



**PENGARUH STATUS SOSIAL EKONOMI KELUARGA,
MINAT MENGGUNAKAN SISTEM PEMBAYARAN
NON TUNAI DAN LITERASI EKONOMI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan
Pada Universitas Negeri Semarang**

Oleh

Rama Rahmatika Adam

NIM 7101415302

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh Pembimbing untuk diajukan ke sidang panitia ujian skripsi pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 25 Juni 2019


Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi

Pembimbing



Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si.
NIP. 198201302009121005



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005182015042001

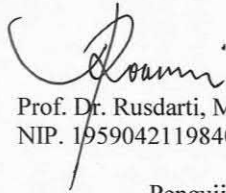
PENGESAHAN KELULUSAN

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Panitia Ujian Skripsi Fakultas
Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 12 Juli 2019

Penguji I



Prof. Dr. Rusdarti, M. Si.
NIP. 195904211984032001

Penguji II



Khasan Setiaji, S.Pd., M. Pd.
NIP. 198504022014041002

Penguji III



Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198005182015042001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi



Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rama Rahmatika Adam
NIM : 7101415302
Tempat Tanggal Lahir : Salatiga, 24 Juni 1997
Alamat : Perum. Puri Sartika Blok B101, RT 03 RW 12
Kecamatan Gunungpati Kota Semarang

menyatakan bahwa yang tertulis pada skripsi ini benar-benar hasil dari karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan dari karya orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah merupakan hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 25 Juni 2019



Rama Rahmatika Adam
NIM. 7101415302

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Kesederhanaan adalah pengalaman yang sangat berharga di dunia.

(Leonardo Da Vinci).

Persembahan

Dengan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya. Skripsi Ini Saya persembahkan untuk:

:

Kedua orang tua saya, Ibu Eny Retnowati dan Bapak Bambang Suwelo serta adikku Raina Adelia Rosa dan Almamater Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puja dan puji syukur saya panjatkan pada kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh status sosial ekonomi, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan tuntunan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M. Hum. Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan menuntut ilmu di Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto MBA, PhD. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberi kesempatan menuntut ilmu di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah meluangkan waktu dan pikirannya dalam memberikan motivasi dan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd. Dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh ketelitian dan kesabaran serta memberikan saran dan masukan yang bermanfaat dalam menyelesaikan skripsi.
- 5.

5. Prof. Dr. Rusdarti, M.Si. Dosen penguji pertama yang telah memberikan kritik dan saran untuk skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
 6. Khasan Setiaji, S.Pd., M.Pd. Dosen penguji kedua yang telah memberikan kritik dan saran untuk skripsi ini sehingga menjadi lebih baik.
 7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang terima kasih atas kebaikan dan ilmu yang telah diberikan selama ini.
 8. Bapak dan Ibu tersayang yang senantiasa mendoakan dan memberi dukungan baik secara materil maupun non materiel sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
 9. Orang-orang spesial yang selalu memberikan penjelasan saat saya kebingungan dan doa untuk menyelesaikan skripsi ini
 10. Teman-Teman Penkop B 15 dan Kentaske crew yang selalu membantu baik berupa saran dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
 11. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.
- Semoga skripsi ini dapat menjadi tambahan wawasan yang lebih luas kepada pembaca. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan pihak-pihak lainnya.

Semarang, 25 Juni 2019



Penyusun

SARI

Adam, Rama Rahmatika. 2019. *“Pengaruh status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai, dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa”*. Skripsi. Pendidikan Ekonomi Koperasi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Indry Murniawaty, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: Status Sosial Ekonomi Keluarga, Minat Menggunakan Pembayaran Non Tunai, Literasi Ekonomi, Perilaku Konsumen

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan pengaruh antara status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Masalah pengelolaan manajemen keuangan pribadi memang kerap menjadi problematika kehidupan sehari-hari, gaya hidup hedonisme yang mulai muncul dikalangan masyarakat saat ini, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang menjadi masalah tersendiri dalam mengatur biaya hidup saat menempuh masa perkuliahan. Perilaku konsumsi mahasiswa seharusnya menjadi sebuah instrumen penting yang menjadi perhatian mahasiswa. Dengan mempelajari perilaku konsumsi yang rasional mahasiswa seharusnya dapat mengambil keuntungan ekonomis yang dapat diperoleh, namun belakangan ini mahasiswa sering sekali tidak memperhatikan kaidah-kaidah dalam melakukan kegiatan konsumsi. Mahasiswa dinilai tidak rasional dalam memanfaatkan uang yang dimiliki. Dengan uang saku yang sangat minim nyatanya mahasiswa masih memiliki sifat konsumtif yang relatif tinggi. Beberapa faktor yang diduga mempengaruhi peristiwa tersebut antara lain uang saku, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang 2016-2017. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, diharapkan mahasiswa dapat mengontrol pengeluaran biaya hidup pada masa perkuliahan dengan mempelajari teori-teori perilaku konsumen yang telah diajarkan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

ABSTRACT

Adam, Rama Rahmatika. 2019. *“The Effect of the socioeconomic status of the family, interest in using a non-cash payment system the economic literacy on students’ consumptive behavior”*. Final Project. Cooperative Economic Education Department. Universitas Negeri Semarang. Adviser: IndryMurniawaty, S.Pd., M.Pd.

Keywords: Socioeconomic Status of Family, Interest in Using a Non-Cash Payment System, Economic Literacy, Consume Behavior

The purpose of this study was to find the effect of socioeconomic status of family, interest in using a non-cash payment system and economic literacy on student consumptive behavior. The problem of managing personal financial management is often a problem of everyday life, the hedonism lifestyle that is starting to emerge among the people today, especially for students of the Faculty of Economics Universitas Negeri Semarang, is a problem in managing the cost of living while studying. Student consumption behavior should be an important instrument that concerns students. By studying rational consumption behavior students should be able to take economic benefits that can be obtained, but lately students often do not pay attention to the rules in carrying out consumption activities. Students are considered irrational in using their money. With pocket money that is very minimal in fact students still have relatively high consumptive traits. Some of the factors that allegedly influenced the event included pocket money, interest in using the non-cash payment system and economic literacy.

The sample used in this study was the 2016-2017 Faculty of Economic Universitas Negeri Semarang students. This type of research is quantitative research. The technique of collecting data is by using a questionnaire. The data analysis technique used is descriptive statistical analysis and multiplelinear regression analysis.

The result of this study is to find the influence of the socioeconomic status of the family, interest in using a non-cash payment system and the economic literacy on students’ consumptive behavior. The results showed that there is an influence of family socioeconomic status, interest in using the non-cash payment system and economic literacy towards consumptive behavior both partially and simultaneously. Based on the results of the study, students are expected to be able to control the living cost during the university education period by studying the theory of consumer behavior that has been taught to be applied in everyday life.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA.....	vi
SARI.....	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Cakupan Masalah	10
1.4 Perumusan Masalah.....	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Kegunaan Penelitian.....	11
1.7 Orisinalitas Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI DAN PUSTAKA.....	15
2.1 Grand Theory	15
2.1.1 Teori Sikap.....	15
2.1.2 Teori Psikologis	15
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumptive Behavior</i>)	16
2.2 Kajian Variabel Penelitian.....	18
2.2.1 Perilaku Konsumtif	18

2.2.2	Status Sosial Ekonomi Keluarga.....	27
2.2.3	Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai	29
2.2.4	Literasi Ekonomi.....	34
2.3	Kajian Penelitian Terdahulu.....	36
2.4	Kerangka Berpikir.....	40
2.4.1	Status sosial ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.....	40
2.4.2	Minat menggunakan sistem pembayaran non tunai berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.....	41
2.4.3	Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.	41
2.5	Hipotesis.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Jenis dan Desain penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46
3.2.2	Sampel.....	47
3.3	Teknik Pengambilan Data	49
3.3.1	Kuesioner	49
3.4	Variabel Penelitian	50
3.4.1	Variabel Dependen.....	50
3.4.2	Variabel Independen	51
3.5	Instrumen Penelitian.....	53
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	56
3.6	Teknik Analisis Data.....	58
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif	58
3.6.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	59
3.6.3	Teknik Analisis Statistik Inferensial	62
3.7	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	64
3.7.1	Uji Statistik t	64

3.7.2 Uji Statistik F	65
3.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	66
BAB IV PEMBAHASAN.....	67
4.1 Hasil Penelitian	67
4.1.1 Analisis Statistik Deskriptif	67
4.1.2 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa.	67
4.1.3 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.1.5 Uji Hipotesis.....	86
4.1.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	89
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian	91
4.2.1 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Terhadap Perilaku Konsumtif.....	91
4.2.2 Pengaruh Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Perilaku Konsumtif.	93
4.2.3 Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.	96
4.2.4 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga, Minat Mahasiswa Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.	98
BAB V PENUTUP.....	102
5.1 Simpulan.....	102
5.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penelusuran Perilaku Konsumtif Mahasiswa FE UNNES	5
1.2 Perkiraan Perkembangan Ekonomi Digital	6
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	36
3.1 Daftar Populasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNNES.....	46
3.2 Daftar Penyebaran Sampel Mahasiswa FE UNNES	48
3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa	54
3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai	55
3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Ekonomi.....	56
3.6 Hasil Uji Relibilitas Variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa.....	57
3.7 Hasil Uji Realibilitas Variabel Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	57
3.8 Hasil Uji Realibilitas Variabel Literasi Ekonomi.....	58
3.9 Kategori Variabel Perilaku Konsumtif	60
3.10 Kategori Variabel Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	60
3.11 Kategori Variabel Literasi Ekonomi	61
4.1 Deskripsi Variabel Perilaku Konsumtif	67
4.2 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Perilaku Konsumtif	68
4.3 Deskripsi Tingkat Pendidikan Ayah	71
4.4 Deskripsi Pekerjaan Ayah	72
4.5 Deskripsi Tingkat Pendidikan Ibu	72
4.6 Deskripsi Pekerjaan Ibu	73
4.7 Deskripsi Jumlah Pendapatan.....	74
4.8 Deskripsi Variabel Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai	75

4.9	Deskripsi Indikator Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	76
4.10	Deskripsi Variabel Literasi Ekonomi.....	78
4.11	Deskripsi Indikator Literasi Ekonomi.....	78
4.12	Hasil Uji Normalitas.....	81
4.13	Hasil Uji Linieritas Variabel Status Sosial Ekonomi	82
4.14	Hasil Uji Linieritas Variabel Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	82
4.15	Hasil Uji Linieritas Variabel Literasi Ekonomi.....	83
4.16	Hasil Uji Multikolinieritas.....	83
4.17	Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
4.18	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	85
4.19	Hasil Uji T Dengan Variabel Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel Dependen..	87
4.20	Hasil Uji Hipotesis Simultan	88
4.21	Hasil Uji Koefisiensi Determinasi Simultan.....	89
4.22	Hasil Hipotesis Determinasi Parsial	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Observasi Awal Data Keperluan Kebutuhan Mahasiswa	2
1.2 Observasi Awal Data Jumlah Uang Saku Mahasiswa	3
2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
2.2 Kerangka Berpikir	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1 Daftar Data Responden Awal	109
2 Kisi-kisi Uji Coba Instrumen	114
3 Angket uji coba penelitian	116
4 Tabulasi Data uji coba Penelitian Perilaku Konsumtif	125
5 Tabulasi Data Uji Coba Penelitian Status Sosial Ekonomi	127
6 Tabulasi Data Uji Coba Penelitian Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	128
7 Tabulasi Data Uji Coba Penelitian Literasi Ekonomi.....	130
8 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif	132
9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	138
10 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Literasi Ekonomi.....	139
11 Surat Iijn Penelitian.....	144
12 Angket Penelitian.....	145
13 Data Responden	153
14 Tabulasi Data Perilaku Konsumtif.....	157
15 Tabulasi Data Status Sosial Ekonomi Keluarga	162
16 Tabulasi Data Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai.....	165
17 Tabulasi Data Literasi Ekonomi	168
18 Hasil Perhitungan SPSS	172

BAB I

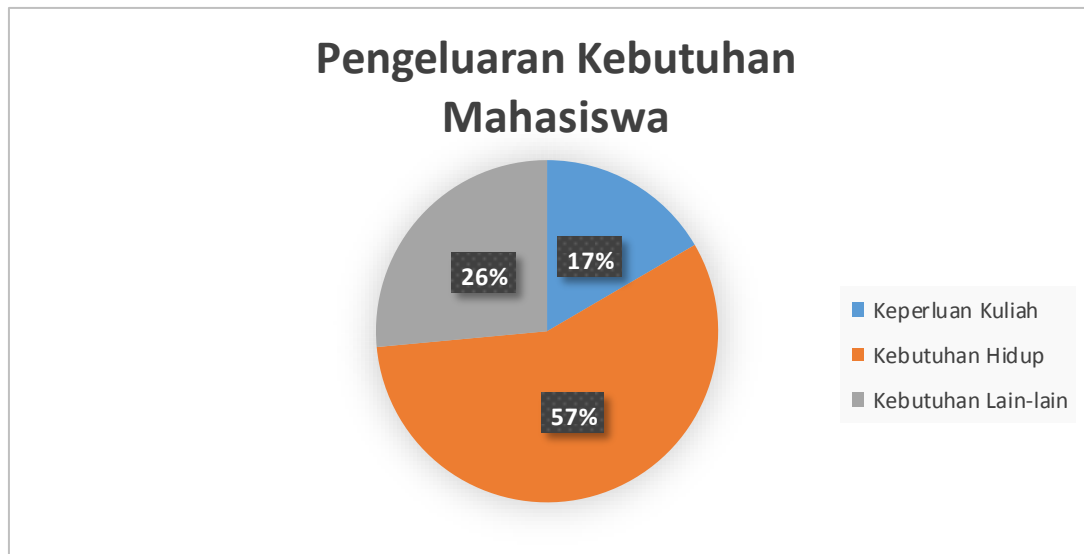
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Uang merupakan salah satu pemegang peranan penting dalam kehidupan duniawi saat ini, dalam teori permintaan uang menurut Keynes tujuan masyarakat untuk memegang uang adalah motif transaksi, motif spekulasi dan motif berjaga-jaga. Dalam sistem ekonomi modern ketiga motif tersebut menjadikan masyarakat yang ada di dunia berlomba-lomba untuk memperoleh uang. Uang dinilai memiliki peran penting untuk merubah status seseorang di mata masyarakat sekitar. Menurut Polontalo (2018:36) dalam perkembangannya, jumlah uang yang beredar yang ada di Indonesia tidak tertutup kemungkinan mengalami kenaikan jumlah. Masalahnya, banyak diantara kita, yang tidak memanfaatkan uang secara bijak dan benar, yang berakibatkan munculnya ketimpangan sosial di masyarakat sekitar.

Ketimpangan sosial memang menjadi salah satu masalah klasik bagi keadaan perekonomian di negeri ini. Menurut survey persepsi yang dirilis *International NGO Forum Indonesian Development* (INFID) ketimpangan sosial yang terjadi di Indonesia semakin meningkat, indeks ketimpangan sosial Indonesia pada tahun 2018 berada pada skor 6, meningkat sebesar 0,4 dibanding tahun 2017 yang memiliki skor 5,6. Dalam survey ini ada 10 indikator yang dinilai dalam survey yaitu penghasilan, kesempatan kerja, harta yang dimiliki, tempat tinggal, kesempatan pendidikan, kesejahteraan, kualitas lingkungan, hukum, politik dan kesehatan. Hal ini

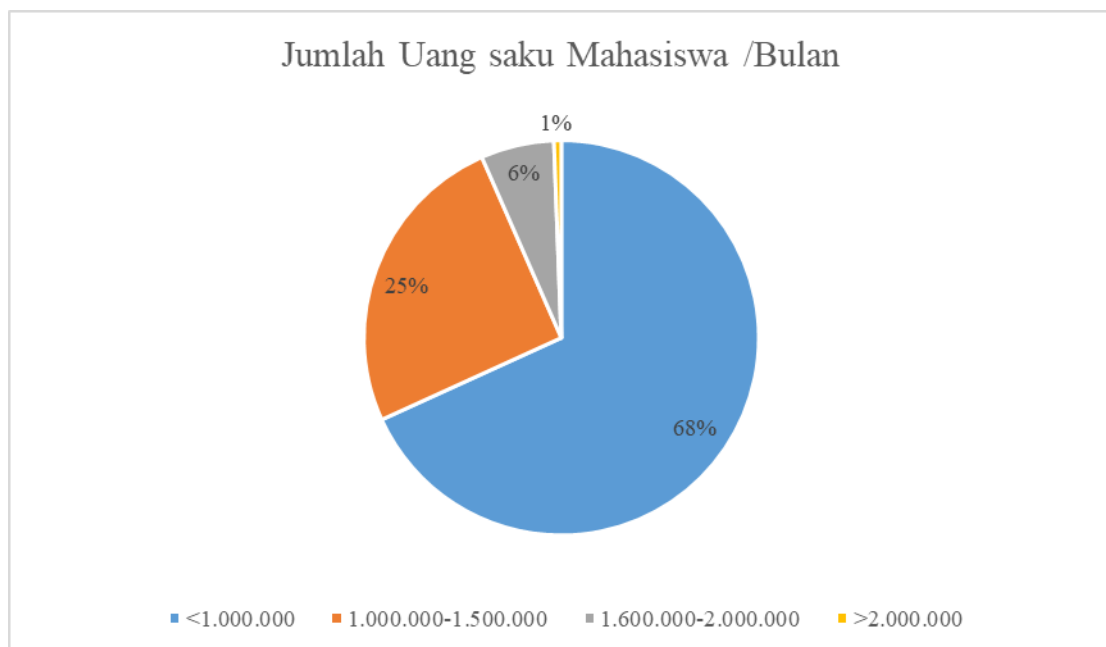
mengakibatkan masih banyak masyarakat yang belum mendapatkan fasilitas dari pemerintah, khususnya pada sektor pendidikan demi mengubah nasib mereka menjadi lebih baik. Biaya pendidikan yang mahal, begitu membebani masyarakat kecil untuk melanjutkan proses pendidikan. Sehingga banyak masyarakat kecil tidak mampu bersaing didalam pasar tenaga kerja karena rendahnya tingkat pendidikan yang mereka tempuh. Belum lagi biaya pendidikan yang sangat tinggi ini harus di imbangi dengan biaya hidup yang cukup tinggi pula. Kita tahu, sebagian Universitas di Indonesia didirikan di daerah kota-kota besar, yang tentu saja biaya hidupnya lebih besar dari daerah-daerah lainnya.



Gambar 1.1 Observasi Awal Data Keperluan Kebutuhan Mahasiswa
Sumber Data: Observasi Awal Tahun 2018

Dari Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa biaya keperluan seorang mahasiswa yang tengah menempuh pendidikan perkuliahan. Masalah biaya hidup yang tinggi ini,

menjadi masalah yang amat umum bagi mahasiswa dari daerah-daerah kecil. Dengan biaya kuliah yang cukup tinggi, mereka harus dapat mengelola pengeluaran setiap bulannya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Tidak dapat dipungkiri bahwa gaya hidup masyarakat kota besar tergolong cukup boros, ini menjadi tantangan tersendiri bagi mahasiswa yang berasal dari keluarga yang terbatas untuk meneruskan aktivitas perkuliahan dan memenuhi kebutuhan sehari-hari.



Gambar 1.2 Data Penelitian Awal Jumlah Uang Saku Mahasiswa
Sumber: Data Penelitian Awal Tahun 2018.

Dari observasi awal peneliti pada gambar 1.2 bisa disimpulkan bahwa rata-rata uang saku mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Semarang berkisar kurang dari 1.000.000-2.000.000, dimana 68 persen dari responden menjawab hanya diberi uang saku kurang dari 1.000.000 perbulan. Dengan biaya yang minimum tentu saja seorang mahasiswa harus bijak dalam memanfaatkan uang tersebut, dari kedua

gambar tersebut dapat diketahui pengeluaran terbanyak mahasiswa selama berada di Kota Semarang terletak pada masalah kebutuhan hidup seperti biaya makan, minum dan lain-lain. Tentu ini sangatlah wajar mengingat berada di kota besar seperti Semarang biaya hidup yang diperlukan pasti lebih besar dari daerah-daerah lainnya, terlebih mayoritas mahasiswa UNNES berasal dari daerah luar Kota Semarang.

Status sosial ekonomi keluarga mempunyai pengaruh penting terhadap gaya hidup seorang mahasiswa. Mahasiswa pada dasarnya masih sangat bergantung dengan orang tua, dana yang diberikan orang tua kepada mahasiswa sangat berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang mahasiswa. Kusniawati (2016:2) mengatakan bahwa setiap siswa memiliki uang saku yang berbeda, semakin tinggi status sosial orang tua maka semakin banyak pula uang saku yang di berikan orang tua dengan harapan untuk memenuhi kebutuhan di sekolahnya, namun di sisi lain terkadang disalah gunakan oleh siswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh keluarga. Jika seorang mahasiswa memiliki latar belakang keluarga dari kalangan atas, maka mahasiswa itu cenderung dapat mengelola dana yang telah di berikan orangtua dengan baik sesuai dengan kebutuhannya. Sebaliknya mahasiswa yang berasal dari kalangan yang berkecukupan akan lebih selektif dalam memprioritaskan kebutuhannya.

Tabel 1.1**Data Penelitian Terdahulu Perilaku Konsumtif Mahasiswa FE UNNES.**

No.	Interval	Frekuensi	Presentase	Rata-Rata
1	52 – 64	5	1,79%	39,50
2	39 – 51	158	56,43%	
3	26 – 38	113	40,36%	
4	13 – 25	4	1,43%	
Jumlah		280	100%	Tinggi

Sumber: Data Penelitian Oleh Fatah Wijaya 2018.

Dari tabel 1.1 penelitian oleh Wijaya (2018) dapat dilihat bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang rata-rata memiliki jumlah uang saku yang serba berkecukupan, kurang bisa menjaga pola pengeluaran konsumsi mereka. Perilaku konsumtif mahasiswa ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor. Terlebih pada era digitalisasi saat ini, seorang konsumen dianggap telah kehilangan esensi sesungguhnya saat melakukan pembelian suatu produk. Tindakan mengkonsumsi lebih mengedepankan sebatas rasa penasaran dan keingintahuan tanpa memperhatikan kegunaan dan kebermanfaatan.

Tentu kita tahu bahwa perilaku konsumtif anak muda jaman sekarang sudah menjadi gaya hidup yang wajar bagi masyarakat kota. Ditambah perkembangan teknologi saat ini dan berkembangnya era digitalisasi makin mempermudah akses seseorang untuk membeli barang dengan praktis dan simpel. Tentunya ini menjadi tantangan bagi mahasiswa UNNES yang rata-rata berasal dari wilayah kabupaten ataupun daerah selain Kota Semarang. Berbeda dengan wilayah perkotaan, dimana

relatif penduduknya berasal dari masyarakat yang bisa dibayangkan terbiasa dengan hidup mewah. Usman (2017:136) berpendapat bahwa dewasa ini di Indonesia perkembangan uang elektronik (atau disebut unit) sebagai alternatif alat pembayaran non tunai tidak hanya dalam bentuk kartu namun juga dalam bentuk lainnya tersimpan dalam *smartphone*. Contohnya, transaksi jual beli *Online* dan aplikasi-aplikasi yang menyediakan berbagai alat transaksi pembayaran berupa e-money seperti Aku-Laku, T-Cash, OVO ataupun DANA. Masyarakat semakin dipermudah dengan cara pembayaran non tunai, dengan begitu pembeli yang memiliki *budget* yang minim pun masih bisa membeli barang atau produk yang dipasarkan ketika tidak memiliki uang tunai.

Tabel 1.2

Tabel Perkiraan Perkembangan Ekonomi Digital

TREND GLOBAL	TREND ASEAN
USD 2,8 triliun jumlah besaran nilai global dari arus data internasional tahun 2015 (melebihi perdagangan barang global untuk pertama kalinya)	<i>E-commerce</i> di ASEAN akan meningkat 15 kali (2015-2015) dengan nilai USD 8,8 miliar
Kontribusi ekonomi digital menyumbang 22% dari seluruh output ekonomi global	
Prediksi peningkatan kontribusi aplikasi teknologi digital terhadap PDB tahun 2020 di perkirakan sebesar USD 2 triliun	

Sumber: Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia 2018.

Perkembangan ekonomi digital sendiri memang diperkirakan akan semakin berkembang pesat pada masa mendatang. Dalam tabel 1.2 dapat dilihat bahwa tidak hanya Negara Indonesia yang sedang mengalami *trend* digitalisasi, seluruh dunia telah bersiap untuk menghadapi era digitalisasi khususnya dalam bidang ekonomi.

Dimana diperkirakan dengan adanya ekonomi digital ini masyarakat dunia diharapkan dapat lebih efisien dalam melakukan kegiatan ekonomi, yang tentunya akan semakin meningkatkan persaingan dalam bidang perekonomian. Dengan perubahan ini, tentunya kita harus menyikapi positif perubahan yang sedang terjadi, jangan sampai masyarakat menyikapi perubahan ini dengan sesuatu hal yang malah dapat memberikan berbagai masalah seperti hedonisme.

Dalam penelitian Ariyani (2016) menyimpulkan bahwa seluruh variabel independen yang terdiri dari variabel manfaat, kepercayaan, kemudahan, gaya hidup serta resiko berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi non tunai. Dari penelitian tersebut maka peneliti ingin membuktikan bahwa minat mahasiswa bertransaksi menggunakan non tunai juga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Negeri Semarang. Dengan kemudahan dan manfaat yang ditawarkan, ditambah lagi dengan gaya hidup masyarakat kota yang berbeda dari daerah, Apakah mahasiswa Universitas Negeri Semarang khususnya Fakultas Ekonomi dapat dengan bijak menggunakan teknologi digital yang ditawarkan ini.

Ramadani (2016) menyimpulkan dalam penelitiannya bahwa penggunaan uang elektronik berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa. Dalam penelitiannya penggunaan e-money dianggap mahasiswa lebih praktis dibanding menyimpan uang didalam dompet, terlebih lagi penggunaan *e-money* saat ini merupakan sebuah gaya hidup atau *trend* baru yang sedang berkembang di kalangan masyarakat.

Perlu kita ketahui pula faktor lain yang menentukan perilaku konsumsi seseorang adalah literasi ekonomi. Tidak dapat dipungkiri, pendidikan adalah salah satu aspek penting yang berfungsi untuk mempengaruhi kehidupan seseorang agar sesuai dengan kebutuhan prioritas mereka. Tanpa pendidikan manusia tidak akan mengetahui apa yang benar atau pun yang salah. Sebagaimana diungkapkan oleh Sina (2012:135) yang mengatakan bahwa literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas, seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung dan berinvestasi, proteksi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Begitu juga dengan pendidikan ekonomi, dalam melakukan kegiatan ekonomi seseorang dituntut untuk menerapkan teori-teori dan ilmu yang sudah diberikan dalam kehidupan sehari-hari dengan begitu perekonomian dapat berjalan lancar dan semestinya. Contohnya, seperti ilmu ekonomi mikro yang mengajarkan kita bagaimana cara seorang konsumen melakukan kegiatan konsumsi disamping keterbatasan yang kita miliki.

Terkait dengan perilaku konsumsi mahasiswa, pendidikan memegang peranan penting dalam meningkatkan sumber daya manusia yang berkualitas. Pendidikan merupakan suatu proses yang mengakibatkan terjadinya perubahan-perubahan dalam berperilaku. Juliana (2013) menyatakan bahwa tingkat literasi ekonomi atau pengetahuan/pemahaman mahasiswa terhadap ekonomi dapat memberikan pengaruh kepada seseorang dalam melakukan tindakan ekonomi, khususnya kegiatan konsumsi. Dari kutipan tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa orang yang

memiliki pemahaman ilmu ekonomi yang baik, diharapkan dapat mengelola kebutuhan hidupnya dengan baik pula, bijak dalam menentukan skala prioritas dibanding dengan orang yang kurang memiliki pemahaman ilmu ekonomi. Oleh karena itu, peneliti bermaksud meneliti perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Diantaranya status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi. Dengan begitu mahasiswa dapat mengontrol perilaku konsumtif yang diakibatkan dari semakin berkembangnya teknologi pada masa digital saat ini. Mahasiswa yang sudah memiliki pemahaman tentang masalah perekonomian saat ini diharap dapat menyikapi dengan bijak perkembangan teknologi yang pesat ini dengan perilaku yang positif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasar pada permasalahan yang ada di atas, dapat diidentifikasi berbagai masalah sebagai berikut:

1. Perubahan perkembangan teknologi akan menimbulkan perilaku konsumtif pada kalangan mahasiswa dikarenakan pembelian yang berdasarkan keinginan bukan atas dasar kebutuhan

2. Kemudahan untuk membeli barang yang disebabkan oleh kecanggihan teknologi, sehingga mahasiswa dapat dengan mudah mencari produk yang mereka inginkan menyebabkan sifat pemborosan.
3. Kurangnya kesadaran mahasiswa untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik dan benar.
4. Kebutuhan biaya hidup yang tinggi tidak diiringi jumlah uang saku mahasiswa yang seimbang.

1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang terdapat pada latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka penelitian ini memberikan cakupan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa faktor diantara lain yaitu status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi. Karena banyaknya faktor yang dapat mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa maka permasalahan utama hanya dibatasi mengenai ketiga faktor tersebut.
2. Peneliti juga membatasi populasi penelitian yang berada di wilayah Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang, dikarenakan banyaknya jumlah mahasiswa yang ada di Kota Semarang dan perbedaan karakteristik antar Universitas.

1.4 Perumusan Masalah

1. Adakah pengaruh status sosial ekonomi keluarga terhadap tingkat perilaku konsumtif?
2. Adakah pengaruh minat menggunakan sistem pembayaran non tunai di kalangan mahasiswa terhadap tingkat perilaku konsumtif?
3. Adakah pengaruh literasi ekonomi terhadap tingkat perilaku konsumtif?
4. Adakah pengaruh uang saku, minat mahasiswa menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi keluarga dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
2. Mengetahui pengaruh minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
3. Mengetahui pengaruh literasi ekonomi dengan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
4. Mengetahui pengaruh status sosial ekonomi, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari berbagai hal yang telah diungkapkan di atas, peneliti diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.6.1 Kegunaan teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau informasi dalam rangka mendukung teori tentang pengaruh status sosial keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan pembelajaran ekonomi terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat dalam memperluas wawasan mengenai faktor faktor yang mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa.
- c. Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai obyek penelitian yang sama.

1.6.2 Kegunaan praktis

- a. Bagi mahasiswa. Hasil penelitian ini, sebagai sarana untuk latihan dan studi banding antara teori yang sudah didapat di bangku kuliah dengan praktek yang sebenarnya diterapkan dalam dunia nyata.
- b. Bagi Lembaga. Hasil penelitian penelitian ini bisa menjadi referensi untuk lebih menekankan beberapa mata kuliah yang bisa menghindarkan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Sekaligus menjadi sebuah evaluasi mengenai kesenjangan tingkat literasi ekonomi mahasiswa yang masih terjadi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang khususnya masalah mengenai prinsip ekonomi dan kegiatan berkonsumsi

1.7 Orisinalitas Penelitian

Berdasarkan penelusuran kajian penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki unsur kebaruan yang membuktikan bahwa peneliti menjunjung asas keilmuan dan menjunjung tinggi rasa kejujuran dalam proses penelitian mengenai perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Kusniawati dan Kurniawan (2016) berjudul Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS DI SMA Negeri 2 Tuban .Penelitian ini berbeda dengan penelitian diatas, peneliti menambahkan beberapa variabel yang berpotensi mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang . Selain itu fokus konsentrasi peneliti ialah mahasiswa, khususnya mahasiswa Fakultas Ekonomi Unversitas Negeri Semarang.

Penelitian oleh Ariyani (2016) yang berjudul “Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai”. Penelitian ini berbeda dengan penelitian diatas, dimana pada kedua peneliti diatas menggunakan populasi yang berada di wilayah yang berbeda, selain itu kedua penelitian ini juga memiliki variabel yang berbeda dalam menjabarkan faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen masyarakat.

Keaslian penelitian inidapat dipertanggungjawabkan dan sesuai dengan asas-asas keilmuan yang harus dijunjung tinggi yaitu kejujuran, rasional, objektif serta terbuka. Hal ini merupakan implikasi etis dari proses menemukan kebenaran ilmiah sehingga dengan demikian penelitian ini dapat dipertanggung-jawabkan

kebenarannya secara ilmiah, keilmuan dan terbuka untuk kritisi yang sifatnya konstruktif (membangun).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

2.1 Grand Theory

2.1.1 Teori Sikap

Sunyoto (2014:22) mengatakan bahwa sikap merupakan kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah yang baik maupun masalah yang tidak baik secara konsisten. Apabila mereka mempunyai pandangan yang positif pada pemasaran sebuah produk maka konsumen cenderung akan menilai positif produk tersebut. Sebaliknya, apabila mereka mempunyai pandangan negatif mengenai sebuah produk maka akan timbul reaksi yang negatif pula. Ada pula konsumen yang berada pada titik tengah atau sering disebut netral.

2.1.2 Teori Psikologis

Teori Psikologis ini mendasarkan diri pada faktor-faktor psikologi individu yang selalu dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Pada prinsipnya teori ini merupakan penerapan dari perilaku psikologis seseorang dalam menganalisis perilaku konsumen. Menurut Sunyoto (2014:4) secara garis besar teori dibagi dalam dua bagian, yaitu:

a. Teori Belajar

Teori ini didasarkan atas empat komponen pokok yaitu *drive* (dorongan), *clue* (petunjuk), *respons* (tanggapan), dan *reinforcement* (penguatan).

Teori ini menekankan bahwa penafsiran dan permasalahan terhadap proses

belajar konsumen merupakan kunci untuk mengetahui perilaku pembeliannya.

b. Teori Psikoanalitis

Dalam teori ini perilaku manusia dipengaruhi oleh adanya keinginan yang terpaksa dan adanya motif yang tersembunyi. Perilaku manusia ini adalah selalu merupakan hasil kerjasama dari ketiga aspek dalam struktur kepribadian yaitu id, ego dan super ego.

Pada dasarnya setiap manusia memiliki keunikan yang berbeda-beda baik dalam bentuk fisik ataupun psikis. Psikologi seorang manusia memang tidak dapat dipungkiri menjadi salah satu faktor dalam terbentuknya perilaku seseorang, termasuk perilaku konsumen itu sendiri. Dengan ini, diharapkan teori ini dapat memberi informasi mengenai perilaku seseorang dalam berkonsumsi.

2.1.3 Teori Perilaku Konsumen (*Consumptive Behavior*)

Solomon (2014:31), mendefinisikan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang proses individu atau kelompok dalam memilih, membeli atau menggunakan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. *Consumer behavior theory* (teori perilaku konsumen) menganggap bahwa semua yang dilakukan oleh konsumen termasuk motivasi, persepsi pembelajaran, keyakinan, sikap, dll dianggap sebagai perilaku yang berdasar pada proporsi dalam filosofi psikologi (Demirdjian 2014:221). Dari kedua pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa teori perilaku konsumen mempelajari cara seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhan

ataupun keinginannya yang dilandasi dengan proporsi dalam filosofi psikologi tertentu.

Selain itu, ada beberapa teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh beberapa ahli ekonomi seperti Adam Smith dan Alfred Marshall dari tokoh klasik, dan Keynes dari ekonomi modern. Teori perilaku konsumen yang dikembangkan oleh Adam Smith sering disebut teori ekonomi mikro. Menurut teori ini, keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis, rasional yang sadar. Tokoh tokoh klasik berpandangan bahwa ketika seseorang hendak mengonsumsi sesuatu, mereka akan secara sadar memperhatikan hal-hal yang berkenaan dengan barang yang akan dikonsumsi, baik itu manfaat dan kegunaan ataupun mengenai pertimbangan harga dari barang itu sendiri yang sesuai atau tidak dengan budget dari pembeli. Sunyoto (2014:3) menerangkan bahwa teori ini kembali disempurnakan oleh Alfred Marshall yang saat ini dikenal dengan teori kepuasan modern atau teori kepuasan marginal (*marginal utility*), yaitu bahwa konsumen akan meneruskan pembelian terhadap suatu produk untuk jangka waktu yang lama karena telah mendapatkan kepuasan dari produk yang sama yang telah dikonsumsinya. Berdasarkan teori di atas, terdapat asumsi-asumsi yang biasanya dipakai yaitu:

- a. Konsumen memaksimumkan kepuasan terbatas pada kemampuan finansialnya, dalam hal ini berarti konsumen akan mengonsumsi sesuatu barang berdasarkan pendapatan yang mereka raih atau sesuai dengan anggaran konsumen itu sendiri.

- b. Konsumen mempunyai pengetahuan tentang beberapa alternatif sumber. Pendapatan yang diperoleh seorang konsumen memang tidak selalu tetap, maka dari itu konsumen perlu mengetahui alternatif produk lain untuk menggantikan produk utama yang sewaktu-waktu mengalami kenaikan harga atau lainnya.
- c. Ia selalu bertindak dengan rasional. Seperti kedua penjelasan yang telah tertuang diatas konsumen selalu bertindak secara rasional dan sadar dalam mengkonsumsi atau membeli suatu barang.

Berdasarkan asumsi asumsi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa konsumen ataupun pembeli akan berfikir secara rasional ketika akan memutuskan untuk membeli suatu kebutuhan dengan menimbang beberapa faktor seperti kegunaan dan manfaat barang tersebut dan harga yang sesuai dengan budget yang dimiliki konsumen sebelum memutuskan untuk membeli barang tersebut.

2.2 Kajian Variabel Penelitian

2.2.1 Perilaku Konsumtif

Joesron (2012:55) menyatakan dalam perilaku konsumen, banyak sekali teori teori yang mengajarkan mengenai ilmu mengatasi keterbatasan yang dimiliki oleh konsumen, salah satunya adalah teori perilaku konsumen. Dalam melakukan proses pembelian sebuah barang seorang konsumen perlu mengambil sebuah keputusan. Hal ini telah dijelaskan oleh Philip Kotler (2009:27) ada lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi,

evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pembelian. Model ini menekankan bahwa proses pembelian bermula sebelum pembelian dan berkitab jauh setelah pembelian.



Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian
Sumber: Kotler (2009)

Proses dimulai pada saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan, tahap ini disebut pengenalan masalah. Selanjutnya konsumen akan bergerak pada tahap pencarian informasi yaitu konsumen terdorong untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai kebutuhan barang tersebut. Setelah kedua tahap tersebut konsumen akan melakukan evaluasi alternatif yaitu merupakan tahapan dimana konsumen berupaya membandingkan sejumlah produk alternatif untuk mencari kebutuhan yang paling logis. Setelah itu, konsumen akan berada pada tahap keputusan pembelian dimana biasanya konsumen akan lebih memilih merk yang mereka sukai. Sesudah pembelian timbulah perilaku pasca pembelian yang bisa merupakan rasa kepuasan maupun ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen.

Perilaku konsumsi seseorang dapat berubah-ubah setiap saat, setiap orang memiliki pertimbangan tersendiri terhadap keputusan yang telah mereka ambil. Dewasa ini, perilaku seorang dalam mengkonsumsi telah kehilangan esensinya sebagai makhluk yang rasional dalam mengkonsumsi. Aryani (2006:31) mengemukakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan modern untuk

mengkonsumsi sesuatu, telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya.

Terdapat beberapa pendapat mengenai perilaku konsumtif, Sumartono (2002:117) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, membeli barang karena hadiah yang ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Menurut Suminar (2015:147) mengatakan bahwa perilaku konsumtif sering kali dikaitkan dengan kegiatan mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan. Sementara Solomon (2009:31) berpendapat bahwa perilaku konsumtif erat kaitannya dengan konsumsi impulsif, konsumsi impulsif ini merupakan pembelanjaan yang berulang-ulang, sering berlebihan, sebagai penawar ketegangan, kecemasan, depresi, kebosanan yang terjadi akibat dorongan keinginan.

Mayasari (2015:39) membagi perilaku konsumsi menjadi dua yaitu perilaku tidak konsumtif dan perilaku konsumtif. Dimana perilaku tidak konsumtif dapat diukur dari kebijakan perencanaan keuangan, perencanaan pos anggaran dan mensiasati pos anggaran sementara perilaku konsumtif dapat dilihat dari pemborosan dan inefisiensi biaya. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa perilaku seseorang saat ini dalam mengkonsumsi suatu barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya saja, tetapi juga untuk memuaskan keinginannya akan kepemilikan terhadap suatu barang tanpa melihat fungsi ekonomisnya.

2.2.1.1 Faktor faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen tiap individu sejatinya dapat disebabkan berbagai faktor, baik faktor yang berasal dari dalam diri mereka ataupun faktor yang berasal dari luar diri mereka itu sendiri. Menurut Kotler (2009:214) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Sedangkan Sunyoto (2014:6) membagi faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menjadi faktor eksternal dan faktor internal.

1. Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal merupakan faktor yang disebabkan melalui lingkungan sekitar dan sebagainya yang memengaruhi perilaku konsumen antara lain:

a. Kebudayaan atau kultur

Secara definisi kebudayaan merupakan keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik dari manusia dengan belajar. Sedangkan menurut Khaniwale (2015) menyatakan bahwa yang dimaksud kultur ialah cara hidup keseluruhan dari sekelompok orang dari kelas sosial tertentu, tempat dan waktu yang sama. Perilaku konsumen tentunya amat dipengaruhi oleh perkembangan zaman, dimana perubahan kebudayaan atau kultur yang terjadi dikalangan masyarakat akan diikuti pula dengan berubahnya pola tingkah laku masyarakat itu sendiri.

b. Kelas Sosial

Menurut Kotler (2009:217) kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang ditandai dengan sekumpulan variabel seperti pekerjaan, penghasilan, kesejahteraan, pendidikan dan nilai bukannya satu variabel. Kelas sosial mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku pembelian seseorang, dimana masyarakat yang dikategorikan memiliki kelas sosial yang tinggi dalam arti pendidikan dan pendapatannya baik maka perilaku konsumsi mereka pun akan terlihat berbeda dengan kelas sosial bawah.

c. Keluarga

Didalam keluarga terdapat ayah, ibu dan anak (keluarga inti), dimana kecenderungan perilaku seseorang dalam sehari-hari amat dipengaruhi oleh kebiasaan yang dilakukan dalam lingkungan keluarga.

2. Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang ditimbulkan melalui perilaku dalam diri konsumen itu sendiri antara lain:

a. Motivasi

Motivasi merupakan sebuah dorongan yang timbul dalam diri konsumen untuk membeli sesuatu demi motif-motif tertentu. Menurut Gerald Zaltman dan dan Melanie Wallendorf, motivasi dapat diklasifikasikan menjadi dua, yaitu motif kognitif dan motif efektif.

Berikut motif kognitif yang menjadi acuan peneliti untuk menetapkan variabel, yaitu:

- 1) Stimulasi: konsumen secara alamiah mempunyai perasaan ingin tahu dan mencoba untuk mendapatkan sesuatu yang baru. Membawa seorang untuk mencoba produk dan aktivitas yang berbeda. Seperti mencoba alat pembayaran non tunai untuk membeli suatu barang.
- 2) Utilitarian: merupakan motif konsumen yang mempunyai kesempatan dorongan untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat, kemampuan baru yang digunakan dan melawan tantangan kehidupan.

b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seorang memilih mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini (Kotler, 2009:228). Persepsi seorang konsumen merupakan instrumen penting yang harus diperhatikan oleh produsen atau pemasar, karna persepsi biasanya mengambil peran penting dalam pemilihan keputusan seorang konsumen.

c. Belajar

Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman (Kotler, 2009:230). Dari proses belajar konsumen

dapat menilai sebuah produk berdasar pengalaman saat membeli atau pun setelah menggunakan produk tersebut. Belajar juga dapat mempengaruhi perilaku, sikap, emosi, kepribadian seseorang dalam kehidupan sehari-hari

d. Kepribadian dan Konsep Diri

1) Kepribadian

Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan, sikap dan ciri-ciri sifat watak yang khusus menentukan perbedaan perilaku tiap individu (Sunyoto, 2014:15).

2) Konsep Diri

Konsep diri merupakan sebuah gambaran yang telah diketahui seorang konsumen dalam menentukan kualitas barang. Misalkan: kualitas dari brand atau merek dan image penjual.

3) Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan, sikap atau gaya hidup merupakan salah satu faktor minat menggunakan alat pembayaran non tunai (Ariyani, 2016:1).

Kepercayaan para konsumen memang sangat berpengaruh terhadap perilaku pembelian konsumen tersebut, dengan rasa *trust* yang tinggi terhadap sesuatu *brand* ataupun salah satu penjual, tentunya akan timbul pula rasa kepercayaan pada barang yang akan dikonsumsi. Begitu pula dengan sikap atau gaya hidup

pembeli. Setiap individu memiliki gaya hidup tersendiri yang dapat menentukan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari.

2.2.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumsi merupakan sebuah perilaku yang sejatinya dilakukan oleh manusia untuk bertahan hidup, dalam hal ini konsumen dianggap berpikir secara rasional dalam mengkonsumsi suatu barang. Namun, seseorang juga dapat bertindak secara irrasional pada saat mengkonsumsi suatu barang inilah yang disebut perilaku konsumtif. Untuk mengukur seseorang memiliki sifat atau perilaku konsumtif diperlukan beberapa indikator yang jelas, dalam hal ini peneliti menggunakan indikator yang dikembangkan oleh Sumartono (2002:119) yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi karena pada umumnya ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan

sebagainya dengan tujuan agar siswa selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Seseorang yang mempunyai kemampuan daya beli yang tinggi, baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklanyaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

2.2.2 Status Sosial Ekonomi Keluarga

2.2.2.1 Pengertian Stastus Sosial

Dalam kamus Bahasa Indonesia bahwa status adalah keadaan, kedudukan (orang, benda, negara, dan sebagainya). Sedangkan secara harafiah status berarti posisi atau keadaan dalam suatu jenjang atau hirarki dalam suatu wadah sebagai simbol dari hak dan kewajiban dan jumlah peranan yang ideal dari seseorang. Menurut Nitisusastro (2013:102) status sosial didefinisikan sebagai satu rangkaian tingkatan posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya atau sejumlah kelompok yang membagi kelompok-kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan. Status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau suatu masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan sebagainya. Dengan demikian status menunjukkan kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat. Sementara pengertian sosial berasal dari bahasa Inggris yaitu *society* asal kata *socius* yang berarti kawan. Selanjutnya yang dimaksud dengan sosial adalah segala sesuatu mengenai masyarakat dan kemasyarakatan.

Adapun istilah ekonomi itu sendiri berasal dari bahasa Yunani yaitu dari kata *Oikonomia*, kata ini berasal dari kata *Oikos* dan *Nomos*, *Oikos* berarti rumah tangga

dan *Nomos* berarti tata laksana atau pengaturan. Jadi ekonomi berarti pengaturan tata laksana rumah tangga, Perkataan ekonomi mengandung arti tentang hubungan manusia dalam usahanya dalam memenuhi kebutuhannya. Ekonomi menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia, yaitu pengetahuan mengenai asas-asas penghasilan (produksi), pembagian (distribusi) dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti halnya keuangan perindustrian, perdagangan barang-barang serta kekayaan) di lingkungan tempat dia tinggal. Hal demikian merupakan tuntutan dasar untuk memenuhi segala kebutuhan. Menurut Nitisusastro (2013:106) mengatakan bahwa:

Keluarga lazimnya terdiri dari seorang suami, seorang istri dan satu atau dua orang anak. Dalam beberapa dekade sebelumnya sebuah keluarga memiliki anggota lain seperti kakek, nenek, keponakan, mantu dan anggota lainnya. Bentuk seperti ini sering disebut sebagai bentuk keluarga tradisional yang dewasa ini semakin sedikit jumlahnya... Perilaku anggota keluarga sangat dipengaruhi oleh pimpinan keluarga atau suami atau ayah... Bila kepala keluarga bekerja sebagai seorang pegawai, maka biasanya dalam keluarga tersebut berlaku kehidupan seorang pegawai.

Dari beberapa pengertian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa status sosial ekonomi keluarga yaitu merupakan suatu kedudukan keluarga dalam masyarakat sekitar berdasarkan kondisi ekonomi keluarga tersebut. Sedangkan menurut Sumarwan (2014:254) indikator status sosial ekonomi dapat ditunjukkan melalui:

a. Pendidikan

Pendidikan akan menentukan pekerjaan seseorang. Orang yang berpendidikan tinggi biasanya memperoleh pekerjaan yang baik, dan pekerjaan yang baik akan mendatangkan pendapatan yang baik pula.

b. Pekerjaan

Pekerjaan yang menentukan kelas sosial seseorang. Status sosial seseorang akan ditentukan oleh keluarga dimana ia tinggal. Pekerjaan yang dilakukan orang tua akan menentukan kelas sosial seseorang.

c. Pendapatan

Pendapatan akan menentukan daya beli seseorang, yang selanjutnya akan mempengaruhi pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula peluangnya untuk masuk dalam kategori atas.

2.2.3 Minat Menggunakan Sistem Pembayaran Non Tunai

2.2.3.1 Pengertian Minat

Menurut Ariani (2016:9) minat merupakan seberapa besar keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Menurut Schiffman & Kanuk (2004) minat merupakan ketertarikan konsumen terhadap suatu produk dengan mencari informasi tambahan. Dari beberapa pengertian minat diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa minat merupakan sebuah dorongan atau hasrat yang dimiliki seseorang untuk memperoleh tujuan tertentu. Ariyani (2016) menyimpulkan faktor-faktor yang

mempengaruhi minat menggunakan sistem pembayaran non tunai adalah sebagai berikut:

1. Kemudahan dalam penggunaan

E-Money tentunya sangat mempermudah masyarakat dalam melakukan transaksi pembelian dibanding menggunakan cara tunai.

2. Kepercayaan

Kepercayaan masyarakat sangat mempengaruhi kredibilitas dari suatu barang. Dimana jika suatu barang memiliki kredibilitas yang baik maka masyarakat cenderung akan memilih barang tersebut, sebaliknya jika barang tersebut memiliki kredibilitas yang buruk maka masyarakat akan mempertimbangkan penggunaan barang tersebut.

3. Gaya Hidup

Gaya Hidup seseorang sangat menentukan perilaku dan tindakan mereka. Gaya hidup merupakan sebuah cara kelompok ataupun masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari.

4. Persepsi Kebermanfaatan

Sebuah persepsi pastinya akan menentukan pilihan dari seseorang. Persepsi sangat berperan penting dalam pemilihan atau penggunaan suatu barang.

5. Resiko

Selain keempat faktor diatas resiko menjadi faktor yang berpengaruh terhadap penggunaan suatu barang. Dengan minimalnya resiko yang akan dihadapi dalam penggunaan suatu barang, maka masyarakat tentunya akan lebih

memilih barang tersebut, sebaliknya jika suatu barang memiliki resiko yang cukup tinggi maka masyarakat akan cenderung menghindari penggunaan barang tersebut.

Untuk mempresentasikan variabel minat menggunakan sistem pembayaran non tunai, maka digunakan indikator –indikator yang digunakan untuk mengukur minat perilaku seseorang yang diadaptasi dari Harlan (2014) yaitu:

1. Adanya pemusatan perhatian, pikiran, dan perasaan nyaman pada subyek tertarik.

Seseorang akan cenderung lebih memilih benda atau sesuatu hal, apabila seseorang tersebut memiliki ketertarikan pada hal tersebut.

2. Adanya perasaan senang terhadap obyek atau subyek yang menjadi sasaran. Kesenangan merupakan alasan seseorang cenderung melakukan kegiatan.

3. Adanya kemauan kecenderungan untuk melakukan guna mencapai tujuan.

Tujuan merupakan salah satu bentuk alasan seseorang melakukan suatu hal.

2.2.3.2 Pengertian Sistem Pembayaran

Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (Pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan di bidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran (Sumarwan, 2014:346). Banyak penelitian mengenai penjualan *online shop* dan sebagainya hanya berfokus mengenai ketertarikan konsumen dalam menggunakan aplikasi toko *online* tersebut. Padahal tanpa mereka sadari sistem pembayaran juga mempunyai andil penting dalam

berkembangnya toko-toko *online* saat ini, tanpa sistem pembayaran yang praktis dan efisien toko-toko *online* mungkin tidak dapat berkembang pesat seperti saat ini.

Menurut Ramadani (2016:7), sistem pembayaran adalah sistem atau metode yang digunakan untuk menciptakan transaksi yang lebih efisien dan dalam transaksi tersebut terdapat seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme pemindahan dana dari pihak satu ke pihak lain guna memenuhi kewajiban dalam suatu kegiatan perekonomian. Sistem pembayaran terdiri atas prosedur, peraturan, standar, serta instrumen yang digunakan dalam pertukaran nilai keuangan (*financial value*) antara dua pihak yang terlibat dalam transaksi. UU Bank Indonesia No. 23/1999, Sistem pembayaran merupakan sebuah alat yang digunakan manusia untuk mempermudah proses jual beli. Pada zaman dahulu manusia menggunakan sistem barter sebagai alat pembayaran, seiring berkembangnya zaman dan perubahan kultur kebudayaan dikalangan masyarakat dunia kearah modernisasi, muncul era digitalisasi yang merupakan pengaruh dari globalisasi komunikasi masyarakat dunia. Berkembangnya beberapa *smartphone* atau yang disebut *gadget* semakin mempermudah masyarakat dalam mejalani aktivitas kehidupan sehari-hari, termasuk dalam proses bertransaksi.

2.2.3.3 Sistem Pembayaran Tunai dan Non Tunai

Alat pembayaran yang biasa digunakan dalam pembayaran tunai adalah uang kertas dan uang logam. Uang kertas dan uang logam termasuk dalam uang kartal. Uang kartal masih berperan penting dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam transaksi yang nilainya kecil. Sistem pembayaran sangat diperlukan pada era

modernisasi saat ini, karena seluruh penduduk di dunia menggunakan uang untuk bertransaksi.

Namun seiring berjalannya waktu ditemukan sistem sistem pembayaran yang lain yang berguna untuk lebih mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Sistem itu ialah sistem pembayaran non tunai. Jasa pembayaran non tunai yang dilakukan bank maupun lembaga selain bank baik proses pengiriman dana, penyelenggara kliring maupun sistem penyelesaian akhir (settlement) sudah tersedia dan dapat berlangsung di Indonesia.

Penyelenggaraan kegiatan uang elektronik yang dilakukan oleh bank maupun LSB berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 65, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5001; untuk selanjutnya disebut PBI No. 11/12/PBI/2009), yang kemudian diubah dengan Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*) (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 69, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5524; untuk selanjutnya disebut PBI No. 16/8/PBI/2014). Menurut ketentuan ini, uang elektronik pada hakikatnya sebagai pengganti uang tunai, penerbitannya atas dasar nilai uang yang disetor yang saldonya tersimpan pada suatu media *server* atau *chip*. Ada beberapa macam jenis sistem pembayaran non tunai yaitu: Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK) / Kartu Pembayaran Elektronik menurut Bank Indonesia (2004), Alat Pembayaran

Menggunakan Kartu (APMK) adalah alat pembayaran yang berupa Kartu Kredit, Kartu Automatic Teller Machine (ATM), Kartu Debet, Kartu Prabayar, dan atau yang dapat dipersamakan dengan itu(e-money).

2.2.4 Literasi Ekonomi

2.2.4.1 Pengertian Literasi Ekonomi

Solihat (2018:9) mengemukakan bahwa literasi adalah serangkaian langkah yang terpadu untuk membuka cakrawala berpikir sehingga mampu bersikap dengan tepat. Literasi berarti kemampuan membaca dan menulis atau melek askara. Dalam konteks sekarang literasi memiliki arti yang sangat luas. Literasi bisa berarti melek teknologi, politik, ekonomi, berpikir kritis dan peka terhadap lingkungan sekitar. Sebagai makhluk ekonomi tentu manusia memiliki pedoman tersendiri dalam menentukan kegiatan ekonomi. Pedoman tersebut berupa sebuah prinsip yang selama ini kita emban sebagai makhluk ekonomi yaitu dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk memperoleh hasil tertentu atau dengan pengorbanan tertentu untuk memperoleh hasil yang maksimal.

Menurut Solihat (2018:11) literasi ekonomi merupakan kemampuan untuk menggunakan konsep dasar ekonomi dan cara berpikir kritis dalam pembuatan keputusan ekonomi dengan melibatkan pengetahuan dan penerapan teori-teori ekonomi yang mendasar dalam mengambil keputusan tentang sumber daya yang terbatas. Dengan kata lain orang yang memiliki literasi ekonomi akan cenderung menerapkan teori yang sudah dipelajarinya untuk diterapkan dalam kehidupannya.

Jappelli (2010:9) mengungkapkan bahwa literasi ekonomi mulai diperhatikan pada rumah tangga konsumen di berbagai negara pada masa abad ke-20, dimana pada saat itu rumah tangga konsumen mulai diperkenalkan dengan macam-macam investasi seperti dana pensiun, pasar uang dan lain-lain. Dimana hal ini sangat berperan dalam kemajuan perekonomian dunia pada saat ini, berkat literasi ekonomi diharapkan seluruh masyarakat dapat mengantisipasi krisis ekonomi mulai dari pengaturan manajemen keuangan rumah tangga yang baik. Nisar (2014:5) mengatakan bahwa skill dan pengetahuan konsumen adalah faktor penting yang sangat mempengaruhi pilihan konsumen, karena dengan skill dan pengetahuan mereka akan mencari informasi terhadap produk yang akan mereka beli. Berdasarkan beberapa pendapat diatas literasi ekonomi dapat diartikan sebagai sebuah alat ataupun kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengidentifikasi masalah ekonomi dengan berperilaku cerdas dalam memilih dalam menghadapi masalah-masalah perekonomian yang terjadi. Sedangkan Menurut Juliana (2013:13) seseorang memiliki literasi ekonomi jika memiliki pemahaman sebagai berikut:

1. Pemahaman terhadap kebutuhan.
2. Pemahaman terhadap kelangkaan.
3. Pemahaman terhadap prinsip ekonomi.
4. Pemahaman terhadap motif ekonomi.
5. Pemahaman terhadap kegiatan konsumsi.

2.3 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain baik dalam bentuk jurnal ataupun skripsi. Beberapa penelitian ini dikaji oleh peneliti sebagai pedoman ataupun petunjuk dalam proses pembuatan penelitian ini. Penelitian yang menjadi bahan rujukan dalam menyusun penelitian skripsi ini, berikut merupakan penelitian terdahulu yang disajikan dalam bentuk tabel.

Tabel 2.1
Kajian Penelitian Terdahulu

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel dan Unit Analisis	Hasil
1	John Gathergood. <i>Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over Indebtness.</i> 2013	Variabel X: 1. Control Diri 2. Literasi Keuangan Variabel Y: <i>Consumer Over-Indebtness.</i> Unit analisis: konsumen pengguna kartu kredit Teknik Analisis Regresi dengan Variabel Dummy	Dari penelitian tersebut diketahui bahwa orang yang memiliki masalah dengan kontrol diri kurang dapat mengatur keuangan khususnya kepemilikan kartu kredit.
2	Juliana. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. 2013	Variabel X: Literasi Ekonomi Variabel Y: Perilaku Konsumtif Unit analisis: Mahasiswa. Tenknik analisis regresi linier	Dari penelitian ini, ditemukan signifikasi antara literasi ekonomi dengan perilaku knsumentif. Seseorang yang memiliki literasi ekonomi tinggi cenderung juga memiliki perilaku konsumtif
3	Waqar Nisar. <i>Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan,</i> 2014	Variabel X : Taste,Kualitas,Harga, Kesadaran Variabel Y: <i>Beverage Brand</i> Unit analisis: Masyarakat Teknik analisis regresi	Dari penelitian ini diketahui bahwa masyarakat Pakistan lebih suka mengkonsumsi Coca Cola dibanding Pepsi, jika dilihat berdasar keempat variable bebas.

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel Penelitian dan Unit Analisis	Hasil
4	Manali Khaniwale <i>Consumer Buying Behavior</i> , University of Bridgeport, Bridgeport, CT, USA. 2015	1. Faktor dari luar yaitu kultur dan sosial 2. Faktor internal yaitu personal dan psikis Unit analisis : Mahasiswa Kualitatif deskriptif	Dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa faktor internal dan faktor luar mempengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan keputusan
5	Yi zhang <i>The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review</i> , 2015	Variabel : Merk dan Perilaku Konsumtif Unit Analisis : Konsumen barang elektronik Kualitatif	Dari penelitaian tersebut dapat disimpulkan bahwa Merk tidak terlalu berpengaruh terhadap Perilaku Konsumen, namun berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kesetiaan pelanggan.
6	Mu'afifah Kusniawati, Riza Yonisa Kurniawan Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. 2016	Variabel X : Status sosial keluarga dan Literasi Ekonomi Variable Y : Perilaku Konsumtif. Unit analisis: Siswa Teknik regresi linier berganda	Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa status social keluarga dan literasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA N 2 Tuban.
7	Shaista Kamal Khan. <i>Consumer Behavior towards Buying of Smart Phone</i> <i>A Case of Jinnah University for Women</i> , 2016	Variabel X: <i>Brand Image , Durability, After sales service, Features, Price</i> Variabel Y: <i>Consume Behavior</i> Unit analisis: Konsumen HP Teknik analisis regresi linier berganda.	Durability menjadi faktor pertama yang mempengaruhi seseorang untuk membeli smart phone, diikuti dengan Price, Feature, lalu After sales services(Garansi), sementara Brand Image kurang berpengaruh .

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel Penelitian dan Unit Analisis	Hasil
8	Laila Ramadhani. Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. 2016	Variabel X: 1. Penggunaan E-money 2. Penggunaan Kartu Debit Variabel Y: Pengeluaran Konsumsi. Unit analisis: Mahasiswa Teknik regresi linier berganda	Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa uang elektronik memiliki karakteristik kebendaan digital
9	Yusi Ariyani. Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai. 2016	Variabel X : Gaya Hidup, Resiko, Kemudahan, Kepercayaan, Manfaat Variabel Y : Minat Menggunakan Kartu Pembayaran Elektronik. Unit Analisis: Masyarakat Jogjakarta Teknik regresi linier berganda	Hasil dari penelitian tersebut adalah hanya variable resiko yang tidak memiliki signifikansi terhadap minat menggunakan kartu pembayaran elektronik
10	Niken Reftine Saraswati. Pengaruh Konsep Diri, Status Sosial Ekonomi Orang tua, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderating, 2017	Variabel X: Konsep Diri, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Teman Sebaya Variabel Y: Perilaku Konsumtif Unit analisis: Siswa. Teknik regresi linier berganda dan variable dummy	Dari penelitian ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa keseluruhan variable memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.
11	Ahmadu Bello. <i>Impact of Personality Factors on Consumer Buying Behaviour Towards Textile Materials,</i> 2017	Variabel X: <i>Social character, Compliant, Aggressiveness, Ethnocentrism, Dogmatism.</i> Variabel Y: <i>Consume behavior.</i> Unit analisis: Masyarakat Analisis regresi linier.	Dari ke 5 faktor tersebut, masing masing berpengaruh terhadap keputusan membeli material tekstil di tenggara Nigeria

No	Nama/Judul/Tahun	Variabel Penelitian dan Unit Analisis Penelitian	Hasil
12	Rachmadi Usman. Karakteristik Uang Elektronik Dalam Pembayaran Non Tunai, 2017	Karakteristik Alat alat pembayaran non tunai Unit analisis : E-money Kualitatif deskriptif	Uang elektronik pada hakikatnya adalah uang tunai yang dikonversi menjadi data elektronik yang disimpan pada media penyimpan pada kartu yang berbentuk <i>chip</i> atau <i>server</i> milik pemegang uang elektronik
13	Nuri Nugraheni. Pengaruh Interaksi Teman Sebaya, Intensitas Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Program Ips di SMA Negeri 5 Surakarta 2017/2018. 2017	Variabel X: Teman Sebaya, Intesitas Penggunaan Medial Sosial, Gaya Hidup, Literasi Ekonomi Variabel Y: Perilaku Konsumtif. Unit analisis : Siswa Teknik regresi linier berganda.	Kesimpulan dalam penelitian ini adalah ditemukan pengaruh positif antara keempat variable dengan perilaku konsumsi pada siswa SMA Negeri 5 Surakarta.
14	Ai Nur Solihat, Syamsudin Arnasik. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. 2018.	Variable X : Literasi Ekonomi Variabel Y : Perilaku Konsumtif	Berdasarkan penelitian tersebut, ada pengaruh antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

No	Nama/Judul/Tahun	Variable Penelitian dan Unit Analisis Penelitian	Hasil
15	Fatah Wijaya. Pengaruh <i>Financial Literacy, Peer Group</i> , dan Konsep Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2015. 2018	Variabel X: <i>Financial Literacy, Peer Group</i> , Konsep Diri Variabel Y: Perilaku Konsumtif Unit analisis: Mahasiswa Teknik regresi linier berganda.	.Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ditemukan pengaruh antara <i>financial literacy</i> , peer group dan konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2015.

2.4 Kerangka Berpikir

Melalui kerangka berpikir ini peneliti ingin menunjukkan bahwa ada pengaruh antara status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penelitian ini bertujuan untuk membuat semacam kerangka berpikir yang baru untuk diteliti dan dibuktikan kebenarannya.

2.4.1 Status sosial ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

Peneliti ingin membuktikan bahwa status sosial ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di wilayah Semarang, dimana salah satu faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen salah satunya adalah pendapatan dan keluarga. Bilamana, latar belakang seorang mahasiswa memiliki kemampuan finansial yang baik tentunya uang saku yang diperoleh mahasiswa pun tercukupi. Maka peneliti menduga, ada pengaruh positif antara jumlah uang saku

dengan perilaku konsumsi mahasiswa, yaitu jika jumlah uang saku cukup tinggi maka perilaku konsumtif mahasiswa cenderung boros (tinggi).

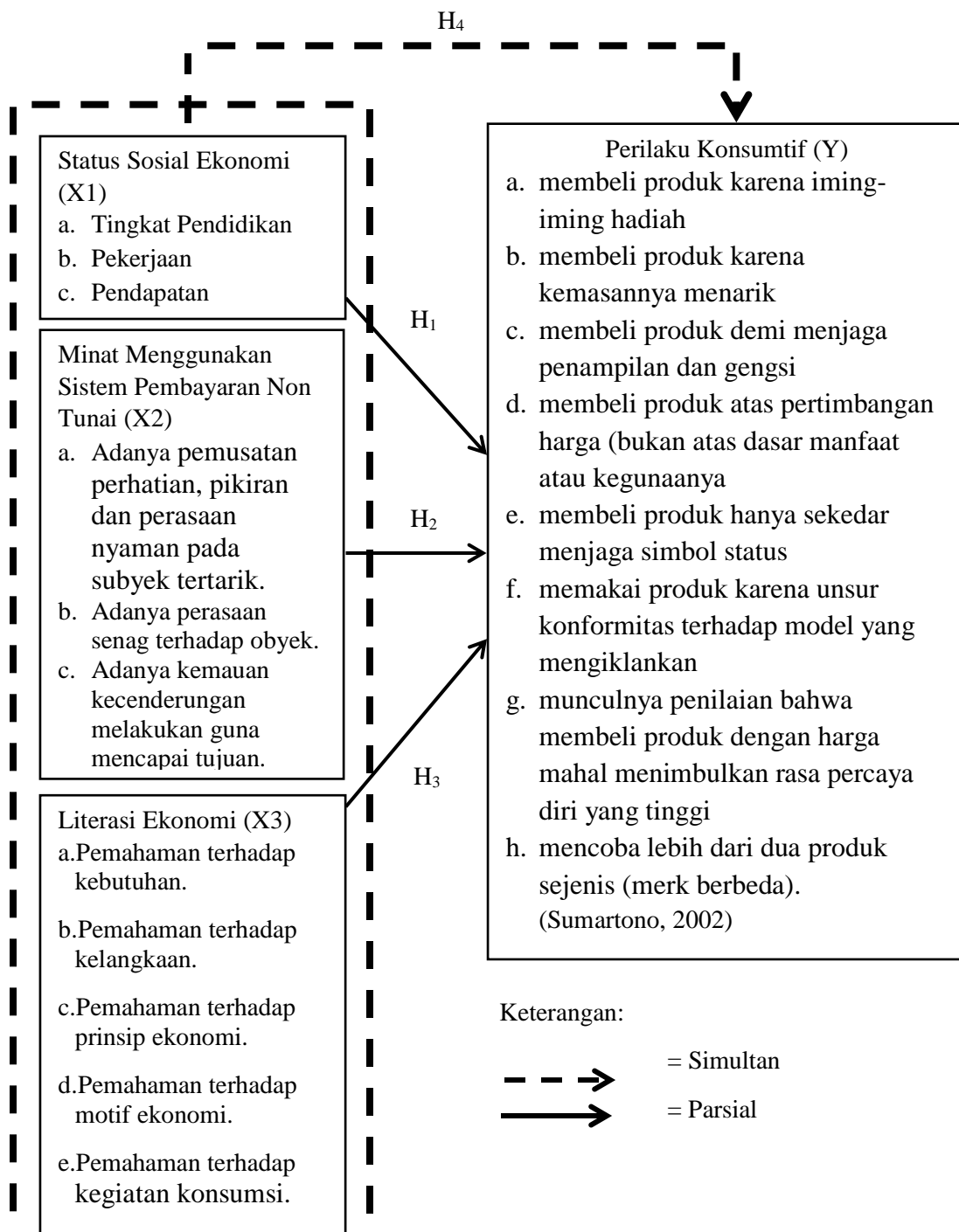
2.4.2 Minat menggunakan sistem pembayaran non tunai berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

Peneliti ingin membuktikan bahwa minat menggunakan sistem pembayaran non tunai mendukung atau berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Minat adalah bentuk keinginan seseorang untuk menggunakan. Minat merupakan sebuah hasrat atau keinginan seseorang kepada suatu objek yang dilanjutkan dengan tindakan. Minat sendiri merupakan langkah awal konsumen yang diwujudkan dalam bentuk motivasi dan tindakan, dimana salah satu faktor internal perilaku konsumen adalah motivasi konsumen itu sendiri. Seorang konsumen tentunya akan mempertimbangkan kemudahan dan kepercayaan dalam mengkonsumsi suatu barang, dimana dengan menggunakan alat pembayaran non tunai seorang konsumen akan lebih dipermudah dalam mendapatkan barang tersebut, terlebih lagi menggunakan alat pembayaran non tunai juga merupakan sebuah gaya hidup atau kebudayaan yang baru bagi masyarakat di jaman era digitalisasi saat ini. Maka dari itu, peneliti menduga ada pengaruh positif antar dua variable tersebut. Jika minat mahasiswa menggunakan alat pembayaran non tunai tinggi maka mahasiswa tersebut cenderung berperilaku konsumtif.

2.4.3 Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Peneliti ingin menguji bahwa ada keterkaitan antara tingkat literasi ekonomi mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Belajar merupakan salah satu

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan belajar seseorang pembeli dapat memanfaatkan ilmu yang didapat dari sebuah pengalaman untuk menentukan sebuah perilaku atau keputusan membeli sebuah barang. Peneliti menduga, ada hubungan negatif antara dua variabel tersebut. Seseorang yang memiliki literasi ekonomi yang cukup tinggi, cenderung akan bersikap hemat atau tidak konsumtif.



Gambar 2.2 Kerangka Berpikir.

2.5 Hipotesis

Berdasarkan kerangka berpikir di atas maka dapat dibuat hipotesis yaitu sebagai berikut:

H1: Ada pengaruh positif dan signifikan antara status sosial ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

H2: Ada pengaruh positif dan signifikan antara minat menggunakan sistem pembayaran non tunai terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

H3: Ada pengaruh positif dan signifikan antara literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

H4: Ada pengaruh positif dan signifikan antara Status sosial keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara variabel status sosial ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2016-2017 secara parsial sebesar 6,97%. Status sosial ekonomi keluarga menyumbang jumlah presentase paling tinggi dibanding kedua variabel lainnya. Hal ini dapat terjadi dikarenakan seorang mahasiswa masih sangat bergantung kepada kedua orang tua dalam memenuhi kebutuhan dan biaya hidup semasa perkuliahan berlangsung.
2. Terdapat pengaruh positif antara variabel minat menggunakan sistem pembayaran non tunai terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2016-2017 secara parsial sebesar 6,55%. Berkembangnya *trend* baru dengan menggunakan uang elektronik pada kalangan remaja dapat mengubah perilaku seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi. Akses yang mudah dan penggunaannya yang praktis membuat konsumen memiliki akses yang luas ketika melakukan transaksi pembelian, *trend* ini diharapkan dapat disikapi secara positif oleh mahasiswa dalam memutuskan proses pembelian.

3. Terdapat pengaruh positif antara variabel literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2016-2017 secara parsial sebesar 5,52%. Sebagai seorang mahasiswa ekonomi tentunya diharapkan dapat mempraktikkan teori dan ilmu yang telah dipelajari pada saat perkuliahan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan literasi ekonomi yang baik diharapkan seorang mahasiswa dapat mengatur pola konsumsi setiap harinya dengan baik.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel status sosial ekonomi keluarga, minat menggunakan sistem pembayaran non tunai dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang angkatan 2016-2017 sebesar 58,7%.

5.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat, khususnya kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016-2017 diharapkan dapat menerapkan teori-teori yang sudah dipelajari dalam perkuliahan untuk menentukan prioritas kebutuhan hidup sehari-hari dengan bertindak secara rasional pada saat melakukan kegiatan konsumsi, agar tidak terlalu membebani kedua orang tua yang telah membiayai seluruh kebutuhan di masa perkuliahan.

2. Dengan meningkatkan literasi ekonomi dan kecanggihan teknologi di masa kini mahasiswa diharapkan dapat menyikapi perkembangan ini dengan sikap yang bijak dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk kegiatan yang positif.
3. Bagi lembaga khususnya Fakultas Ekonomi, penelitian ini bisa menjadi referensi untuk lebih menekankan beberapa mata kuliah yang bisa menghindarkan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Sekaligus menjadi sebuah evaluasi mengenai kesenjangan tingkat literasi ekonomi mahasiswa yang masih terjadi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang khususnya masalah mengenai prinsip ekonomi dan kegiatan berkonsumsi.
4. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah terbatasnya variabel yang menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa, perbedaan hasil observasi penelitian terdahulu dengan hasil penelitian dapat terjadi karena diduga mahasiswa memiliki unsur normatif saat menjawab angket penelitian sehingga jawaban cenderung berupa tindakan atau perilaku yang baik dibanding kenyataan yang mereka alami. Pada variabel status sosial ekonomi keluarga disini peneliti hanya menggunakan indikator pendapatan untuk analisis regresi linier berganda. Dimana kedua indikator lainnya yaitu tingkat pendidikan orang tua dan pekerjaan orang tua hanya dijelaskan melalui analisis deskriptif. Ini sekaligus menjadi masukan untuk peneliti selanjutnya yang diharapkan lebih memperhatikan perbedaan jenis data pada instrumen penelitian dan menggunakan lebih dari satu metode pada saat proses pengambilan data.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyani, Y. (2016). Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai (Studi Kasus Pengunjung Pusat Perbelanjaan di Kawasan Malioboro). *Skripsi*.
- Aryani, G. (2006). Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA NEGERI 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 36-50.
- Deliarnov. (2010). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi* (3 ed.). Jakarta: Rajawali Press.
- Demirdjian, Z. (2014). Paradigm Shifts In Consumer Behavior: A Meta Analysis. *Proceedings of ASBBS, Vol.21*(No.01), 220-231.
- Gathergood, J. (2013). Self-Control, Financial Literacy and Consumer Over-Indebtness. *JEL Classification*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Harlan, D. (2014). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Resiko Persepsian Terhadap Minat Internet E-Banking Pada UMKM di Kota Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Jappelli, T. (2010). Economic literacy: An international comparison. *CFS Working Paper, 2010/16*.
- Joesron, S. T., & M. Fathorrazi. (2012). *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Juliana. (2013). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan. *Skripsi*.
- Khan, S. K. (2016). Consumer Behavior towards Buying of Smart Phone A Case of Jinnah University for Women. *The International Journal Of Business & Management*, 4(1), 226.
- Khaniwale, M. (2015). Consumer Buying Behavior. *International Journal of Innovation and Scientific Research*, 14(2), 278-286.
- Kotler, P., Keller, & Kevin L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid II* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusniawati, M. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 4(3).
- Mayasari, I. (2016). Pembentukan Perilaku Konsumsi Siswa Melalui Pembelajaran Ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 36-50.
- Nisar, W. (2014). Influences of Consumer Behavior: Research about Beverage Brands of Pakistan. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 4(8).

- Nitisusastro, M. (2013). *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirusahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Nugraheni, N. (2018). Pengaruh Interaksi Teman Sebaya, Intesitas Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Economyc Education Analysis Journal*.
- Orji, M. G. (2017, April). Impact of Personality Factors on Consumer Buying Behaviour Towards Textile Materials in South Eastern Nigeria. *International Journal of Business and Economics Research*, 6(1), 7-18.
- Polontalo, F. (2018). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Uang Di Indonesia Periode 2014-2017. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.18(No.03), 35-46.
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS Praktis dan Mudah Dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *JESP*, 8(1).
- Saraswati, N. R. (2018). Pengaru Konsep Diri, Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*.
- Schiffman L & Kanuk L. L. (2004). *Perilaku Konsumen (7th ed.)*. Jakarta: Indeks.
- Sina, P. G. (2012, Oktober). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(No.2), 135-143.
- Solihat, A. N., & Arnasik, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, II(1).
- Solomon, M. R. (2014). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being, 11th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Solomon, M.R; Rabolt, N. (2009). *Consumer behaviour in Fashion 2nd. Edition*. USA: Prentice Hall.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwaman, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suminar, E. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Pesona, Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 4(No. 2), 145-152.
- Sunyoto, D. (2014). *Praktik Research Perilaku Konsumen: Teori, Kuesioner, Alat dan Analisis Data*. Yogyakarta: Center of Publishing Service.

- Usman, R. (n.d.). Karakteristik Uang Elektronik Dalam Sistem Pembayaran. *e-journal unair*, 32(1), 134-166.
- Wijaya, F. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Peer Group, dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*.
- Zhang, Y. (2015). The Impact of Brand Image on Consumer Behavior: A Literature Review. *Open Journal of Business and Management*, 3, 58-62.