

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mengelolah keuangan merupakan kenyataan yang harus dihadapi oleh setiap manusia dalam kehidupannya sehari-hari, dimana seseorang harus mengelolah keuangan dengan baik agar dapat menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran, dapat memenuhi kebutuhan hidupnya serta tidak terjebak dalam kesulitan keuangan. Oleh karena itu, kecerdasan finansial menjadi hal yang perlu diperhatikan dikehidupan yang serba modern seperti sekarang ini. Kecerdasan finansial merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk mengelola sumber daya keuangan yang dimilikinya, dengan kesejahteraan finansial sebagai tujuan akhirnya.

Masyarakat mulai bersaing dalam hal memenuhi kebutuhan mereka bahkan bukan sesuatu yang menjadi kebutuhan akan terpenuhi karena adanya keinginan yang kuat untuk memiliki atau mengonsumsi. Pola perilaku ini jika terjadi secara terus menerus akan menjadi suatu perilaku konsumtif (Fauzia & Nurdin, 2019). Sikap keuangan tentunya dapat memunculkan sifat dan perilaku keserakahan terlebih jika digunakan secara sembarangan. Sikap keuangan dapat mempengaruhi suatu kondisi keuangan seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari, apabila seseorang kurang mampu mengambil sikap dan melakukan kesalahan dalam perencanaannya maka akan menciptakan efek dengan jangka yang cukup panjang.

Sikap keuangan menunjukkan bahwa uang memiliki banyak arti sesuai dengan tingkat pemahaman dan kepribadian seseorang diantaranya uang menjadi bagian penting dalam kehidupannya, sumber rasa hormat, kualitas hidup, kebebasan dan bahkan kejahatan. Sikap keuangan dipengaruhi banyak faktor diantaranya pengalaman masa kanak-kanak, pendidikan, keuangan status sosial, lingkungan sosial ekonomi dan keluarga. Setiap orang pasti memiliki sikap yang berbeda dalam menyikapi keuangannya. Seseorang yang paham dengan kondisi keuangannya dan mampu menyikapi uang yang dimilikinya menunjukkan bahwa seseorang tersebut mempunyai sikap keuangan yang baik maka dengan pengelolaan keuangan yang baik nantinya tidak akan terjebak pada sikap yang berlebihan.

Gaya hidup juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan seseorang. Gaya hidup bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah tergantung keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Gaya hidup dapat dilihat dari cara berpakaian, kebiasaan, dan lain sebagainya. Gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya (Alamanda, 2018). Gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seorang dalam berinteraksi dengan lingkungan (Kusnandar & Kurniawan, 2018).

Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kusnandar dan Kurniawan (2018) berpendapat bahwa masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Kehidupan modern

telah mendidik orang tak sekedar berusaha memenuhi kebutuhan, tetapi juga berusaha memenuhi gejolak keinginan. Banyak orang yang membeli suatu barang yang bukan kebutuhannya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan membeli produk tersebut. Seiring dengan perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat, memberikan pengaruh pada perilaku masyarakat khususnya perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*.

Perkembangan teknologi informasi saat ini berakibat pada pergeseran perilaku konsumtif masyarakat di Indonesia. Internet merupakan salah satu bentuk dari perkembangan teknologi yang menjadi kebutuhan bagi sebagian kalangan. Hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) periode 2019-kuartal II/2020 mencatat, jumlah pengguna [internet](#) di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% dibandingkan pada 2018 lalu.

Sejatinya, ada lima alasan utama mereka mengakses internet, yakni media sosial, komunikasi, pesan, game online, dan belanja online. Produk fashion dan kecantikan, produk rumah tangga, dan produk elektronika adalah tiga produk yang banyak dibeli pengguna saat belanja online. Sementara marketplace favorit pengguna adalah Shopee, Lazada, Tokopedia, dan Bukalapak. Sebanyak 68,7 persen merasa aman bertransaksi internet Platform media sosial favorit pengguna adalah Facebook, Instagram, dan Twitter.

Berbelanja secara *online* banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat karena dianggap lebih mudah untuk memperoleh barang yang diinginkan cukup dengan memilih gambar yang tersedia di *account online shop* lalu memesannya secara langsung dan membayar dengan cara transfer langsung, hal ini sangat mudah

sekali digunakan (Khairunnisa, 2014). Dalam studi Sari dkk, (2018) disebutkan bahwa tidak hanya kalangan remaja saja yang aktif dalam berbelanja *online* pada jejaring sosial tetapi ibu rumah tangga pun kini juga menggunakan *online shop* pada jejaring sosial untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

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

Maraknya sistem belanja online dan pusat perbelanjaan yang tersebar dimana-mana mengakibatkan perilaku masyarakat semakin konsumtif dan masyarakat cenderung melakukan pembelian yang impulsif. Akibatnya perilaku masyarakat dalam membeli kebutuhannya semakin tidak rasional. Sikap konsumtif yang tinggi menyebabkan masyarakat dalam pengelolaan keuangan menjadi tidak mudah, dengan beraneka ragam latar belakang akan memiliki pengelolaan keuangan yang berbeda pada masing-masing individu. Sebagian besar masyarakat tidak memiliki pengetahuan akan keuangan sehingga tidak mampu mengelola

keuangannya dengan baik. Serta ada juga masyarakat yang mampu dalam mengelolah keuangannya dengan baik, bahkan bisa menyisihkan.

Fenomena perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* diperoleh dari hasil observasi dengan beberapa orang masyarakat di desa Lampuawa kecamatan Sukamaju pada tanggal 19 juni 2021 pukul 10.00-13.00 WIB diperoleh keterangan bahwa masyarakat senang belanja *online* di jejaring sosial seperti instagram atau *online shop* di luar kebutuhan rumah tangga. Mereka merasa banyaknya pilihan produk saat berbelanja *online* membuat mereka setiap hari selalu memantau produk yang akan dibeli, jika mereka tidak membeli barang yang telah dilihatnya di *online shop* akan muncul rasa penyesalan sehingga mereka memutuskan untuk membeli barang tersebut walaupun bukan menjadi suatu kebutuhan. Dari gaya hidup tersebut berdampak pada keuangan konsumen atau masyarakat, karena pendapatan dengan pengeluaran tidak seimbang, terkadang untuk memenuhi kebutuhannya masyarakat tersebut terpaksa berhutang atau meminjam uang kepada masyarakat lain, karena lebih mengutamakan gaya hidup yang tidak didasari oleh kebutuhan tetapi hanya untuk memenuhi keinginannya.

Penelitian tentang Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan masyarakat di Indonesia hanya ada beberapa yang melakukan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Chairani,2018), (Mis Alul Baroroh, 2019). Hasil Penelitian ini membuktikan bahwa Pengaruh Gaya Hidup dan Konsumtif Belanja berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan masyarakat. Hasil penelitian yang berbeda di lakukan oleh (Alamanda, Y. (2018)), hasil penelitian mereka membuktikan

bahwa pengaruh Gaya Hidup Dan Konsumtif Belanja berpengaruh signifikan negatif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat.

Dari penjelasan hasil penelitian diatas terdapat ketidak konsistenan hasil antara penelitian satu dengan penelitian lainnya, hal ini masih merupakan sesuatu hal yang menarik untuk di teliti. Perbedaaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah objek penelitian. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dapat di rumuskan permasalahan penelitian ini adalah Apakah Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online berpengaruh terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online berpengaruh terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan masyarakat.

1.4.2 Manfaat praktis

a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat digunakan peneliti untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang Gaya Hidup Masyarakat, Konsumtif Belanja Online dan bagaimana pengaruhnya terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga.

b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan menambah hasil wawasan kepada masyarakat agar dapat mengetahui perilaku pengelolaan keuangan yang baik.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Atribusi

Teori atribusi menjelaskan perilaku seseorang yang disebabkan oleh faktor internal atau faktor eksternal (Robbins, 2006). Menurut Fritz Heider pencetus teori atribusi, teori atribusi merupakan teori yang menjelaskan tentang perilaku seseorang. Apakah perilaku itu disebabkan oleh faktor disposisional (faktor dalam atau internal) misalnya sifat, karakter, sikap dsb, atautkah disebabkan oleh keadaan eksternal, misalnya tekanan situasi atau keadaan tertentu yang memaksa seseorang melakukan perbuatan tertentu (Pangestu, 2016).

Teori atribusi merupakan salah satu teori yang sangat sesuai digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku yang ada di dalam kehidupan sehari-hari. Menggunakan teori atribusi maka bisa dilakukan pengukuran terhadap perilaku yang dilakukan oleh setiap individu dalam melakukan aktivitasnya yang disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Perilaku yang disebabkan oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali atau berasal dari dalam diri individu seperti kepribadian, motivasi atau kemampuan (Robbins, 2006). Maka Gaya hidup merupakan faktor yang terdapat di dalam diri seorang dan dapat memberikan respon positif atau negatif pada pencapaian tujuan hidupnya. Setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut harus memiliki motivasi yang tinggi. Maka dari itu, seseorang juga harus meningkatkan kualitas hidupnya, agar kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang diyakini sebagai hasil dari sebab-sebab luar atau berasal dari luar diri individu seperti peralatan atau pengaruh sosial orang lain (Robbins, 2006: 172). Sehingga, faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan bertindak diantaranya ada faktor-faktor sosial yang mempengaruhi seseorang sehingga membentuk karakter dalam diri orang tersebut misalnya dari lingkungan keluarga, teman, pendidikan dan media massa disekitarnya.

2.1.2 Gaya Hidup Konsumtif

Gaya hidup juga merupakan cara bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya (Kanserina et al, 2015). Menurut (Yuniarti, 2015) gaya hidup merupakan sebuah pola kehidupan seorang individu dalam kehidupan kesehariannya yang bersangkutan dengan minat, pendapatan dan kegiatan yang dilakukannya. Maka, Gaya Hidup mencerminkan keseluruhan orang tersebut dalam berinteraksi dengan orang lain maupun disekitar lingkuangannya. Menurut pendapat (Hariyono & Pulyadi, 2015) gaya hidup atau lifestyle adalah pola hidup, penggunaan dan waktu yang dimiliki seseorang produk yang ada.

Gaya hidup berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain (Suyanto B, 2013). Menurut Alamanda (2018) gaya hidup mengacu pada suatu pola konsumsi yang mencerminkan pilihan seseorang terhadap berbagai hal serta bagaimana menghabiskan waktu dan uangnya. Risnawati dkk (2018) menyatakan gaya hidup adalah pola hidup yang

berhubungan dengan keputusan. Pendapat lain dikemukakan oleh Kusnandar dan Kurniawan (2018) menyatakan gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seorang dalam berinteraksi dengan lingkungan (Shaharudin dkk, 2011). Dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup adalah cara menghabiskan waktu yang dimiliki seseorang ketika memilih alternatif dalam satu kelompok jenis produk yang ada. Indikator gaya hidup diambil dari Prasetijo dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), yakni: *Activities* (kegiatan), *Interest* (minat), dan *Opinion* (pendapat).

Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang yaitu, faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). (Susanto & Sandy, 2013a). Dalam hal ini, yang termasuk dalam faktor internal yaitu sikap, *experience* dan pengamatan, kepribadian, *self-consep*, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut: (a). Sikap. Sikap dapat diartikan sebagai suatu upaya atau strategi yang dimiliki seseorang mengekspresikan dirinya, atau dalam memberikan tanggapan terhadap suatu peristiwa yang bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan pikirannya yang dipengaruhi oleh pengalaman dan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku orang tersebut. Sikap bisa jadi dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya. (b). Pengalaman dan pengamatan. Pengalaman seseorang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam mengamati sesuatu sehingga akhirnya dapat membentuk pandangan pribadi mereka terhadap suatu hal, pengalaman ini

didapatkan dari semua tindakannya di masa lalu. Pengalaman didapat dari belajar dan juga dapat disalurkan ke orang lain dengan cara mengajarkannya. Hal ini mempengaruhi gaya hidup seseorang, pengamatan atas pengalaman orang lain juga dapat mempengaruhi opini seseorang sehingga pada akhirnya membentuk gaya hidup.

(c). Kepribadian. Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian berubah dari waktu ke waktu, sehingga hal itu sangat penting untuk diamati karena mempengaruhi buying behavior dari seseorang konsumen.

(d). Konsep diri. Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri amat berhubungan dengan image merek, cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk.

(e). Motif. Perilaku individu terbentuk karena adanya motif kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan fisik, merasa aman, merasa dihargai dan lain sebagainya, pengelompokan kebutuhan manusia telah dibuat teori oleh beberapa orang,

(f) Persepsi. Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu pemahaman dan gambaran mengenai sesuatu.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup adalah cara menghabiskan waktu yang dimiliki seseorang ketika memilih alternatif dalam satu kelompok jenis produk yang ada. Indikator gaya hidup diambil dari Prasetijo dalam Kusnandar dan Kurniawan (2018), yakni: *Activities* (kegiatan), *Interest* (minat), dan *Opinion* (pendapat).

Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Faktor-faktor ini sangat juga mempengaruhi pembentuk gaya hidup. Faktor eksternal dijelaskan sebagai berikut :

(1). Kelompok referensi. Kelompok referensi adalah kelompok orang-orang yang dianggap mampu dan memiliki pengetahuan untuk memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku seseorang, pengaruh yang diberikan bisa bersifat langsung dan tidak langsung, masukan dari kelompok referensi bisa mempengaruhi persepsi seseorang terhadap suatu produk sehingga akhirnya membentuk gaya hidupnya. (2). Keluarga. Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Oleh karena itu masukan dari keluarga berupa nasihat dan cerita mengenai pengalaman akan mempengaruhi gaya hidup seseorang, budaya salah satu anggota keluarga dapat menjadi kebiasaan bagi anggota keluarga lainnya yang mengamati setiap harinya, tidak heran jika ada saudara yang memiliki gaya hidup yang sama dengan kita. (3). Kelas Sosial. Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. (4). Kebudayaan. Kebudayaan bisa meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang membentuk gaya hidup seseorang dan akhirnya membuat pemasar mudah untuk mengidentifikasi apakah kelompok konsumen dengan kebudayaan tersebut cocok dengan produknya atau tidak. Menurut (Mandey & L, 2009).

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu: (a). Usia. Usia sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang mewah. Pada usia produktif, seseorang selalu mempunyai ambisi untuk mampu membeli produk yang mereka inginkan dengan citra merek yang baik. (b). Pengalaman. Pengalaman juga sangat mempengaruhi seseorang untuk memiliki gaya hidup yang tinggi. Pengalaman dari orang lain yang menggunakan barang yang sama sangat berpengaruh kepada konsumen, kemudian pengalaman yang dibuat oleh merek suatu produk juga akan berpengaruh pada minat beli konsumen. (c). Ekonomi. Tingkat ekonomi jelas menjadi faktor seseorang untuk menentukan gaya hidup. Karena dengan tingkat ekonomi yang tinggi konsumen akan memiliki ambisi untuk membeli produk dengan brand image yang bagus. (d). Lingkungan. Lingkungan yang sangat berperan untuk mempengaruhi seseorang untuk membeli produk yang bagus. Pengalaman keluarga dan kerabat menggunakan produk yang sama selalu menjadi referensi konsumen untuk menggunakan produk yang sama. (e). Kebutuhan. Bagi kalangan yang memiliki gaya hidup menengah keatas, kebutuhan merupakan alasan terakhir konsumen untuk membeli produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya..

Sedangkan Wahyudi (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak didasari pemikiran dan pertimbangan yang rasional. Akan tetapi, lebih kepada adanya unsur matrealistik, hasrat yang tidak terkendali untuk memiliki benda mewah dan berlebihan, serta sesuatu yang

dianggap paling mahal sebagai pemenuhan hasrat kesenangan semata. Pendapat lain dikemukakan oleh Sumartono dalam Astuti (2013) menyatakan perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai tindakan pemakaian produk yang tidak lagi didasari oleh pertimbangan rasional, melainkan karena keinginan pada taraf yang tidak rasional.

Nitisusastro (2012), mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pada konsumsi produk, jasa maupun ide dengan harapan dapat memenuhi kebutuhan. Apabila perilaku konsumtif terus menerus terjadi maka akan mengakibatkan kondisi keuangan menjadi tidak terkontrol selain itu akan menimbulkan tindakan pemborosan dan mengakibatkan penumpukan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau terus menerus (Astuti, 2013).

Perilaku konsumtif belanja online pada masyarakat merupakan tindakan dalam membeli barang tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu dan tidak didasarkan ada faktor kebutuhan. Dimana masyarakat dalam melakukan aktivitas belanja online hanya semata-mata didasarkan oleh keinginan untuk memiliki produk-produk online yang disukainya tanpa memikirkan asas guna barang tersebut. Di dalam perilaku konsumtif belanja online beberapa hal yang menunjukkan perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut: (a). Belanja untuk menjaga penampilan diri. Penampilan diri merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Setiap individu tentu saja ingin selalu tampil serasi dan menarik agar disukai oleh orang lain. Oleh karena itu setiap orang selalu mengupayakan berbagai cara untuk menjaga serta menunjang penampilan dirinya.

Terutama dikalangan mahasiswa khususnya masyarakat, (b). Belanja karena adanya diskon (Potongan Harga). Diskon adalah sistem potongan harga yang dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli, sehingga harga yang ditawarkan berkurang. Oleh sebab itu konsumen lebih diuntungkan dengan adanya diskon. Dengan alasan ingin berhemat banyak masyarakat khususnya ibu rumah tangga maupun anak muda suka memburu barang-barang yang diberi diskon. Masyarakat sadar ataupun tidak, dengan adanya diskon mereka belanja melebihi kebutuhan atau berlebihan, hal inilah yang menjadikan masyarakat berperilaku boros, alasannya karena ketika masyarakat belanja online masyarakat tidak lagi fokus pada kebutuhannya melainkan hanya terfokus pada tawaran diskon yang diberikan, sehingga terkadang masyarakat sering kehabisan uang walaupun masih awal bulan, hal inilah yang menjadikan masyarakat berperilaku konsumtif dalam belanja online. (c) Belanja karena mengikuti trend fashion. Trend adalah segala sesuatu yang sedang dibicarakan, disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu. Kecenderungan untuk memiliki barang-barang baru yang sedang populer menjadi salah satu ciri khas masyarakat saat ini. Saat ini berperilaku konsumtif dalam belanja online untuk mengikuti trend fashion dimana masyarakat saat ini mengikuti hal-hal yang berkaitan dengan perkembangan zaman yang sedang booming di masyarakat, hal ini nampak pada perilaku masyarakat yang membeli dan memakai barang-barang online yang sedang trend contohnya seperti memakai tas selempang merek Marc Jacob, Supreme, Chanel dan barang-barang online lainnya. (d). Belanja karena terpengaruh iklan. Iklan merupakan salah satu strategi pemasaran yang digunakan oleh produsen untuk

memikat konsumen, agar tertarik membeli produk yang diiklankan. Iklan tersebut ditunjang oleh orang-orang terkenal seperti selebriti yang mempromosikan barang-barang seperti pakaian, jilbab, tas, bahkan kosmetik. Perilaku masyarakat yang terpengaruh iklan tercermin pada perilaku masyarakat yang belanja online dengan membeli dan memakai barang-barang seperti yang dikenakan oleh selebriti. Karena masyarakat menganggap bahwa apapun yang dikenakan oleh selebriti merupakan kemajuan. Oleh karena itu mereka akan mengupayakan untuk bisa tampil sesuai dengan apa yang dikenakan oleh selebriti.

Faktor-faktor yang mendorong Perilaku Konsumtif Belanja Online faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut : (1). Motivasi. Belanja merupakan dorongan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi dimana kebutuhan konsumsi harus terpenuhi agar terjadi keseimbangan. Namun saat ini konsumsi yang dimaksud bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata. Konsumsi yang sebenarnya menurut kajian ekonomi adalah mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan, tetapi saat ini apabila dilihat dari kacamata sosiologis konsumsi yang dimaksud bukan hanya sekedar konsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau pemenuhan kebutuhan akan tetapi yang dimaksud yaitu konsumsi kepuasan dan keinginan. Hal ini nampak pada perilaku masyarakat dalam aktivitas belanja online dimana saat ini ketika belanja masyarakat lebih condong pada keinginan belanja produk-produk online yang disukainya dan tidak lagi didasarkan atas kebutuhan. (2). Persepsi mengenai belanja *online*, media belanja online saat ini sedikit banyak mampu mengubah pola konsumsi masyarakat khususnya dimana masyarakat menganggap

bahwa belanja online merupakan media yang memudahkan dalam pemenuhan konsumsi, sehingga masyarakat tidak perlu keluar rumah untuk ke mall, tidak perlu biaya ongkos karena juga faktor kesibukan atau banyaknya aktivitas kampus sehingga mereka tidak sempat, jadi masyarakat lebih memilih belanja online sebagai alternative belanja mereka. Masyarakat menganggap banyak manfaat yang diperoleh dari belanja Online seperti kemudahan serta kenyamanan dalam belanja, sehingga keinginan untuk belanja barang-barang *online* terus ada.

Faktor Eksternal, adapun faktor Eksternal yang mendorong perilaku konsumtif belanja online yaitu sebagai berikut : (1). Kebiasaan masyarakat. Kebiasaan adalah tindakan yang lazim atau umum yang dilakukan oleh masyarakat, dimana kebiasaan pada masyarakat menjadi faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang, terutama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku pembelian. Terkait dengan kebiasaan atau gaya hidup masyarakat dengan aktivitas yang dilakukannya, seperti dalam hal belanja online. Belanja online sudah dapat dikatakan sebagai kebiasaan masyarakat dewasa ini. Hal ini tercermin pada perilaku masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan konsumsinya. Dalam pemenuhan kebutuhan serta keinginan, belanja secara Online dinilai lebih praktis dan efisien sehingga masyarakat saat ini cenderung menggunakan sistem belanja online dalam belanja, hal ini yang memberikan pengaruh kepada orang lain ikut melakukan aktivitas belanja secara online. (b). Kelompok Pertemanan. Kelompok pertemanan merupakan tempat individu-individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka. Dalam interaksi lingkup pertemanan dan persahabatan berpengaruh dalam pembentukan kepribadian, identitas serta gaya

hidup seseorang. Dalam aktivitas belanja online, masyarakat saat ini cenderung memiliki teman yang hobi belanja sehingga hal ini dapat menimbulkan rasa ingin meniru dan memiliki apa yang dimiliki juga oleh temannya. Hobi belanja ini timbul karena mengikuti teman-teman. Setiap kali melihat teman mempunyai barang baru, maka masyarakat ikut membelinya. Oleh sebab itu kelompok pertemanan menjadi faktor yang mendorong mahasiswa untuk ikut serta dalam aktivitas belanja *online*.

2.1.3 Indikator Gaya Hidup Konsumtif, Belanja Online

Terdapat 7 (tujuh) indikator gaya hidup konsumtif belanja online seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey & L, 2009) : (a). Kegiatan (*Activity*) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. (b) Minat (*Interest*) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. (c). Opini (*Opinion*) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. (d) budaya,

terdiri dari budaya sebagai penentu keinginan dan perilaku, sub budaya dan kelas sosial. (e) sosial, terdiri dari kelompok acuan, keluarga, peran dan status. (f) pribadi, terdiri dari usia dan daur siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. (g) psikologis, terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran dan keyakinan dan sikap.

Pengukuran gaya hidup konsumtif dapat dilakukan dengan *psikografik* (*psychographic*). Menurut (Samarwan, 2011), *psikografik* adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup yang bisa memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Analisis psikografik biasanya digunakan untuk melihat segmen pasar dan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan dan aktivitas lainnya. Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran *AIO* (*activity, interest, opinion*) atau pernyataan untuk menggambarkan aktifitas, minat, dan opini konsumen.

2.1.4 Perilaku Pengelolaan Keuangan (*Financial Management Behavior*)

Finance Behavior (perilaku keuangan) adalah keterlibatan perilaku yang ada pada diri seseorang yang meliputi emosi, sifat, kesukaan dan berbagai macam hal yang melekat dalam diri manusia sebagai makhluk intelektual dan sosial yang berinteraksi dan melandasi munculnya keputusan melakukan suatu tindakan, menurut (Ricciard V. and Simon H, 2000). Menurut (Nofsinger 2005), mendefinisikan perilaku keuangan yaitu mempelajari bagaimana manusia secara *actual* berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan (*financial setting*).

Financial Management Behavior berhubungan dengan tanggung jawab keuangan seseorang mengenai cara pengelolaan keuangan mereka. Tanggung jawab keuangan adalah proses pengelolaan uang dan asset lainnya dengan cara yang dianggap produktif. Munculnya *Financial Management Behavior*, merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Kegiatan utama dalam pengelolaan perencanaan keuangan adalah proses penganggaran. Adapun tujuan anggaran adalah untuk memastikan bahwa seorang individu mampu mengelola kewajiban keuangan secara tepat dan bijak dengan menggunakan pendapatan yang diterima dalam periode yang sama. Perilaku pengelolaan keuangan yang baik dapat dinilai dari bagaimana seseorang mengelolah anggaran, menghamat uang, dan mengontrol pengeluaran serta berinvestasi jika memungkinkan. Komponen pengelolaan keuangan yang baik yaitu: mengontrol pengeluaran membayar tagihan tepat waktu, merencanakan keuangan untuk masa depan, menabung, dan dapat mencukupi kebutuhan keluarga. Pengelolaan keuangan yang baik dilakukan untuk jangka panjang dan pendek.

Dalam melakukan pengelolaan keuangan haruslah ada perencanaan keuangan untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Media pencapaian tujuan tersebut dapat melalui tabungan investasi, atau pengalokasian dana. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, maka tidak akan terjebak pada perilaku berkeinginan yang tak terbatas (Silvy 2013).

Perilaku keuangan juga menjadi gambaran bagaimana seseorang bersikap ketika dihadapkan dengan keputusan keuangan yang harus diambilnya.

Seseorang yang mampu mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya tidak akan mengalami kesulitan di masa depan dan memperlihatkan perilaku yang sehat sehingga mampu menentukan skala prioritas tentang apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya (Chinen & Hideki, 2012).

Salah satu konsep penting dalam ilmu keuangan adalah *financial management behavior*. *Financial management behavior* ini berhubungan dengan perilaku seseorang dalam membelanjakan uangnya. Kholilah dan Iramani (2013), mendefinisikan *financial management behavior* adalah kemampuan seseorang dalam mengatur dana keuangan sehari-hari. Munculnya perilaku pengelolaan keuangan merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh. Herawati (2015), mendefinisikan bahwa perilaku keuangan mahasiswa adalah perilaku mengelola keuangan pribadinya dalam hal mengatur penggunaan uang saku yang diberikan orang tua dengan lebih bijak. Hilgert et al. (2002), menjelaskan bahwa perilaku keuangan seseorang akan tampak dari seberapa bagus seseorang mengelola tabungan dan pengeluaran-pengeluaran lainnya.

Dari beberapa pengertian yang dikemukakan di atas, dapat diambil simpulan bahwa perilaku pengelolaan keuangan adalah tindakan seseorang dalam menggunakan atau memanfaatkan keuangan yang dimilikinya secara efektif untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. *Financial management behavior* ini harus mengarah pada perilaku yang bertanggung jawab sehingga semua keuangan dapat dikelola dengan baik dan terhindar dari masalah-masalah keuangan. Tindakan

ini seperti kemampuan berhati-hati dalam menggunakan uang yang dimiliki seseorang agar uang tersebut dapat digunakan dengan semestinya.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi *Financial Management Behavior*. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Selcuk (2015) berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan yaitu: (a). *Financial literacy* (literasi keuangan) yaitu pengetahuan dan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan. (b). *Financial socialization agents* (agen sosialisasi keuangan) yaitu orang-orang yang melakukan interaksi untuk memperoleh keterampilan dan informasi mengenai keuangan. (c). *Attitude toward money* (sikap terhadap uang) yaitu sikap atau pendapat seseorang terhadap uang yang dimiliki.

Faktor yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu seperti proses belajar dan kontrol diri. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor yang berasal dari luar misalnya iklan, keluarga, dan lingkungan. Arifin dan Irene (2017), mengatakan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan pribadi meliputi pengetahuan keuangan, kontrol keuangan, dan pendapatan. Herawati (2015), juga mengatakan terdapat kontribusi pembelajaran diperguruan tinggi dan literasi keuangan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan.

Nababan dan Sadalia (2012) mengemukakan indikator *financial management behavior* sebagai berikut: Membayar tagihan tepat waktu, Membuat anggaran pengeluaran dan belanja, Mencatat pengeluaran dan belanja (harian, bulanan, dan

lain-lain), Menyediakan dana untuk pengeluaran tidak terduga, Menabung secara periodik, Membandingkan harga antar toko.

Marsh A. (2006), mengatakan bahwa dimensi perilaku pengelolaan keuangan diukur dengan menggunakan empat indikator yaitu sebagai berikut: (a). Perilaku mengorganisasi. Ini berkaitan dengan tindakan masyarakat untuk melaporkan sejauh mana masyarakat mengatur uang sesuai dengan anggarannya yang dapat digunakan selama satu bulan, mempertahankan catatan keuangan, dan memeriksa buku catatan keuangan. Anggaran merupakan pernyataan formal yang dibuat oleh manajemen tentang pelaksanaan rencana-rencana masa akan datang pada periode tertentu (Handayani, 2011). Anggaran digunakan sebagai pedoman dalam pelaksanaan kegiatan selama periode tertentu. (b). Perilaku pengeluaran. Ini berkaitan dengan kegiatan atau kebiasaan penggunaan dana yang dilakukan masyarakat setiap bulannya. masyarakat ditanya tentang sejauh mana mereka membayar tagihan tepat waktu, membeli hal-hal yang benar-benar dibutuhkan, dan membeli hal-hal yang hanya untuk membuat diri masyarakat merasa lebih baik atau membeli hal-hal sesuai dengan keinginan. (c). Perilaku manabung, yaitu simpanan yang dapat digunakan saat ada kebutuhan mendesak. Skala perilaku manabung dirancang untuk mengukur sejauh mana masyarakat melakukan praktik manabung. (d). Perilaku pemborosan. Ini berkaitan dengan pengeluaran uang seharusnya tidak dibutuhkan oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian di atas, maka indikator yang digunakan untuk variabel perilaku pengelolaan keuangan pada penelitian ini berdasarkan pendapat dari Marsh (2006) yaitu antara lain perilaku mengorganisasi, perilaku pengeluaran,

perilaku menabung, dan perilaku pemborosan. Pemilihan indikator tersebut dipilih sesuai dengan kondisi masyarakat dan diyakini dapat mendukung dan mempunyai perasaan besar dalam perilaku pengelolaan keuangan masyarakat. Pendidikan keuangan di keluarga. Pengertian pendidikan keuangan di keluarga, Pendidikan sangat berperan penting dalam pembentukan literasi finansial baik pendidikan informal (keluarga) maupun pendidikan formal (sekolah atau perguruan tinggi).

Pendidikan adalah suatu proses untuk mengubah manusia dari unsur-unsur kognitif, afektif, dan psikomotor bahwa ketika pendidikan keuangan dilaksanakan dengan baik, tentu saja meningkatkan literasi keuangan. Literasi keuangan mulai dikenal anak ketika tumbuh di lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga adalah tempat dimana seseorang menerima pembelajaran awal sebelum seorang mahasiswa mengenal dunia perguruan tinggi.

2.1.5 Indikator Perilaku Pengelolaan Keuangan

Financial Management Behavior seseorang dapat dilihat dari empat indikator Yaitu : 1). *Consumption* (Konsumsi) adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas berbagai barang dan jasa. *Financial Management Behavior* seseorang dapat dilihat dari bagaimana melakukan kegiatan konsumsinya seperti apa yang dibeli seseorang dan mengapadai membelinya. 2). *Cash-flow management* (Arus kas) adalah indikator utama dari kesehatan keuangan yaitu ukuran kemampuan seseorang untuk membayar segala biaya yang dimilikinya. Manajemen arus kas yang baik adalah tindakan peyeimbangan, masukan uang tunai dan pengeluaran. *Cash flow management* dapat diukur dari apakah seseorang membayar tagihan tepat

waktu, memperhatikan catatan atau bukti pembayarandan membuat anggaran keuangan dan perencanaan masa depan. 3). *Saving and investment* (Tabungan) dapat didefenisikan sebagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam periode tertentu. Karena seseorang tidak tahu apa yang akan terjadi di masa depan. Uang harus disimpan untuk membayar kejadian tak terduga. Investasi yakni mengalokasikan atau menanamkan sumber daya saat inidengan tujuan mendapatkan manfaat di masa mendatang. 4). *Credit management* ,Komponen terakhir dari *Financial Management Behavior* adalah *Credit management* atau manajemen utang. Manajemen utang adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan utang agar tidak membuat atau pemanfaatan utang untuk meningkatkan kesejahteraanya.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu terkait dengan pengaruh materialisme dan literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan keluarga di tabel

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, Tahun dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
1.	Deasy Lestary Kusnandar, Dian Kurniawan. 2018 “Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya.”	penelitian kuantitatif	Literasi Keuangan (X1) Gaya Hidup (X2) Perilaku Keuangan (Y)	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya. Sedangkan literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya dan gaya hidup mampu memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan Ibu rumah tangga di kota Tasikmalaya,
2.	Chairani, 2019.”Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.”	penelitian kuantitatif	Literasi Keuangan(X1) Dan Gaya Hidup (X2) Perilaku Keuangan (Y)	Hasil penelitian ini adalah variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.

				Sedangkan variabel gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UMSU.
3.	Rizky Anugrah, 2018, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat "	penelitian kuantitatif	Literasi Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2), Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap niat, sedangkan sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat. Selanjutnya, literasi keuangan, sikap keuangan dan niat secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat.

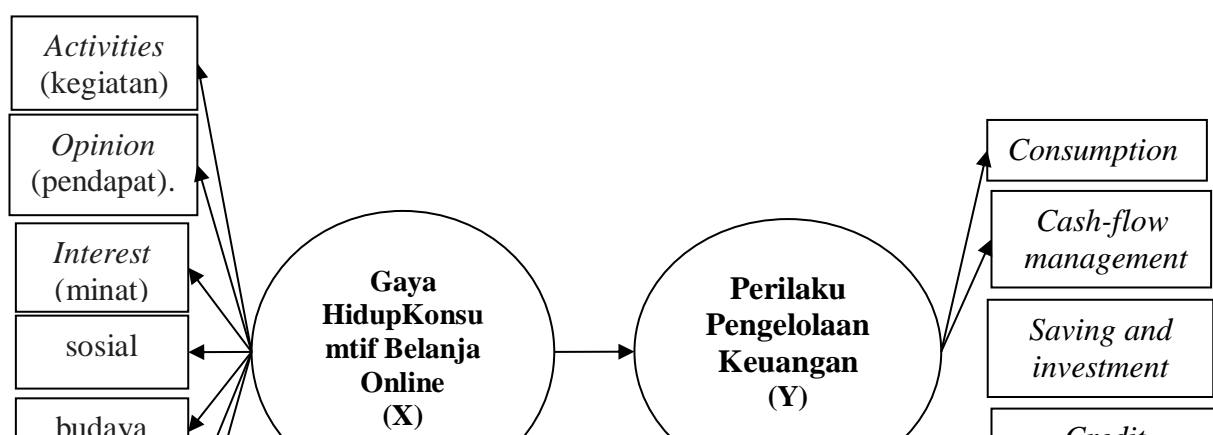
4.	<p>Mis Alul Baroroh, 2019, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Santri Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang.”</p>	<p>penelitian kuantitatif</p>	<p>Literasi Keuangan (X1), Gaya Hidup (X2) Dan Pendapatan (X3) Perilaku Manajemen Keuangan (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan santri di Pondok Pesantren Madrosatul Qur’anil Aziziyah Semarang.</p>
5.	<p>Cici Nur Laily Maulida, 2018, “Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Pengelolaan Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga Di Surabaya”</p>	<p>penelitian kuantitatif</p>	<p>Gaya Hidup (X1), Sikap Pengelolaan Keuangan (X2) Dan Pengetahuan Keuangan (X3), Perencanaan Keuangan (Y)</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, sikap pengelolaan keuangan, dan pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap keuangan keluarga. perencanaan</p>
6.	<p>Muhammad Ali Jibrani Qamar, Muhammad Asif Nadeem Khemta*, Hassan Jamil (2016) “Pengaruh Financial attitude dan financial knowledge terhadap Personal Financial Management Behavior”</p>	<p>penelitian kuantitatif</p>	<p>Y: Financial Management Behavior X1: Financial attitude X2: financial knowledge X3: Financial self efficacy</p>	<p>Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Financial attitude dan financial knowledge memiliki dampak positif yang signifikan pada Personal Financial Management</p>

				Behavior dari orang dewasa muda. Financial knowledge dan Financial self-efficacy memiliki dampak moderat positif pada hubungan uang sikap & perilaku pengelolaan keuangan pribadi
7.	Besa Shahini (2017) “pengaruh financial literacy terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi”	penelitian kuantitatif	Y: Financial Management Behavior X1: financial literacy X2: education X3: income	Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa financial literacy memiliki dampak positif yang signifikan pada perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Sedangkan education dan income memiliki dampak positif pada perilaku pengelolaan keuangan pribadi.
8	Venny Aprilia Hidayat (2018) “pengaruh Pendidikan keuangan di keluarga dan Teman sebaya terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa”	penelitian kuantitatif	Y: Financial Management Behavior X1: Pendidikan Keuangan di	Berdasarkan hasil uji dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Pendidikan

			Keluarga X2: Teman sebaya	keuangan di keluarga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan 2. Teman sebaya berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka pikir adalah gambaran tentang hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Kerangka pikir diuraikan oleh jalan pikiran menurut kerangka yang logis. Berdasarkan landasan teori dan tinjauan pustaka yang ada, maka kerangka pemikiran teoritis dari penelitian ini disajikan dalam gambar sebagai berikut





Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Sumber : Mandey & L, (2009), Rangkuti (2017), Marsh (2006), Rangkuti (2017), Samarwan, (2011),

2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:27) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian atau rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka. Secara teknis, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari contoh (sample) penelitian. Juga dapat di pandang sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.

Dengan melihat pada permasalahan yang telah dikemukakan, maka penulis mencoba menarik hipotesis sebagai berikut:

Hubungan Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online terhadap Perilaku pengelolaan keuangan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya tentang pengaruh gaya hidup konsumtif belanja yaitu Chairani (2018), Mis Ulul Baroroh (2019), menemukan bahwa Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online berpengaruh signifikan terhadap Perilaku pengelolaan keuangan masyarakat Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Alamanda (2018) menemukan bahwa hasil pengujian hipotesis Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku pengelolaan keuangan masyarakat.

H: Di duga bahwa Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online berpengaruh signifikan terhadap Perilaku pengelolaan keuangan masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder (ADS). Analisis Data Sekunder merupakan suatu metode dengan memanfaatkan data sekunder sebagai sumber data utama. Memanfaatkan data sekunder yang dimaksud yaitu dengan menggunakan sebuah teknik uji statistik yang sesuai untuk mendapatkan informasi yang diinginkan dari tubuh materi atau data yang sudah matang yang diperoleh pada instansi atau lembaga tertentu kemudian diolah secara sistematis dan objektif. Metode penelitian kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2012:8) yaitu “metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan”.

Data hasil analisis dalam kuantitatif biasanya disajikan menggunakan table, table distribusi frekuensi grafik garis atau batang, piechart (diagram lingkaran) dan pictogram. Untuk pembahasan terhadap hasil penelitian akan menyertakan penjelasan yang mendalam dan interpretasi terhadap data-data yang telah disajikan untuk kemudian menghasilkan kesimpulan yang berisikan jawaban singkat terhadap rumusan masalah berdasarkan data yang telah terkumpul. Sedangkan untuk penelitian deskriptif yang digunakan ini bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, analisis dan menginterpretasikan kondisi-kondisi

yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi saat ini dan melihat kaitan antara variabel yang ada.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Adapun waktu yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian ini yaitu selama kurang lebih dua bulan

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lokasi yang menjadi sampel sehingga peneliti memperoleh data secara langsung dan jelas. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui pengiriman kuesioner kepada responden.

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh dari pendapat dan persepsi Masyarakat Desa Lampuawa yang berada di Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Dengan cara menjawab item-item pertanyaan dalam kuesioner yang mewakili variabel-variabel yang akan diukur.

3.4 Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal minat yang ingin peneliti teliti/dikaji. Populasi dari penelitian ini Masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

Sampel adalah sebagian dari populasi, Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive proportional random sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012 : 68). Jumlah populasi yang demikian banyak tidak memungkinkan untuk diamati keseluruhan secara detail, oleh karena itu populasi yang diambil hanya sebagian kecil anggota yang disebut dengan sampel. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini antara lain : 1. Merupakan warga desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju, 2. Berusia maksimal lima puluh lima tahun 3. Berpenghasilan, 4. Pernah menggunakan media online dalam berbelanja minimal lima kali. Dari kriteria tersebut sehingga diperoleh yang memenuhi kriteria sebanyak 100 responden dari 2.150 jumlah penduduk.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian adalah penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah yang dimaksudkan untuk memperoleh data primer yaitu melalui : Kuesioner (*Questionnaire*), yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan terkait dengan objek yang akan diteliti, kepada pihak yang berwenang yang berhubungan dengan objek yang diteliti.

3.5.1 Deskripsi Data

Responden dalam penelitian ini adalah Masyarakat Desa Lampuawa kecamatan Sukamaju. Pada Penelitian ini, peneliti mendapatkan data melalui penyebaran kuesioner pada masyarakat Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju sebanyak 100 eksamplar dan diberikan kepada Masyarakat Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu utara yang menjadi sampel dalam

penelitian ini. Jumlah Kuesioner yang dikembalikan dan dapat digunakan sebanyak 100 eksamplar, atau tingkat pengembalian data kuesioner sebanyak 100%. Adapun rincian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1
Pengumpulan Data Primer Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Presentase (%)
1	Distribusi kuesioner	100	100%
2	Kuesioner Kembali	100	100%
3	Kuesioner cacat/tidak kembali	0	0%
4	Kuesioner yang dapat diolah	100	100%
n sampel yang kembali = 100 $\text{Responden rate} = \frac{100}{100} \times 100\%$ $= 100\%$			

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

3.5.2 Deskripsi Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian dan hubungan yang ada antar variabel dalam penelitian ini. Data deskriptif responden menggambarkan kondisi responden sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.2.1 Jenis kelamin Responden

Sebanyak 100 Masyarakat Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu utara berhasil dikumpulkan sebagai responden dalam penelitian

ini. Demografi responden dapat diklasifikasi berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut

Table 3.2
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	35	35%
2	Perempuan	65	65%
3	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Dari tabel 3.2 tentang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 35 orang atau sekitar 35% dari keseluruhan jumlah responden dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang atau sekitar 65% dari keseluruhan jumlah responden.

3.5.2.2 Usia Responden

Tabel 3.3
Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentase (%)
18-25	28	28
26-40	40	40
41-50	20	20
51- 55	12	12
Total	100	100

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Dari tabel 3.3 tentang karakteristik responden berdasarkan usia, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 28 orang atau sekitar 28% dari keseluruhan jumlah responden, responden yang berusia 26-40 tahun

sebanyak 40 orang atau sekitar 40% dari keseluruhan jumlah responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 20 orang atau sekitar 20% dari keseluruhan jumlah responden dan responden yang berusia 51 sampai 55 tahun sebanyak 12 orang atau sekitar 12%.

3.5.2.3 Pekerjaan

Tabel 3.4

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Jenis pekerjaan	Frekuensi	Presentase %
Ibu rumah tangga	40	40%
Wiraswasta	20	20%
Karyawan swasta	20	20%
Pns	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data primeryang diolah (2022)

Dari tabel 3.4 tentang karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 40 orang dengan presentasi 40%, wiraswasta sebanyak 20 orang dengan presentasi 20 %, karyawan swasta sebanyak 20 orang dengan presentasi 20%, pegawai negeri sipil (PNS) sebanyak 20 orang dengan presentasi 20%

3.5.2.4 Pendapatan

Tabel 3.5

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan/bulan	Frekuensi	Presentasi%
------------------	-----------	-------------

<1.000.000	40	40%
1.000.000-2.000.000	35	35%
>3.000.000	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2022)

Pada tabel 3.5 di atas menunjukkan bahwa pendapatan perbulan sebagian pendapatan responden adalah kurang dari Rp 1.000.000 yaitu sebanyak 40 orang atau 40%. Kemudian responden yang berpenghasilan 1.000.000-2.000.000 yaitu sebanyak 35 orang atau 35%. Pendapatan lebih dari 3.000.000 ada 25 orang atau 25%.

3.6 Defenisi Operasional

3.6.1 Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online

Gaya Hidup konsumtif Belanja Online adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang individu yang tidak didasari pemikiran dan pertimbangan yang rasional. Akan tetapi, lebih kepada adanya unsur matrealistik, hasrat yang tidak terkendali untuk memiliki benda mewah dan berlebihan, serta sesuatu yang dianggap paling mahal sebagai pemenuhan hasrat kesenangan semata.

3.6.2 Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)

Perilaku Pengelolaan Keuangan adalah dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh.

3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Sapar (2017: 56) validitas atau tingkat ketepatan adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur apa yang ingin diukur. Setelah data dikumpulkan, maka pengujian validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor-skor setiap item pertanyaan dengan skor total. Untuk mengetahui item pernyataan mana saja yang valid, dapat dilihat pada tabel dimana Kriteria sebuah item pernyataan dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Sapar (2017: 60) reliabilitas adalah tingkat penelitian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *cronbach's alpha* instrument dari masing-masing yang diuji. dengan kriteria apabila *cronbach's alpha* diatas 0,60 maka pernyataan tersebut reliabel.

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Metode analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Regresia linear dimana analisis regresi sederhana digunakan menguji hipotesis yang mengukur kekuatan hubungan antara variabel independent dan variabel dependent. Dimana regresi liner sederhana menggunakan rumus yaitu:

Dalam rumus regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Pengelolaan Keuangan

X = Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

e = Standar *Error*

3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kombinasi variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen.

Nilai koefisien determinasi lihat dari R^2

3.8.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan pengaruhnya terhadap variabel dependent

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Luwu Utara adalah salah satu daerah Kabupaten di Provinsi Sulawesi Selatan. Ibu Kota Kabupaten ini terletak di Masamba. Kabupaten Luwu Utara yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 19 tahun 1999 dengan Ibu Kota Masamba merupakan pecahan dari Kabupaten Luwu. Saat pembentukan Daerah ini memiliki luas 14.447,56 km² dengan jumlah penduduk 442.472 jiwa. Dengan terbentuknya Kabupaten Luwu Timur maka saat ini luas wilayahnya adalah 7.502,58 km².

Kabupaten Luwu Utara terdiri dari 12 Kecamatan, salah satunya adalah Kecamatan Sukamaju. Di Kecamatan Sukamaju terdapat 14 Desa yaitu Desa Sukamaju, Lampuawa, Tolangi, Tulungsari, Minanga Tallu, Tamboke, Kaluku, Salulemo, Saptamatga, Sukadamai, Mulyasari, Wonosari, ketulungan, dan Desa Tulung Indah. Lokasi penelitian dilakukan di Desa Lampuawa yang memiliki luas wilayah 16 Km², dengan batas-batas sebagai berikut:

Sebelah Utara berbatasan dengan	: Desa Uraso Kec Mappedeceng
Sebelah Timur berbatasan dengan	: Desa Minanga Tallu
Sebelah Selatan berbatasan dengan	: Desa Minanga Tallu
Sebelah Barat berbatasan dengan	: Desa Uraso Kec Mappedeceng

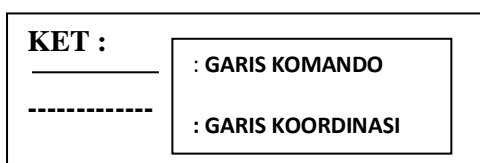
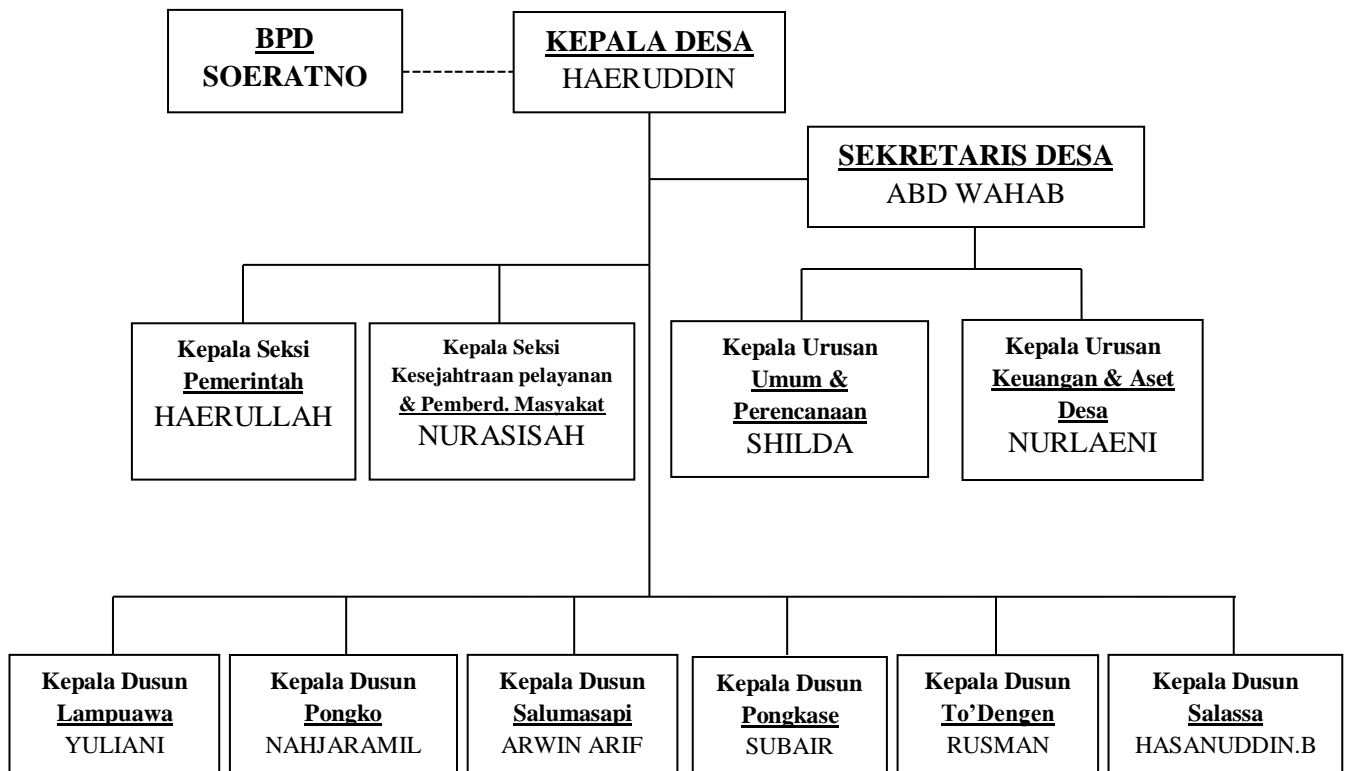
4.1.1 Keadaan Demografis Desa Lampuawa

Desa Lampuawa memiliki jumlah penduduk sebanyak 2.150 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 1.082 dan jumlah perempuan sebanyak 1.068 dan terbagi menjadi 634 kepala keluarga. Penduduk Desa lampuawa terdiri dari berbagai suku yakni suku Bugis, Jawa, Bali, Makassar, Tator Dan Luwu, namun begitu tidak menghalangi persaudaraan, persatuan dan kesatuan, bahkan perbedaan ini menjadikan rahmat tersendiri bagi warga Desa Lampuawa.

4.1.2 Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI PEMERINTAH

DESA LAMPUAWA



Gambar 4.1

STRUKTUR ORGANISASI

4.2 Deskripsi Statistik

Deskripsi Statistik berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagai mana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum Sugiono (2012: 21). Analisis statistik deskriptif ini meliputi tabel, grafik, rata-rata (mean), standar deviasi, nilai maksimum, nilai minimum, dan jumlah penelitian sehingga penelitian ini menggunakan statistik deskriptif.

4.3 Pembahasan dan Deskripsi Hasil Penelitian

“Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju.”

Gaya hidup seseorang akan menentukan bagaimana cara mereka mengelola keuangannya. Fenomena gaya hidup konsumtif bagi masyarakat dapat dikatakan segala sesuatu yang serba instan, mengutamakan keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan, tidak menghargai sebuah proses sebelum terjadinya satu pencapaian tertentu dan juga tidak dibarengi dengan perencanaan keuangan yang baik maka akan memicu perilaku konsumtif yang dapat merugikan diri sendiri dimasa yang akan datang. Gaya hidup konsumtif yang dilakukan terus menerus tanpa ada pengendalian diri akan menimbulkan dampak negatif di masa depan. Oleh sebab itu setiap individu harus bisa menyetarakan gaya hidup dan pemahaman pengelolaan keuangan agar terhindar terjadinya perilaku konsumtif yang akan merugikan diri sendiri.

Menurut Survei terbaru lembaga riset Snapcart mengungkapkan bahwa generasi millennial menjadi pembelanja terbanyak di bidang e-commerce yakni sebanyak 50 persen (25-34 tahun) jika di gabung dengan generasi (17-24) maka jumlah pembelanjaan dari generasi muda mencapai sekitran 80 %, jadi anak muda usia 17-24 Tahun mendominasi 80 persen dari pengguna e-commerce, mengapa demikian karna generasi milenial dan generasi z adalah generasi pertama yang melihat internet sebagai penemuan yang hebat dan mengubah segalanya.

Sedangkan setelah di lakukan penelitian ini Pandangan orang terhadap belanja online berdasarkan umur mulai dari generasi z atau muda umur 17-24 sampai generasi milenial umur 25-35 semua sama saja, menurut masyarakat belanja online bisa memudahkan masyarakat untuk membeli dan mendapatkan apa yang diinginkan tanpa harus membuang waktu dan tenaga, selain itu berbelanja secara online juga memberikan banyak promo untuk menarik pelanggan, belanja online juga mempunyai varian barang yang lebih lengkap karena pelaku bisnis online datang dari seluruh Indonesia, bahkan penjuru dunia, masyarakat bisa mencari barang darimana saja, hingga mancanegara sekalipun bahkan dengan belanja online masyarakat bisa dengan mudah membandingkan harga barang, sedangkan belanja produk yang diinginkan di toko konvensional, tentu akan sulit untuk membandingkan satu produk dengan produk lainnya. Lain halnya dengan di toko online, masyarakat tinggal membuka beberapa toko online sekaligus mencari barang yang mau dibeli, lalu bandingkan harganya satu per satu. Bukan hanya dari segi harga jual, tapi juga bisa bandingkan promo yang sedang berlangsung di masing-masing e-commerce, sehingga mendapat penawaran terbaik.. pemilihan

pembayaran juga lebih banyak karena banyak pelaku bisnis online yang bekerja sama dengan bank dan lembaga multifinansial sebagai partner pembayaran.

Ternyata bukan hanya kalangan muda yang meminati belanja online, sebagian masyarakat di usia 41-50 tahun, bahkan ada yang berusia 55 tahun juga senang dengan belanja online. Pandangan responden pada usia 41-55 tahun ini juga hampir sama, berdasarkan penelitian menunjukan bahwa faktor yang mendominasi responden pada usia tersebut yaitu dari segi harga, produk, banyaknya promosi dan banyaknya pilihan yang menarik, meskipun sebagian dari responden di usia ini mengenal belanja online dari orang-orang terdekat mereka yang berusia yang lebih muda dan mengerti tentang teknologi online, karena pengetahuan mereka tentang cara akses belanja online lebih minim dibandingkan dengan masyarakat yang berusia lebih muda.

Hipotesis dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah terdapat pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat. Dalam pengujian secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa, variabel gaya hidup konsumtif belanja online berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara, hal ini terlihat dari pengujian hipotesis dengan nilai probabilitasnya yaitu signifikan sebesar $0,001 < 0,05$. Kondisi ini menggambarkan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif belanja online masyarakat maka akan semakin berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan Masyarakat. Gaya hidup masyarakat masih tinggi yang disebabkan pengaruh lingkungan dan orang lain, dimana kegiatan masyarakat lebih banyak

diluar sehingga kemungkinan besar berakibat gaya hidup konsumtif. Pola hidup konsumtif yang tidak proporsional yang tidak sesuai dengan kemampuan pendapatan dan kondisi maka menyebabkan pengeluaran semakin membengkak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Teori atribusi yang dikemukakan oleh (Robbins, 2006) Teori atribusi merupakan salah satu teori yang sangat sesuai digunakan untuk menjelaskan berbagai perilaku seseorang yang ada di dalam kehidupan sehari-hari. Menggunakan teori atribusi maka bisa dilakukan pengukuran terhadap perilaku yang dilakukan oleh setiap individu dalam melakukan aktivitasnya yang disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal, perilaku yang sepenuhnya oleh faktor internal adalah perilaku yang diyakini berada di bawah kendali. Perilaku yang disebabkan oleh faktor eksternal adalah perilaku yang diyakini sebagai hasil dari sebab-sebab luar atau berasal dari luar diri individu seperti pengalaman atau pengaruh sosial orang lain. Sehingga, faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang dalam bertindak diantaranya ada faktor-faktor sosial yang mempengaruhi seseorang sehingga membentuk karakter dalam diri orang tersebut misalnya dari lingkungan keluarga, teman, pendidikan dan media disekitarnya.

Gaya hidup konsumtif merupakan salah satu aspek internal dalam diri individu, gaya hidup konsumtif dapat memberikan respon positif atau negatif pada pencapaian tujuan hidupnya. Setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut harus memiliki motivasi yang tinggi. Maka dari itu, seseorang juga harus meningkatkan kualitas hidupnya, agar kebutuhannya terpenuhi dengan baik.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chairani (2018), yang melihat pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online terhadap perilaku pengelolaan keuangan Masyarakat. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online maka semakin berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat. Begitupun dengan penelitian yang terdahulu yang dilakukan oleh Mis Alul Baroroh (2019), hasil penelitiannya membuktikan bahwa gaya hidup konsumtif belanja berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat. Deasy Lestary Kusnandar, Dian Kurniawan. (2018) yang menyatakan bahwa Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan masyarakat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kusumaningtyas et al., 2017) adanya pengaruh gaya hidup konsumtif terhadap perilaku pengelolaan keuangan secara positif dan juga pendapat Hawkins (Hariyono & Pulyadi, 2015) yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilakunya. Namun penelitian ini tidak didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Alamanda, Y (2018) Hasil penelitiannya membuktikan bahwa gaya hidup konsumtif belanja online tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H) gaya hidup konsumtif belanja online berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dilakukan yaitu mengenai pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online

terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat di Desa Lampuawa kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara maka dapat disimpulkan bahwa:

Gaya hidup konsumtif belanja online berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat di Desa Lampuawa kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

5.2 Saran

Berdasarkan evaluasi dari keterbatasan yang ada di hasil penelitian, beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk peneliti selanjutnya, antara lain :

1. Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber referensi penelitian selanjutnya yang memiliki topik dan tema yang sama.
2. Peneliti juga menyarankan jangan membetasi pengembalian sampel hanya sbeberapa daerah saja, semakin luas lingkup pengembalian sampel yang digunakan akan semakin dapat dipercaya hasil penelitian yang dihasilkan.
3. Pengumpulan data pada penelitian selanjutnya diharapkan tidak hanya sebatas penyebaran kuesioner saja tetapi dapat juga dilakukan dengan pengamatan, dokumentasi, observasi serta wawancara langsung ke objek

4. penelitian. Kehadiran peneliti pada saat responden melakukan pengisian kuesioner sebaiknya dilakukan, karena responden dapat menanyakan secara langsung butir-butir pernyataan yang tidak dipahami.

5.3 Keterbatasan

Meskipun penelitian ini telah dirancang dan direncanakan semaksimal mungkin namun masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini yang masih perlu direvisi penelitian selanjutnya antara lain:

Dari model penelitian yang digunakan, diketahui bahwa variabel penelitian yang digunakan hanya mempengaruhi variabel independen terhadap dependen sebesar 30,2% sedangkan 69,8% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Sehingga variabel penelitian yang digunakan terbatas dalam menjelaskan pengaruhnya terhadap perilaku pengelolaan keuangan.

Penelitian ini merupakan metode survei menggunakan kuesioner tanpa dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan. Keterbatasan yakni peneliti tidak bisa mengontrol jawaban responden apabila responden tidak jujur dalam menjawab pertanyaan yang diajukan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, Muhammad Khozin. 2013. Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi. *Skripsi*. IAIN Surakarta.
- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman Samarinda. *Psikoborneo*, 6 (2), 410–419
- Anugrah, Rizky. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Alauddin Makassar
- Aprilia, D., & Hartoyo. (2013). Analisis Sosiologi Perilaku Konsumtif Mahasiswa (studi pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung. *Jurnal Sosiologi*, 15(1), 72–86
- Arifin, Irene (2017). Faktor Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*. 16(11):13-14
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *E-Journal Psikologi*, 1(2), 148–156
- Baroroh, Mis Alul. 201. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Santri Di Pondok Pesantren Madrosatul Qur'anil Aziziyah Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Choirul, Syakiyah Rosada. 2020. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Pola Gaya Hidup Pada Perilaku Pengelolaan Keuangan Dengan Sikap Terhadap Uang Sebagai Variabel Mediasi. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Chairani. 2018. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan.
- Chita, R., David, L., & Pali, C. (2015). Hubungan Antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal EBiomedik*, 3(1), 297–302.

- Chrisnawati, D., & Abdullah, S. M. (2011). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah). *Jurnal Spirits*, 2(1), 1–14.
- Deasy Lestary Kusnandar, Dian Kurniawan. 2018. “Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya.” (September): 1–13.
- Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic Di Samarinda. *JMK*, Vol.21, No. 11.
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2015). Prosiding Seminar Penelitian Sivitas Akademika Unisba, 5, 80.
- Fitria, E.M. (2019). Dampak Online Shop Di Instagram
- Hariyono, & Pulyadi. (2015). Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Jurnal Psikologi Universitas Mulawarman*, 3(2), 569–578.
- Herawati (2015). Gaya Hidup dan Kebebasan Mahasiswa , *Jurnal Ilmu Kel dan Kons.* 5 (2) : 158-163
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8 (1).
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1), 1–11.
- Khairunnisa. (2014). Dampak Aplikasi Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Berbelanja Online di Kalangan Siswa-Siswi SMA Negeri 2 Tenggarong. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 2 (4), 220–230
- Krishna, R., Rofaida & Sari, M. (2010). Analisis tingkat literasi keuangan di kalangan mahasiswa dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. *Jurnal Proceedings of The 4th International Conference on Teacher Educati*

- Kusumaningtyas, M.Si, I., & Sakti, N. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS Di SMA Negeri 1 Taman Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(3)
- Mandey, & L, S. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Analisis*, 6(1), 1–9.
- Maulida Cici Nur Laily. 2018. Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Pengelolaan Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga Di Surabaya. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya.
- Nitisusastro, M. (2012). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung: Alfabeta
- Naila, A (2013). Studi Financial Behavior pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*. Volume 3, No. 1, May 2013, pages 69 – 80
- Pangestu, Itaq. 2016. *Analisis Dalam Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Muzakki Membayar Zakat Di Lembaga Amil Zakat Kota Semarang*. Skripsi. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Parma, S. A. (2007). *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Dalam Pembelian Kosmetik Melalui Katalog Di SMA Negeri 1 Semarang*. Intisari. Semarang: Fakultas Psikologi UNDIP Semarang.
- Pulungan, Delyana Rahmawany. Koto, Murviana. dan Syahfitri, Lena. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 4-5.
- Rina, Rahayu dan Alimudin, Arasy. (2015). Pagaruh Pendidikan, Lingkungan Keluarga, Pergaulan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Penyimpangan Kerja dan Keuangan (Studi Empiris pada Karyawan Divisi Finance & Accounting PT. Meratus Line). *e-Jurnal Ilmu Manajemen MAGISTRA*, 1(1) : 4-5.
- Robbins, P. Stephen (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi Sepuluh. Diterjemahkan oleh : Drs. Benyamin Molan. Erlangga, Jakarta
- Rohana, Fatkhul Sani. 2017. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2. *Skripsi*. UIN Sunan Kalijaga. Yogyakarta
- Samarwan, U. (2011). Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran.

Ghalia Indonesia

- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi*. Kencana Prenadamedia Group
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan (pendekatan Kualitatif, kuantitatif dan R&D)*. Bandung : Alfa Beta. hlm. 96.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta
- Susanto,Angga Sandy. (2013). *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)*. Jurnal JIBEKA , 7 (2) : 1-3.
- Tambunan, Tanty Yosephine. 2017. *Pengaruh Hasil Belajar Manajemen Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikanekonomi Stambuk 2013 Universitas Negeri Medan. Skripsi. Program Studi Ekonomi Fakultas EkonomiUNIVERSITAS NEGERI MEDAN.*
- Wahidah, N., Herkulana, & Achmadi.(2014). *Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa, 3(2), 1–12.*
- Wahyudi. (2013). *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. EJournal Sosiologi, 28*
- Wahyuni, R., Irfan, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019).*Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Jurnal Benefita, 4(3), 550.*
- Yuniarti, V. S. (2015). *Perilaku Konsumen*. CV Pustaka