

**PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF BELANJA ONLINE  
TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN  
MASYARAKAT DI DESA LAMPUAWA KECAMATAN SUKAMAJU**

**(The Influence Of The Consumptive Lifestyle Of Online Shopping On  
The Financial Manajement Behavior Of The People In Lampuawa  
Village, Sukamaju sub-district)**

**ROSITA**

**<sup>1</sup>Jurusan Program Studi Manajemen, <sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis,**

**<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Palopo. Jl. Jend Sudirman No.**

**KM.03,Binturu, Wara Sel, Kota Palopo, Sulawesi Selatan 9122 Pos**

**92917.Email: [rositaalifah17@gmail.com](mailto:rositaalifah17@gmail.com)**

**INTISARI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan survey dengan memberikan daftar pernyataan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara. Kuesioner yang di bagikan kepada responden sebanyak seratus eksamplar dan kuesioner yang dikembalikan sebanyak Seratus eksamplar. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode analisis regresi Sederhana dengan tambahan uji validitas dan reliabilitas. penelitian ini juga menggunakan pengujian hipotesis berupa uji koefisien determinasi dan uji parsial. Adapun dengan mengolah data peneliti menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan gaya hidup konsumtif belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan masyarakat di Desa Lampuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

**Kata Kunci: Gaya Hidup Konsumtif, Perilaku Pengelolaan Keuangan.**

**ABSTRAK**

This study aims to determine the effect of the consumptive lifestyle of online shopping on the financial management behavior of the community in Lampuawa Village, Sukamaju District, North Luwu Regency. This research method uses a survey approach by providing a list of community statements in Lampuawa Village, Sukamaju District, North Luwu Regency. One hundred copies of the questionnaire were distributed to the respondents and one hundred copies of the returned questionnaire. This study also uses a quantitative approach and uses a simple regression analysis method with additional validity and reliability tests. This research also uses hypothesis testing in the form of coefficient of determination test and partial test. As for processing data, researchers use the SPSS application. The results of this study indicate that knowledge of the consumptive lifestyle of online shopping has a positive and significant effect on the financial management behavior of the community in Lampuawa Village, Sukamaju District, North Luwu Regency.

**Keywords: Consumptive Lifestyle, Financial Management Behavior.**

## PENDAHULUAN

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 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).

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.

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 mememesannya 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.

Fenomena perilaku konsumtif dalam berbelanja *online* diperoleh dari hasil observasi dengan beberapa orang masyarakat di desa Lempuawa 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. Perbedaan 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 Lempuawa Kecamatan Sukamaju.”**

## 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.

#### 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).

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*), (b) Minat (*Interest*), (c). Opini (*Opinion*), (d) budaya, (e) sosial, (f) pribadi dan (g) psikologis

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.

#### **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*).

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), (b). *Financial socialization agents* (agen sosialisasi keuangan), (c). *Attitude toward money* (sikap terhadap uang)

#### **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, 2). *Cash-flow management* (Arus kas), 3). *Saving and investment* (Tabungan), 4). *Credit management*

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan pendekatan Analisis Data Sekunder (ADS).

#### **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 kelokasi yang menjadi sampel sehingga peneliti memperoleh.

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 dari penelitian ini Masyarakat di Desa Lampuawa dan Desa Minanga Tallu Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

#### **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.

### 3.6 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

#### 3.6.1 Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)

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

### 3.7 Metode Analisis Data

#### 3.7.1 Metode analisis data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear sederhana

Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

3.7.2 Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kombinasi variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi lihat dari  $R^2$

#### 3.7.2 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

## 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 km<sup>2</sup> dengan jumlah penduduk 442.472 jiwa. Dengan terbentuknya Kabupaten Luwu Timur maka saat ini luas wilayahnya adalah 7.502,58 km<sup>2</sup>.

Desa Lempuawa 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.

### 4.2 Deskripsi Statistik

#### 4.2.1 Gaya Hidup Konsumtif

**Tabel 4.1**  
*Activities (Kegiatan)*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6	6	6
	N	17	17	17	23
	S	7	7	7	30
	SS	70	70	70	100
	Total	100	100	100	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diatas dapat disimpulkan bahwa variable Gaya

Hidup Konsumtif, tentang indikator *Activities* (Kegiatan) yang menjawab "tidak setuju" 6 orang atau 6,0%, yang menjawab "netral" 17 orang atau 17,0%, yang menjawab "setuju" 7 orang atau 7,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 70 orang atau 70,0% maka mean dari jawaban responden adalah 4,41 atau rata-rata menjawab setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.1 Kegiatan berbelanja menggunakan handpone ada 70 Orang yang menjawab Sangat dan menganggap bahwa menggunakan handphone untuk berbelanja sangat mudah dan praktis.

**Tabel 4.2**  
***Opinion (Pendapat)***

		Fre que ncy	Per cen t	Vali d Per cent	Cu mul ative Per cent
Valid	T S	8	8	8	8
	N	48	48	48	56
	S	40	40	40	96
	S S	4	4	4	100
	T ot al	100	100	100	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa variabel Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator *Opinion* (Pendapat) yang menjawab "tidak setuju" 8 orang atau 8,0%, yang menjawab "netral" 48 orang atau 48,0%, yang menjawab "setuju" 40 orang atau 40,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 4 orang atau 4,0% maka mean dari jawaban responden adalah 3,40 atau rata-

rata menjawab Netral. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.2 *Opinion* atau Pendapat ada 48 Orang yang berpendapat Netral tentang hidup sederhana dan tidak mengikuti tren belanja online dapat menyimpan keuangan lebih baik kedepannya.

**Tabel 4.4**  
***Interest (Minat)***

		reque ncy	ercent	alid Per cent	umul ative Per cent
Valid	ST S	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	14	14.0	14.0	19.0
	S	76	76.0	76.0	95.0
	SS	5	5.0	5.0	100.0
	Tot al	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator *Interest* (Minat) yang menjawab "Sangat tidak setuju" 1 orang atau 1,0% yang menjawab "tidak setuju" 4 orang atau 4,0%, yang menjawab "netral" 14 orang atau 14,0%, yang menjawab "setuju" 76 orang atau 76,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 5 orang atau 5,0% maka mean dari jawaban responden adalah 3,80 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.3 *Interest* (Minat) ada 76 Orang

yang Setuju untuk membeli barang-barang yang di butuhkan secara online saja.

**Tabel 4.4**  
**Sosial**

		Frequency	percent	valid Percent	cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	N	11	11.0	11.0	18.0
	S	71	71.0	71.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator Sosial yang menjawab “Sangat tidak setuju” 2 orang atau 2,0% yang menjawab "tidak setuju" 5 orang atau 5,0%, yang menjawab "netral" 11 orang atau 11,0%, yang menjawab "setuju" 71 orang atau 71,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 11 orang atau 11,0% maka mean dari jawaban responden adalah 3,84 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.4 sosial ada 71 Orang yang Setuju untuk mengikuti trand dan gaya hidup orang lain untuk erbelanja secara online walaupun barang barang yang di ikuti bukan barang yang dibutuhkan.

**Tabel 4.5**

**Budaya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	16	16.0	16.0	17.0
	S	75	75.0	75.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	4	4.0	4.0	9.0
	S	4	4.0	4.0	3.0
	SS	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator Budaya yang menjawab “Sangat tidak setuju” 1 orang atau 1,0% yang menjawab "tidak setuju" 4 orang atau 4,0%, yang menjawab "netral" 14 orang atau 14,0%, yang menjawab "setuju" 74 orang atau 74,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 11 orang atau 11,0% maka mean dari jawaban responden adalah 3,82 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.5 Budaya ada 74 Orang yang Setuju lebih memilih membeli barang atau kebutuhan di tempat tradisional seperti pasar karena menurut mereka harga lebih terjangkau.

**Tabel 4.6**

**Pribadi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	16	16.0	16.0	17.0
	S	75	75.0	75.0	92.0
	SS	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator Pribadi yang menjawab "tidak setuju" 1 orang atau 1,0%, yang menjawab "netral" 16 orang atau 16,0%, yang menjawab "setuju" 75 orang atau 75,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 8 orang atau 8,0% maka mean dari jawaban responden adalah 3,90 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.6 Pribadi ada 75 Orang yang setuju dalam belanja online harus selalu membandingkan kuawalitas barang toko satu dengan toko yang lainnya agar mendapatkan kuwalitas barang yang terbaik.

**Tabel 4.7**  
**Psikologis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	N	15	15.0	15.0	23.0
	S	71	71.0	71.0	94.0
	SS	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Gaya Hidup Konsumtif, tentang indikator Psikologis yang menjawab "tidak setuju" 8 orang atau 8,0%, yang menjawab "netral" 15 orang atau 15,0%, yang menjawab "setuju" 71 orang atau 71,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 6 orang atau 6,0% maka mean dari jawaban

responden adalah 3,75 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan X.7 *psikologis* ada 71 Orang yang Setuju bahwa tidak semua orang selalu mengikuti trend untuk membeli barang-barang branded walaupun mereka menginginkan barang tersebut.

#### 4.2.2 Perilaku Pengelolaan Keuangan

**Tabel 4.8**

**Consumption (Konsumsi)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TN	3	3.0	33.0	.0
	N	10	10.0	10.0	13.0
	S	28	28.0	28.0	41.0
	SS	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Perilaku Pengelolaan Keuangan, tentang indikator *Consumption* (konsumsi) yang menjawab "tidak setuju" 3 orang atau 3,0%, yang menjawab "netral" 10 orang atau 10,0%, yang menjawab "setuju" 28 orang atau 28,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 59 orang atau 59,0% maka mean dari jawaban responden adalah 4,30 atau rata-rata menjawab Sangat Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan Y.1 *Consumption* (Konsumsi) ada 59 Orang yang Sangat Setuju untuk selalu

membeli barang walaupun barang lama masih bisa dipakai.

**Tabel 4.9**  
**Cash-flow (Arus kas)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	N	10	10.0	10.0	15.0
	SS	53	53.0	53.0	68.0
	S	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Perilaku Pengelolaan Keuangan, tentang indikator *Cash-flow* (Arus kas) yang menjawab "tidak setuju" 5 orang atau 5,0%, yang menjawab "netral" 10 orang atau 10,0%, yang menjawab "setuju" 53 orang atau 53,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 32 orang atau 32,0% maka mean dari jawaban responden adalah 4,12 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan Y.2 *Cash-flow* (Arus kas) ada 53 Orang yang Setuju untuk selalu berusaha membuat pengeluaran lebih kecil dari pemasukan.

**Tabel 4.10**

**Saving and investment (Tabungan)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	N	7	7.0	7.0	11.0

	S	56	56.0	56.0	67.0
	SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Perilaku Pengelolaan Keuangan, tentang indikator Budaya yang menjawab "tidak setuju" 4 orang atau 4,0%, yang menjawab "netral" 7 orang atau 7,0%, yang menjawab "setuju" 56 orang atau 56,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 33 orang atau 33,0% maka mean dari jawaban responden adalah 4,18 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan Y.3 *Saving and investment* (Tabungan) ada 56 Orang yang Setuju menabung pendapatan mereka.

**Tabel 4.12**  
**Credit management (Manajemen Utang)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	N	22	22.0	22.0	25.0
	S	46	46.0	46.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data Primer yang diolah (2022)

Bahwa Variable Perilaku Pengelolaan Keuangan, tentang indikator *Credit Management* (Manajemen Utang) yang

menjawab “Sangat tidak setuju” 1 orang atau 0,1% yang menjawab "tidak setuju" 2 orang atau 2,0%, yang menjawab "netral" 22 orang atau 22,0%, yang menjawab "setuju" 46 orang atau 46,0%, dan yang menjawab "sangat setuju" 29 orang atau 29,0% maka mean dari jawaban responden adalah 4,00 atau rata-rata menjawab Setuju. Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada item pernyataan Y.4 *Credit managementt* (Manajemen Utang) ada 46 Orang yang Setuju selalu memngutamakan membayar kewajiban tepat waktu seperti membayar uang listrik, dll.

#### 4.1 Uji Validitas dan Realibitas

##### 4.1.1 Uji Validitas Data

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Gaya Hidup Konsumtif	X.1	0,772	0,196	Valid
	X.2	0,686	0,196	Valid
	X.3	0,712	0,196	Valid
	X.4	0,592	0,196	Valid
	X.5	0,810	0,196	Valid
	X.6	0,648	0,196	Valid
	X.7	0,806	0,196	Valid
Perilaku Pengelolaan Keuangan	X.1	0,756	0,196	Valid
	X.2	0,881	0,196	Valid
	X.3	0,813	0,196	Valid
	X.4	0,722	0,196	Valid

Sumber: Data yang diolah di tahun 2022

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item di dalam variabel independen dan dependen yang diuji dinyatakan

valid karena nilai *Corrected Item-Correlation* > dari r tabel pada signifikan 0,05 (5%).

##### 4.1.2 Uji Reliabilitas Data

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach's	Batas Reliabilitas	Peterangan
Gaya Hidup Konsumtif (X)	0,835	0,60	Reliabel
Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y)	0,800	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini telah reliable karena secara keseluruhan variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang lebih besar dari 0,60 sehingga layak digunakan untuk menjadi alat ukur instrumen kuesioner dalam penelitian ini.

#### 4.2 Analisis Regresi Sederhana

**Tabel 4.15**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
		Constant)	.295	.590
	OTA L	388	059	556

Sumber: Output SPSS ver 22

#### 4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

##### 4.3.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R<sup>2</sup>)

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.556 <sup>a</sup>	.309	.302	.07360
A. Predictors: (Constant), TOTAL				

Sumber: Output SPSS ver 22

Dari hasil Penelitian, besarnya R<sup>2</sup> berdasarkan hasil analisis diperoleh sebesar 0,302. Dengan demikian besarnya pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 30,2% sedangkan sisanya sebesar 69.8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.3.2 Hasil Parsial (Uji t)

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.295	.590		.958	.001
	Gaya hidup konsumtif	.388	.059	.556	.618	.001

a. Dependent Variable: Gaya Hidup Konsumtif

Dari tabel 4.18 dapat dilihat bagaimana pengaruh variabel independent Gaya hidup konsumtif belanja online terhadap variabel Dependent Perilaku pengelolaan keuangan, Berdasarkan hasil analisis uji regresi pada tabel dapat dilihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,618 dengan tingkat signifikan

0,001. Dengan demikian dikarenakan  $t_{hitung}$  sebesar  $6,618 > t_{tabel} 1,660$  dan signifikan  $0,001 < 0,05$ , hasil uji hipotesis diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima dan artinya “ Gaya Hidup Konsumtif Belanja Online berpengaruh dan signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Masyarakat di Desa Lempuawa Kecamatan Sukamaju Kabupaten Luwu Utara.

#### 4.4 Pembahasan dan Deskripsi Hasil Penelitian

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

Gaya hidup seseorang akan menentukan bagaimana cara mereka mengelola keuangannya.

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 Lempuawa 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 didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chairani (2018), yang melihat pengaruh gaya hidup konsumtif belanja online terhadap perilaku pengelolaan keuangan Masyarakat 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 di lakukan 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.

## **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**

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

#### 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
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Brang 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.
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan GayaHidupIbu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di KotaTasikmalaya. *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.
- 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 Pendidikan ekonomi Stambuk 2013 Universitas Negeri Medan. *Skripsi*. Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi UNIVERSITAS NEGERI