666**	.680**	.602**	1	.762**	.613**	.367**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP19 Pearson Correlation	.444**	.429**	.447**	.450**	.459**	.368**	.399**	.382**	.317**	.527**	.476**	.517**	.378**	.433**	.477**	.667**	.296**	.762**	1	.704**	.244**	.601**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.008	.000		.000	.031	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP20 Pearson Correlation	.490**	.553**	.713**	.731**	.667**	.643**	.615**	.678**	.551**	.548**	.654**	.608**	.513**	.489**	.485**	.653**	.386**	.613**	.704**	1	.349**	.766**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.002	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
YP21 Pearson Correlation	.340**	.394**	.386**	.405**	.435**	.423**	.409**	.370**	.432**	.430**	.444**	.459**	.621**	.564**	.539**	.388**	.396**	.367**	.244**	.349**	1	.558**
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.031	.002	.000
N	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78	78
TOTAL Pearson Correlation	.765**	.829**	.896**	.892**	.																	

lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas Data

a. Uji Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.P1	43.7564	35.070	.667	.867
X1.P2	43.7692	34.673	.667	.866
X1.P3	43.6667	35.524	.578	.871
X1.P4	43.8205	35.630	.564	.872
X1.P5	43.5769	36.767	.428	.879
X1.P6	44.0769	34.877	.406	.885
X1.P7	43.7564	35.200	.512	.875
X1.P8	43.8333	33.621	.695	.864
X1.P9	44.0513	33.504	.714	.862
X1.P10	43.9103	36.031	.482	.876
X1.P11	43.8590	33.811	.660	.866
X1.P12	44.0897	33.979	.635	.867

b. Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.939	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.P1	66.0256	190.805	.550	.938
X2.P2	65.8077	189.092	.720	.935
X2.P3	65.3077	201.826	.297	.941
X2.P4	65.6923	192.579	.642	.936
X2.P5	65.5000	194.539	.525	.938
X2.P6	65.7179	191.088	.687	.935
X2.P7	66.1538	185.716	.788	.933
X2.P8	66.1026	186.509	.733	.934
X2.P9	65.8333	194.556	.631	.937
X2.P10	65.6282	192.418	.642	.936
X2.P11	66.0769	186.825	.737	.934
X2.P12	65.6026	196.554	.564	.937
X2.P13	66.0641	190.892	.670	.936
X2.P14	66.0641	192.840	.515	.938
X2.P15	66.3846	177.305	.820	.932
X2.P16	65.9103	189.148	.733	.935
X2.P17	66.1154	190.311	.559	.938
X2.P18	66.5897	182.375	.652	.936
X2.P19	66.4103	180.842	.734	.934
X2.P20	66.2949	187.302	.650	.936

c. Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	78	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	78	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.P1	64.4744	348.902	.739	.968
Y.P2	64.4359	347.366	.809	.967
Y.P3	64.8077	333.118	.880	.967
Y.P4	64.8974	334.924	.875	.967
Y.P5	64.6538	336.229	.893	.966
Y.P6	64.8205	336.591	.862	.967
Y.P7	64.4487	342.095	.784	.968
Y.P8	64.7179	338.387	.867	.967
Y.P9	64.5385	341.914	.800	.968
Y.P10	64.2821	348.829	.779	.968
Y.P11	64.0256	349.636	.774	.968
Y.P12	64.4359	343.989	.832	.967
Y.P13	64.3333	350.848	.753	.968
Y.P14	64.4359	348.041	.775	.968
Y.P15	64.2051	349.438	.748	.968
Y.P16	64.3077	349.411	.751	.968
Y.P17	63.5128	364.980	.493	.970
Y.P18	64.0769	354.046	.703	.968
Y.P19	64.0513	361.218	.569	.970
Y.P20	64.2692	351.290	.741	.968
Y.P21	64.0641	362.243	.522	.970

Lampiran 6 : Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	11.37039603
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.094
	Negative	-.098
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

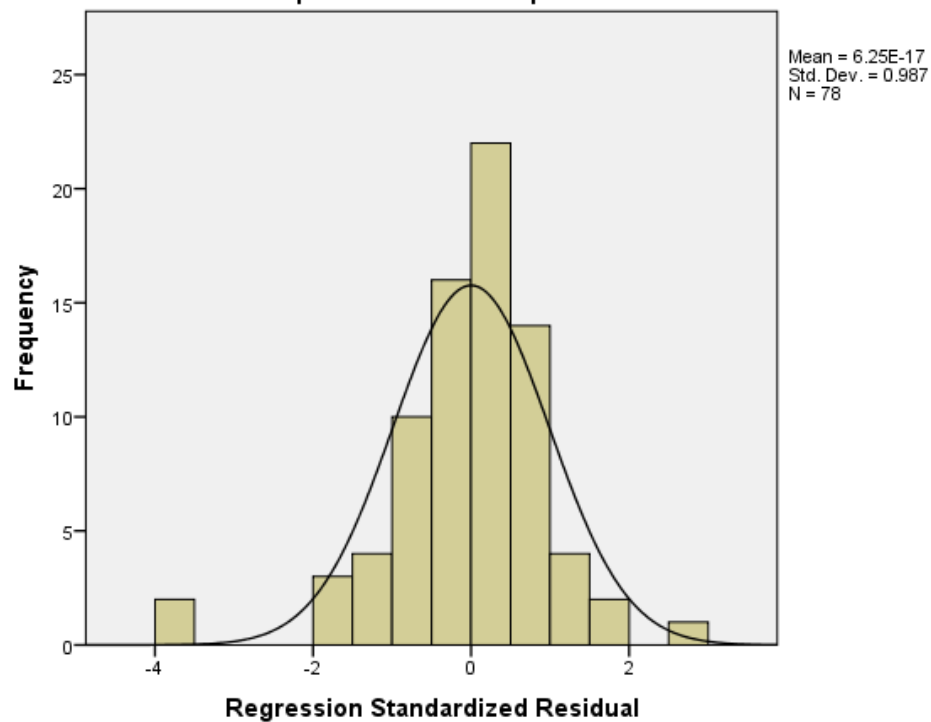
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

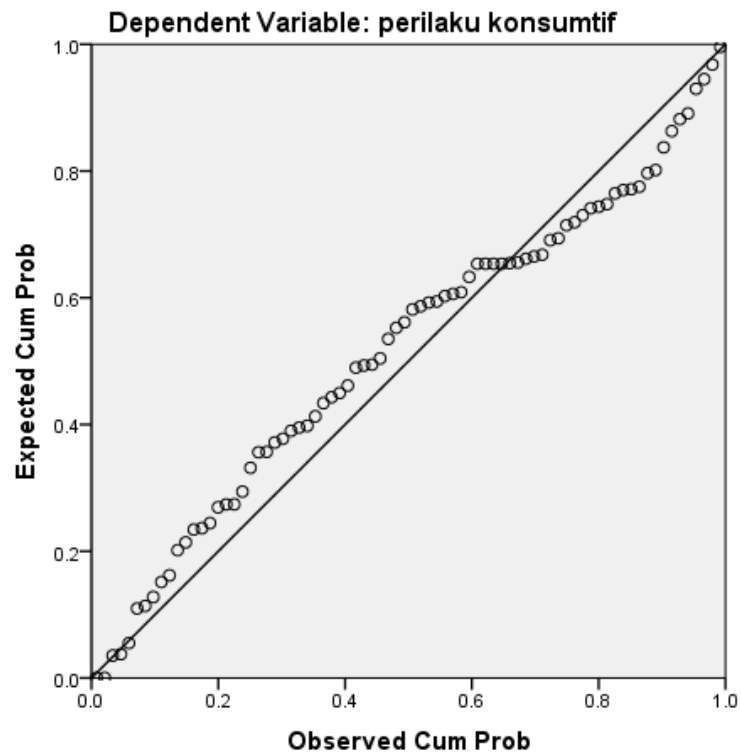
c. Lilliefors Significance Correction.

Histogram

Dependent Variable: perilaku konsumtif



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
perilaku konsumtif * literasi keuangan	Between Groups	(Combined)	8365.029	24	348.543	.877	.629
		Linearity	2164.814	1	2164.814	5.444	.023
		Deviation from Linearity	6200.215	23	269.575	.678	.845
	Within Groups		21073.843	53	397.620		
	Total		29438.872	77			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
perilaku konsumtif * gaya hidup	Between Groups	(Combined)	25793.488	42	614.131	5.896	.000
		Linearity	18739.775	1	18739.775	179.924	.000
		Deviation from Linearity	7053.714	41	172.042	1.652	.066
	Within Groups		3645.383	35	104.154		
	Total		29438.872	77			

3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7.873	10.373		-.759	.450	
	literasi keuangan	-.175	.223	-.057	-.787	.434	.845
	gaya hidup	1.197	.105	.834	11.423	.000	.845

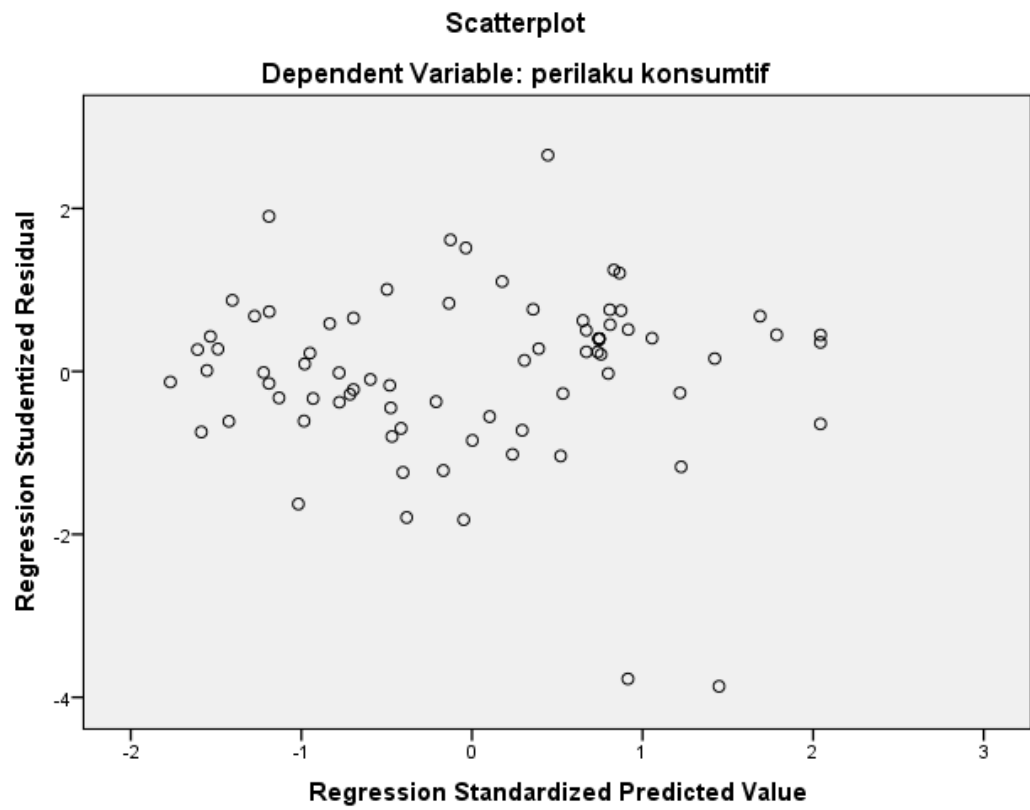
a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

4. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.296	7.118		.182
	literasi keuangan	.013	.153	.010	.084
	gaya hidup	.089	.072	.153	.221

a. Dependent Variable: ABS_RES



Lampiran 7 : Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-7.873	10.373		-.759	.450
literasi keuangan	-.175	.223	-.057	-.787	.434
gaya hidup	1.197	.105	.834	11.423	.000

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

2. Uji Simultan

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	19483.857	2	9741.929	73.395	.000 ^b
Residual	9955.015	75	132.734		
Total	29438.872	77			

a. Dependent Variable: perilaku konsumtif

b. Predictors: (Constant), gaya hidup, literasi keuangan

1. Uji Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 ^a	.662	.653	11.52100

a. Predictors: (Constant), gaya hidup, literasi keuangan

b. Dependent Variable: perilaku konsumtif

**Lampiran 8 : Distribusi Tabel r Product Moment DISTRIBUSI NILAI
r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%**

	The Level of Significance		N	The Level of Significance	
	5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.497	0.623	55	0.266	0.345
17	0.482	0.606	60	0.254	0.330
18	0.468	0.590	65	0.244	0.317
19	0.456	0.575	70	0.235	0.306
20	0.444	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091

36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 9 : Hasil Distribusi tabel r product moment , distribusi nilai r_{tabel} signifikansi 5% dan 10% Distribusi tabel t (df = 42-80)

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
41	0.68052	130.254	168.288	201.954	242.080	270.118	330.127
42	0.68038	130.204	168.195	201.808	241.847	269.807	329.595
43	0.68024	130.155	168.107	201.669	241.625	269.510	329.089
44	0.68011	130.109	168.023	201.537	241.413	269.228	328.607
45	0.67998	130.065	167.943	201.410	241.212	268.959	328.148
46	0.67986	130.023	167.866	201.290	241.019	268.701	327.710
47	0.67975	129.982	167.793	201.174	240.835	268.456	327.291
48	0.67964	129.944	167.722	201.063	240.658	268.220	326.891
49	0.67953	129.907	167.655	200.958	240.489	267.995	326.508
50	0.67943	129.871	167.591	200.856	240.327	267.779	326.141
51	0.67933	129.837	167.528	200.758	240.172	267.572	325.789
52	0.67924	129.805	167.469	200.665	240.022	267.373	325.451
53	0.67915	129.773	167.412	200.575	239.879	267.182	325.127
54	0.67906	129.743	167.356	200.488	239.741	266.998	324.815
55	0.67898	129.713	167.303	200.404	239.608	266.822	324.515
56	0.67890	129.685	167.252	200.324	239.480	266.651	324.226
57	0.67882	129.658	167.203	200.247	239.357	266.487	323.948
58	0.67874	129.632	167.155	200.172	239.238	266.329	323.680
59	0.67867	129.607	167.109	200.100	239.123	266.176	323.421
60	0.67860	129.582	167.065	200.030	239.012	266.028	323.171
61	0.67853	129.558	167.022	199.962	238.905	265.886	322.930
62	0.67847	129.536	166.980	199.897	238.801	265.748	322.696
63	0.67840	129.513	166.940	199.834	238.701	265.615	322.471
64	0.67834	129.492	166.901	199.773	238.604	265.485	322.253
65	0.67828	129.471	166.864	199.714	238.510	265.360	322.041
66	0.67823	129.451	166.827	199.656	238.419	265.239	321.837
67	0.67817	129.432	166.792	199.601	238.330	265.122	321.639
68	0.67811	129.413	166.757	199.547	238.245	265.008	321.446
69	0.67806	129.394	166.724	199.495	238.161	264.898	321.260
70	0.67801	129.376	166.691	199.444	238.081	264.790	321.079
71	0.67796	129.359	166.660	199.394	238.002	264.686	320.903
72	0.67791	129.342	166.629	199.346	237.926	264.585	320.733
73	0.67787	129.326	166.600	199.300	237.852	264.487	320.567
74	0.67782	129.310	166.571	199.254	237.780	264.391	320.406
75	0.67778	129.294	166.543	199.210	237.710	264.298	320.249
76	0.67773	129.279	166.515	199.167	237.642	264.208	320.096
77	0.67769	129.264	166.488	199.125	237.576	264.120	319.948
78	0.67765	129.250	166.462	199.085	237.511	264.034	319.804
79	0.67761	129.236	166.437	199.045	237.448	263.950	319.663

80	0.67757	129.222	166.412	199.006	237.387	263.869	319.526
----	---------	---------	---------	---------	---------	---------	---------

Lampiran 10

Tabel distribusi F_{tabel} Untuk Profabilita 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95

83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94

**Lampiran 11 :Dokumentasi Meminta Data Generasi Z Desa Maramba,
Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur.**



Lampiran 12:Dokumentasi Pengisian Angket





RIWAYAT HIDUP



Rismawati, lahir di Maramba pada tanggal 10 April 2003.

Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Tukiman dan ibu Sri Nur Hasnawati. Saat ini, penulis beralamat di Dusun Jateng, Desa Maramba, Kec. Wotu, Kab. Luwu Timur. Penulis menempuh

pendidikan sekolah dasar di SDN 125 Maramba dan lulus pada tahun 2015. Tahun itu juga penulis melanjutkan sekolah menengah pertama di SMPN 3 Wotu Maramba dan lulus pada tahun 2018. Kemudian penulis melanjutkan sekolah menengah atas di SMAN 10 Luwu Timur dan lulus pada tahun 2021, sehingga akhirnya menempuh masa kuliah di salah satu kampus favorit yang ada di Kota Palopo yaitu Universitas Islam Negeri Palopo dengan memilih Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah (PBS).

Contact person: rw995355@gmail.com