



**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, STATUS SOSIAL
EKONOMI ORANG TUA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA YANG TINGGAL DI
PONDOK PESANTREN**

Skripsi

Oleh

Ari Setiawati

7101416016

**JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
2020**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang pntia ujian skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Kamis

Tanggal : 3 September 2020


Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi



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

Dosen Pembimbing



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

PENGESAHAN KELULUSAN

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

Hari : Rabu


Tanggal : 30 September 2020

Penguji I



Prof. Dr. Joko Widodo, M.Pd.
NIP. 196701061991031003

Penguji II



Inaya Sari Melati, S.Pd., M.Pd.
NIP. 198912182015042003

Penguji III



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

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi
UNNES
Drs. Heri Yanto, MBA., PhD.
NIP. 196307181987021001

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ari Setiawati

NIM : 7101416016

Tempat, Tanggal Lahir : Tegal, 28 Januari 1999

Alamat : Dukuh Simendot, Desa Karangmulya RT 03 RW
07 Kec. Suradadi Kab. Tegal

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

Semarang, 3 September 2020



Ari Setiawati
NIM. 7101416016

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto

Kuliah, sekolah ataupun mengaji semua itu jangan dijadikan beban dalam hidup, tapi jadikanlah semua itu sebagai perantara (wasilah) untuk menggapai harapan. Dengan begitu akan terasa lebih ringan dalam menjalaninya.

(KH. Almamnuhin Kholid)

Persembahan:

Atas rahmat Allah SWT,
Saya persembahkan skripsi ini
untuk kedua orang tua Saya
bapak Zainal Arifin dan Ibu
Roisah dan almamater tercinta
Universitas Negeri Semarang.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, Status Sosial Ekonomi, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Yang Tinggal Di Pondok Pesantren”**. Sholawat serta salam peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta sahabat-sahabatnya yang selalu menjadi inspirasi bagi setiap umatnya.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Strata 1(S1) dan memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik berkat bantuan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, dalam kesempatan yang baik ini dan dengan penuh kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Prof, Dr. Fathur Rohman, M.Hum, Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu hingga menyelesaikan studi strata 1 di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang.
2. Drs. Heri Yanto, MBA., Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

3. Ahmad Nurkhin, S.Pd., M.Si. Ketua jurusan Pendidikan Ekonomi Program Strata 1 (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah mendorong dan mengarahkan penulis selama menempuh studi, memberikan pengesahan dalam menyelesaikan penyusunan skripsi.
4. Indri Murniawaty., S.Pd., M.Pd Dosen pembimbing yang telah memberikan kesempatan mengikuti perkuliahan program studi Pendidikan Ekonomi Koperasi S1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang serta telah memberikan bimbingan, bantuan, dan motivasi dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi.
5. Dr. Widiyanto, MBA., M.M dan Tusyanah, S.Pd., M.Pd. Dosen Wali Rombel Pendidikan Ekonomi Koperasi A 2016 yang telah memberikan motivasi dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.
6. Seluruh bapak dan ibu dosen pengajar serta staff Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama mengikuti perkuliahan dan membantu dalam penyelesaian skripsi.
7. Kedua orang tua saya, Bapak Zainal Arifin dan Ibu Roisah serta keluarga besar tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang yang tidak ternilai harganya.
8. Abah Kyai Slamet Hidayat dan Ibu Masruroh Mahmudah yang senantiasa membimbing dan mendoakan santri-santrinya.
9. Teman-teman rombel Pendidikan Ekonomi Koperasi A 2016 dan seluruh pihak yang memberikan motivasi dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.

10. Mbak Santri Pondok Pesantren Hufadzul Quran Al-Asror yang mendampingi dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi.

SARI

Setiawati, Ari. 2020. “*Pengaruh Financial Literacy, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa yang Tinggal di Pondok Pesantren*”. Skripsi. Jurusan Pendidikan Ekonomi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing: Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.

Kata Kunci: *Financial Literacy, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup, Perilaku Konsumsi.*

Perilaku konsumsi merupakan sebuah tindakan yang dilakukan individu dalam mengonsumsi dan menghabiskan suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren. Hasil observasi awal diketahui bahwa perilaku konsumsi mahasiswa dalam belanja *online* tergolong tinggi.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Kota Semarang yang berjumlah 772 mahasiswa, dengan sampel sejumlah 264 mahasiswa. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah *proportionate random sampling*. Metode pengumpulan data berupa angket. Metode analisis yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumsi berada pada kategori tinggi, variabel *financial literacy* dan variabel status sosial ekonomi orang tua berada pada kategori rendah, variabel gaya hidup berada pada kategori cukup. Hasil penelitian menunjukkan (1) terdapat pengaruh secara signifikan *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (3) terdapat pengaruh negatif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, saran yang dapat diberikan adalah mahasiswa diharapkan dapat mengontrol perilakunya dalam mengonsumsi suatu barang dan membuat skala prioritas untuk memilih kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu, membuat perencanaan keuangan baik harian, mingguan, atau bulanan, mampu menahan diri agar tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar yang mengarahkan seseorang untuk berperilaku konsumsi berlebih, serta lebih bijak dalam pengambilan keputusan pembelian.

ABSTRACT

Setiawati, Ari. 2020. "The Influence of Financial Literacy, Parents' Socio-Economic Status, and Lifestyle on the Consumption Behavior of Student Living in Islamic Boarding School. Thesis. Department of Economic Education. Faculty of Economics. Semarang State University. Advisor: Indri Murniawaty, S.Pd., M.Pd.

Keyword: Consumer Behavior, Financial Literacy, Socio-Economic Status Parents, Lifestyle

Consumption behavior is an action taken by individuals in consuming and spending goods or service to meet needs. The purpose of this study is to determine the effect of financial literacy, the socioeconomic status of parents, and a lifestyle on the consumption behavior of students who live in Islamic boarding schools. The result of preliminary observations show that the consumptive behavior of students who live in Islamic boarding schools.

This research used a quantitative approach. The population in this study were 772 students living in Islamic boarding schools in Gunungpati Semarang, with a sample of 264 students. The sampling technique used was proportionate random sampling. The analytical method used was descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis.

The results of the descriptive analysis show that the consumer behavior variable is in the high category, the financial literacy variable and the parents socioeconomic status variable are in the low category, the lifestyle variable is in the moderate category. The results showed (1) there was a significant influence on financial literacy, the socioeconomic status parents, a lifestyle on students' online shopping consumption behavior, (2) there is a positive and significant effect of financial literacy on students' online shopping consumption behavior, (3) there is a positive and significant influence on the socioeconomic status of parents on students' online shopping behavior, (4) there is a positive and significant influence of a lifestyle on behavior consumption student online shopping.

Based on the result of this study, the suggestion that can be given is that students can control their behavior in consuming an item and make a priority scale to choose the needs that must be met first, make financial planning both daily, weekly, or monthly, able to refrain from being influenced by the surrounding environment that directs someone to behave consumptively, and is wiser in making purchasing decisions.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING..	ii
PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
PRAKATA ..	vi
SARI	vii
<i>ABSTRACT</i> ..	ix
DAFTAR ISI ..	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR ..	xvii
DAFTAR LAMPIRAN ..	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang ..	1
1.2 Identifikasi Masalah ..	13
1.3 Cakupan Masalah ..	14
1.4 Rumusan Masalah ..	14
1.5 Tujuan Penelitian ..	15
1.6 Manfaat Penelitian ..	15
1.7 Orisinalitas Penelitian ..	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 <i>Grand Theory</i>	18
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen ..	18
2.2 Perilaku Konsumsi ..	18
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumsi ..	18
2.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	20
2.2.3 Indikator Perilaku Konsumsi ..	27

2.3	<i>Belanja Online</i>	
2.3.1	Pengertian <i>Belanja Online</i>	28
2.3.2	Keunggulan Berbelanja di <i>Online Shop</i>	29
2.3.3	Kelemahan <i>Belanja Online</i>	30
2.4	<i>Financial Literacy</i>	
2.4.1	Pengertian <i>Financial Literacy</i>	31
2.4.2	Indikator <i>Financial Literacy</i>	33
2.5	Status Sosial Ekonomi Orang Tua	
2.5.1	Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua	34
2.5.2	Ukuran Sosial Ekonomi	35
2.5.3	Indikator Sosial Ekonomi Orang Tua	36
2.6	Gaya Hidup	
2.6.1	Pengertian Gaya Hidup	37
2.6.2	Aspek-aspek Gaya Hidup.....	38
2.6.3	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup	39
2.7	Kajian Penelitian Terdahulu	42
2.8	Kerangka Berpikir	
2.8.1	Pengaruh <i>financial literacy</i> terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa pondok pesantren.....	52
2.8.2	Pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pondok pesantren	52
2.8.3	Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa pondok Pesantren.....	53
2.8.4	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pondok Pesantren	54
2.9	Hipotesis Penelitian	56
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1	Jenis dan Desain Penelitian	57
3.2	Populasi dan Sampel	57
3.2.1	Populasi.....	57
3.2.2	Sampel	58

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	58
3.3 Variabel Penelitian	
3.3.1 Variabel Dependen atau Terikat (Y)	60
3.3.2 Variabel Independen atau Bebas (X)	61
3.4 Instrumen Penelitian dan Uji Instrumen Penelitian	
3.4.1 Uji Validitas	63
3.4.2 Uji Reliabilitas	66
3.5 Teknik Pengumpulan Data	
3.5.1 Kuesioner (Angket)	67
3.6 Teknik Analisis Data	
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	68
3.6.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumsi.....	69
3.6.1.2 Analisis Deskriptif Variabel <i>Financial Literacy</i>	70
3.6.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	70
3.6.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup	71
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	
3.6.2.1 Uji Normalitas	71
3.6.2.2 Uji Linearitas	72
3.6.2.3 Uji Multikolinearitas	72
3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas.....	72
3.7 Analisis Linear Berganda	
3.8 Uji Hipotesis	
3.8.1 Uji Simultan (Uji F)	74
3.8.2 Uji Parsial	74
3.9 Analisis Koefisien Determinasi	
3.9.1 Koefisien Determinasi Simultan (R^2)	74
3.9.2 Koefisien Determinasi Parsial	75
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	
4.1.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif	76

4.1.1.1	Perilaku Konsumsi	76
4.1.1.2	<i>Financial Literacy</i>	78
4.1.1.3	Status Sosial Ekonomi Orang Tua	80
4.1.1.4	Gaya Hidup.....	82
4.1.2	Hasil Uji Asumsi Klasik	84
4.1.2.1	Uji Normalitas	84
4.1.2.2	Uji Linearitas	85
4.1.2.3	Uji Multikolinearitas	87
4.1.2.4	Uji Heteroskedastisitas	88
4.1.3	Analisis Regresi Linear Berganda	89
4.1.4	Hasil Uji Hipotesis	91
4.1.4.1	Uji Simultan (Uji F)	91
4.1.4.2	Uji Parsial (Uji T)	91
4.1.5	Analisis Koefisien Determinasi	93
4.1.5.1	Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2)	93
4.1.5.2	Uji Koefisien Determinasi Parsial	94
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian	
4.2.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa yang Tinggal di Pondok Pesantren	96
4.2.2	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Belanja <i>Online</i>	98
4.2.3	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Belanja <i>Online</i>	100
4.2.4	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Belanja <i>Online</i>	102
 BAB V PENUTUP		
5.1	Simpulan	104
5.2	Saran	106
DAFTAR PUSTAKA		107

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia	6
Tabel 1.1 Data Konten Internet yang Sering dikunjungi	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Daftar Mahasiswa Santri di Gunungpati	58
Tabel 3.2 Pemetaan Sampel Penelitian	59
Tabel 3.3 Kisi-kisi Uji Coba Instrumen	62
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi.....	63
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Financial Literacy</i>	64
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua.....	65
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup	65
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	66
Tabel 3.9 Kategori Penskoran Jawaban Angket Berdasarkan <i>Skala Likert</i>	68
Tabel 3.10 Kriteria penilaian variabel perilaku konsumsi	69
Tabel 3.11 Kriteria penilaian variabel <i>financial literacy</i>	70
Tabel 3.12 Kriteria penilaian variabel status sosial ekonomi orang tua	70
Tabel 3.13 Kriteria penilaian variabel gaya hidup.....	71
Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perilaku Konsumsi.....	77
Tabel 4.2 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi	77
Tabel 4.3 Hasil Analisis Statistik Deskriptif <i>Financial</i>	78
Tabel 4.4 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel <i>Financial Literacy</i>	79
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orang Tua	80
Tabel 4.6 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua	81
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Gaya Hidup	82
Tabel 4.8 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup.....	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas <i>Financial Literacy</i> dengan Perilaku Konsumsi	85

Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumsi	86
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumsi.....	86
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas dengan Perilaku Konsumsi Sebagai Variabel Dependen.....	87
Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas dengan Perilaku Konsumsi Sebagai Variabel Dependen	88
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Berganda	89
Tabel 4.16 Hasil Uji Hipotesis Simultan	91
Tabel 4.17 Hasil Uji Parsial (Uji t)	92
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan	93
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi Parsial (r^2)	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pencatatan Keuangan Mahasiswa Pondok Pesantren	10
Gambar 1.2 Uang Saku Mahasiswa Pondok Pesantren	11
Gambar 1.3 Mahasiswa Penggemar Barang Bermerek	12
Gambar 1.4 Kebutuhan Yang Dibeli Mahasiswa	12
Gambar 2.8 Kerangka Teori.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Diagram Hasil Observasi Awal	113
Lampiran 2 Angket Uji Coba Penelitian	115
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	121
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	136
Lampiran 5 Output Analisis Deskriptif.....	137
Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi.....	138
Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda	143
Lampiran 8 Angket Penelitian.....	145
Lampiran 9 Tabulasi Data Penelitian.....	151
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian	184
Lampiran 11 Daftar Responden.....	185

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap orang memiliki kebutuhan hidup yang berbeda-beda. Kebutuhan hidup tersebut dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda pula. Ada orang yang memenuhinya dengan cara yang sederhana dan ada pula yang memenuhinya dengan cara yang berlebihan. Hal tersebut menyebabkan seseorang untuk berperilaku konsumsi. Perilaku konsumsi bisa terjadi pada semua kalangan. Tidak hanya pada kalangan dewasa saja, namun perilaku konsumsi juga sering terjadi pada kalangan remaja. Usia remaja sering dijadikan target utama dalam pemasaran sebuah produk. Hal ini dikarenakan pada usia remaja memiliki karakteristik yang mudah untuk dipengaruhi dan dibujuk, sehingga memunculkan perilaku konsumsi pada remaja.

Masa remaja, menurut Mappiare (1982), berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah remaja awal, 17/18 tahun sampai 21/22 tahun adalah remaja akhir. Pada umumnya, remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (*high curiosity*), karena didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin bertualang, menjelajah sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya. Selain itu, didorong juga oleh keinginan seperti orang dewasa menyebabkan remaja ingin mencoba melakukan apa yang sering dilakukan oleh orang dewasa. (Ali Mohammad, 2009).

Perilaku konsumsi berdasarkan prinsip ekonomi perlu diterapkan untuk mengatasi arus konsumerisme yang terjadi pada saat ini. Perilaku konsumsi berdasarkan prinsip ekonomi pada umumnya mempertimbangkan rasionalitas. Menurut Alihamdan (2018) pada dasarnya perilaku konsumen secara umum dibagi menjadi dua yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irrasional. Rasional adalah tindakan konsumen dalam melakukan pembelian barang dan jasa dengan mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum seperti: Kebutuhan utama/primer, kebutuhan mendesak, dan daya guna produk itu sendiri kepada konsumen pembelinya. Irrasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau *marketing* dari suatu produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan atau kepentingan. Perilaku konsumsi rasional adalah perilaku konsumsi yang dimana seorang konsumen melakukan tindakan atau mengonsumsi barang berdasarkan pada akal serta prinsip-prinsip ekonomi. Setiap individu perlu menerapkan perilaku konsumsi yang rasional. Seseorang yang mampu menerapkan perilaku konsumsi rasional akan dapat mengontrol pola konsumsi sehingga dapat menghindari pemborosan akibat dari pembelian dan penggunaan barang dan jasa yang berlebihan. Perilaku konsumsi pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang “in” (Hamdan, 2013).

Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Konsumtif berasal dari bahasa Inggris *consumtive* yang berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah (Effendi : 2016). Dalam perilaku konsumen, berbagai pilihan yang ada di pasar merupakan pilihan dalam pemenuhan kebutuhan. Setiap individu memiliki kebutuhan yang berbeda. Komunikasi antar konsumen akan membentuk cara dalam memenuhi kebutuhan. Berbagai pilihan yang ada di pasar merupakan pilihan dalam pemenuhan kebutuhan. Bagaimana cara menentukan pilihan dapat dipelajari dalam ilmu ekonomi yang membantu manusia dalam pemenuhan kebutuhan yang baik. Manusia memerlukan pengetahuan dan pemahaman tentang konsumen dan perilaku konsumen agar tidak salah dalam mengonsumsi barang dan jasa (Ernawati, 2018).

Perilaku konsumsi berlebih yang terjadi pada seseorang akan menimbulkan dampak negatif bagi perekonomiannya. Apabila perilaku konsumsi tidak dapat dikontrol akan menjadikan kebiasaan boros dalam hidup seseorang. Mahasiswa biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, tidak realistis, dan boros dalam menggunakan uang sakunya. Pada setiap kesempatan berbelanja *online* menjadi

perbincangan oleh sebagian kalangan mahasiswa karena bisa diakses melalui *Whatsapp*, *Smartphone*, dan media yang lebih memudahkan mahasiswa untuk mengaksesnya dalam melakukan belanja *online*. Semakin maraknya *online shop* di kalangan mahasiswa akan membuat mahasiswa semakin diberi kemudahan untuk melakukan transaksi membeli *online* (Hardini, 2019). Dari beberapa pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi merupakan sebuah tindakan dimana seseorang mengonsumsi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Pesantren pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional dimana para siswanya tinggal bersama dan belajar dibawah bimbingan seorang guru yang biasa dikenal dengan sebutan “kyai”. Asrama untuk para siswa tersebut berada dalam lingkungan komplek pesantren dimana kyai bertempat tinggal yang juga menyediakan sebuah masjid untuk beribadah, ruang untuk belajar dan kegiatan-kegiatan lainnya. Kelebihan dari pesantren yaitu terletak pada kemampuannya menciptakan sebuah sikap hidup universal yang merata diikuti oleh semua santri, sehingga lebih mandiri dan tidak bergantung pada siapa dan lembaga masyarakat apapun. Menurut Arifin (2012) Pola pendidikan di pesantren sangat khas dan menjadi pembeda dengan lembaga pendidikan yang lain. Pola ini lebih menggambarkan bagaimana tradisi di lingkungan pesantren yang menekankan pada etika santri dalam belajar di pesantren. Akan tetapi, seiring perkembangan zaman, ada sebagian tradisi pesantren yang sudah ditinggalkan oleh santri, misalnya: pola hidup sederhana. Hal ini dapat dibuktikan

banyaknya kasus hidup mewah santri, khususnya para santri yang tinggal di pesantren modern.

Ada sebagian pesantren modern yang memberikan fasilitas tempat tidur yang berbeda dengan santri yang lain, misalnya: ada yang 1 kamar dipakai 4 orang, ada juga 1 kamar digunakan 20 orang dengan fasilitas yang berbeda, dan hal ini tidak terdapat di pesantren tradisional. Fasilitas ini membuat para santri hidup layaknya di rumah sendiri, dan bahkan cenderung untuk hidup mewah. Tradisi hidup mewah pun kadang menjalar ke para pengasuh pesantren atau kyai, misalnya sebagai kyai yang memiliki mobil mewah, walaupun itu digunakan untuk urusan pesantren.

Saat ini telah banyak jenis pondok pesantren yang mencoba mengimbangi tuntutan modernisasi. Namun tak jarang pula karena kurang mampu dalam mengadopsi modernisasi pendidikan dengan baik, makahal tersebut dapat mengancam daya saing peserta didik pondok pesantren modern. Misalnya saja fenomena yang terjadi saat ini, yaitu gaya hidup mewah yang terjadi pada kalangan santri. Gaya hidup tersebut dapat dilihat dari cara santri dalam memutuskan barang-barang yang hendak dibelinya atau dikonsumsi. Pada era modernisasi ini, semakin banyak masyarakat yang membeli barang dan jasa bukan sekedar untuk mendapatkan nilai kemanfaatannya atau karena didesak kebutuhan yang tidak bisa ditunda, melainkan karena dipengaruhi oleh gaya hidup. Santri pondok pesantren juga mengalami hal yang sama. Hal ini terlihat dari gaya hidup mereka yang sudah mulai mengikuti perkembangan zaman. Mulai dari cara mereka berpakaian, hingga barang-barang yang dimiliki.

Penggunaan internet kini juga semakin marak dikalangan masyarakat. Kemudahan untuk mengakses internet ini bisa dirasakan oleh semua kalangan, tak terkecuali pada kalangan mahasiswa. Fasilitas dan layanan yang diberikan memudahkan penggunanya untuk mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet (APJI) dalam CNBC Indonesia menyatakan bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sudah mencapai angka 171,17 juta jiwa. Angka tersebut setara dengan 64,8% dari total penduduk Indonesia 246,16 juta jiwa. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terdapat penambahan pengguna internet di Indonesia mencapai 27,92 juta orang atau tumbuh 10,12%. Hal tersebut dapat dilihat dari Tabel 1.1

Tabel 1.1
Data Pengguna Internet Indonesia

Provinsi	Jumlah Pengguna Internet	Persentase (%)
Jawa dan Bali	94,1 juta jiwa	55%
Sumatera	35,9 juta jiwa	21%
Papua	17,1 juta jiwa	10%
Kalimantan	15,4 juta jiwa	9%
Nusa Tenggara	8,5 juta jiwa	5%
Total	171,17 juta jiwa	100%

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018

Dari hasil survei yang dilakukan oleh APJII provinsi yang paling banyak menggunakan internet adalah provinsi Jawa dan Bali dengan jumlah pengguna internet sebanyak 94,1 juta jiwa atau sekitar 55 persen. Dari data tersebut dapat

dilihat bahwa provinsi Jawa termasuk dalam kategori dengan jumlah pengguna internet terbanyak di Indonesia.

Tabel 1.2
Data Konten Internet Yang Sering DiKunjungi

Konten Internet	Jumlah Pengguna Internet	Persentase
<i>Online shop</i>	82,2 juta jiwa	62%
Bisnis personal	45,3 juta jiwa	34,2%
Lainnya	5 juta jiwa	3,8%
Total	132,500 juta jiwa	100%

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia 2018

Data tersebut menunjukkan, pengguna internet Indonesia lebih sering mengunjungi web *onlineshop* yaitu sebanyak 82,2 juta jiwa atau sekitar 62 persen. Kemudian, konten yang sering dikunjungi selanjutnya adalah konten bisnis personal yaitu sebanyak 45,3 juta jiwa atau sekitar 34,2 persen, lainnya yaitu sebanyak 5 juta jiwa atau sekitar 3,8 persen.

Online shopping atau belanja *online* via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa melalui internet. Sejak kehadiran internet, para pedagang telah berusaha membuat toko *online* dan menjual produk mereka yang sering menjelajahi dunia maya (internet) melalui berbagai macam media sosial, blog, bahkan web (Alfatris, 2014). Belanja *online* (*online shopping*) adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari penjual melalui media internet menggunakan sebuah web *browser* (Hardiawan, 2013). Belanja *online* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mempermudah dalam proses

transaksi jual beli, apalagi sekarang sudah banyak aplikasi belanja *online* yang semakin mudah diakses untuk semua kalangan, baik remaja maupun dewasa. Kemudahan belanja *online* diantaranya adalah lebih mudah karena dapat diakses melalui *smartphone*, lebih nyaman dan praktis karena memiliki metode pembayaran yang bervariasi. Dalam berbelanja *online* kita tidak perlu datang ke toko tersebut, melainkan kita dapat memilih dan memilah barang melalui unggahan oleh si pemilik toko *online* tersebut.

Dilansir dari berita kompas.com bahwa:

Bank Indonesia regional Jawa Tengah mencatat kenaikan signifikan terhadap perilaku konsumen belanja *online*. Masyarakat di Jateng disebut mulai beralih ke belanja *online* dibanding di pusat perbelanjaan. BI mencatat, selama empat tahun terakhir kegiatan pengiriman melalui jasa logistik meningkat hingga 18,1persen. Dari peningkatan itu, 80 persen di antaranya adalah konsumen dari ritel yang berbelanja melalui *online*. Rahmad mengatakan, pergeseran cara belanja itu juga dimanfaatkan masyarakat untuk hal lain. Warga yang semestinya berbelanja di pusat perbelanjaan beralih dengan memesan melalui *online* (Nurdin,2017).

Dilansir dari berita kompas.com yang memiliki pernyataan sebagai berikut :

Hasil survei terbaru lembaga riset Snapcart di Januari 2018 mengungkapkan bahwa generasi milenial menjadi pembelanja terbanyak di bidang *e-commerce* yakni sebanyak 50% (25-34 tahun). Mayoritas konsumen belanja *online* berdasarkan gender adalah wanita dengan jumlah mencapai 65%. Jika digabung dengan generasi Z (15-24 tahun) maka jumlah pembelanja dari generasi muda mencapai sekitar 80. "Jadi anak-anak muda usia 15-24 tahun mendominasi 80% daripada penggunaan *e-commerce*," papar *Business Development Director Snapcart Asia Pasifik* Felix Sugianto di Kantor Snapcart, Jakarta Selatan. Karakteristik generasi millennial dan z yang lekat dengan teknologi kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan-perusahaan *e-commerce* untuk hal promosi. Terbukti hampir semua sumber informasi tentang *e-commerce* berasal dari media digital. Felix menyebutkan, 25 persen sumber informasi berasal dari televisi dan 21 persennya dari iklan di sosial media seperti *Facebook*, *Instagram* atau *Twitter* (Nabila Tashandra: 2018)

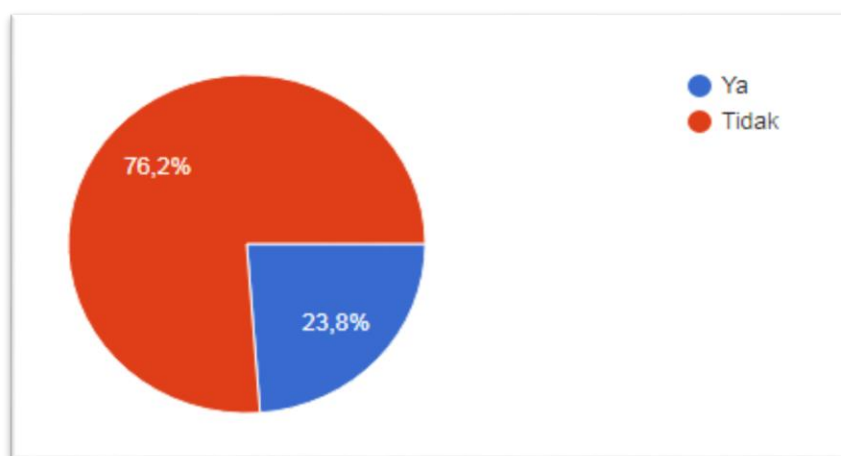
Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat yang dekat dengan internet.

Konten belanja *online* yang kini sudah bisa diakses melalui sosial media semakin

memudahkan seseorang untuk melakukan belanja *online*, tidak terkecuali pada mahasiswa pondok pesantren. Di pondok pesantren juga marak ditemukan mahasiswa yang sering melakukan belanja *online*. Umumnya mahasiswa pondok pesantren melakukan belanja *online* bukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan demi memperoleh kepuasan dan kesenangan, sehingga hal tersebut menyebabkan seseorang menjadi berperilaku konsumsi berlebih. Di pondok pesantren juga banyak ditemukan mahasiswa yang memiliki barang-barang mewah dan bermerek. Kepemilikan barang-barang tersebut ternyata tidak hanya pada mahasiswa yang orangtuanya berpenghasilan tinggi saja, namun mahasiswa dari orang tua yang berpenghasilan kurang tinggi juga memilikinya. Jenis barang-barang yang dimiliki juga bergantung pada kelompoknya masing-masing. Berdasarkan fakta-fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa santri ini termasuk perilaku konsumsi yang berlebihan. Berdasarkan penemuan tersebut peneliti ingin mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa dan mengetahui pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orangtua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi dalam Pondok Pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa pondok pesantren yakni *financial literacy*. *Financial literacy* atau Pengelolaan keuangan pribadi menjadi penting bagi setiap individu terutama mahasiswa. Pengelolaan keuangan pribadi menjadi penting karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang. Pengelolaan keuangan pribadi merupakan bentuk kecerdasan dalam mengelola aset keuangan

pribadi. Pengelolaan keuangan perlu dilakukan secara disiplin dan terencana, sehingga tujuan yang sudah direncanakan dapat terealisasi pada saat yang sudah ditentukan. Perencanaan keuangan yang baik perlu diimbangi dengan realisasi atau pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang sudah direncanakan (Mabyakto, 2017). Mahasiswa seharusnya memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan sebagai acuan dalam mengelola keuangan.



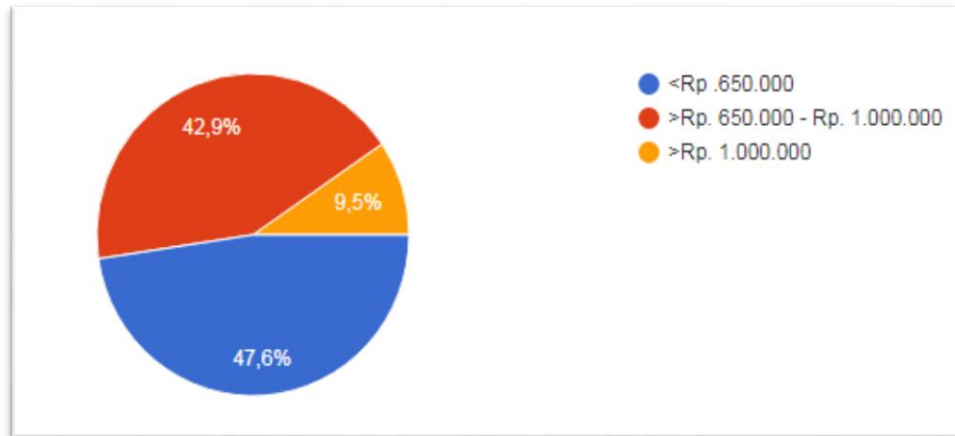
Gambar 1.1 Pencatatan Keuangan Mahasiswa Pondok Pesantren

Sumber: Data Observasi Awal

Berdasarkan data diatas, mahasiswa pondok pesantren yang melakukan pencatatan keuangan yaitu sebanyak 4 orang atau sekitar 23,8%, sisanya sebanyak 17 orang atau sekitar 76,2% tidak melakukan pencatatan keuangan. Hal tersebut membuktikan bahwa masih ada mahasiswa yang belum sepenuhnya menerapkan pencatatan keuangan.

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa pondok pesantren adalah status sosial ekonomi orang tua. FS. Chapin dalam (Nurjannah, 2014:11) menyatakan status sosial ekonomi merupakan posisi yang ditempati seseorang maupun keluarganya sesuai ukuran rata-rata yang berlaku secara umum meliputi pendapatan, pemilikan barang dan

partisipasi dalam kelompok organisasinya. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa status sosial ekonomi dapat dijadikan sebagai identitas diri.

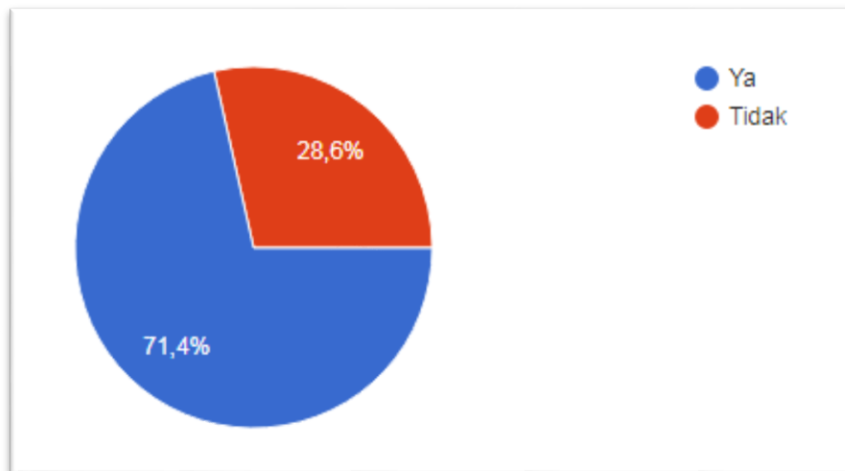


Gambar 1.2 Uang Saku Mahasiswa Pondok Pesantren

Sumber: Data Observasi Awal

Hasil observasi awal, data yang diperoleh dari 21 responden menunjukkan bahwa mahasiswa pondok pesantren dengan uang saku > Rp 1.000.000 berjumlah 2 orang atau sekitar 9,5%. Kemudian mahasiswa dengan uang saku >Rp 650.000 – Rp 1.000.000 berjumlah 9 orang atau sekitar 42,9%, selain itu rata-rata dalam uang saku < Rp 650.000.

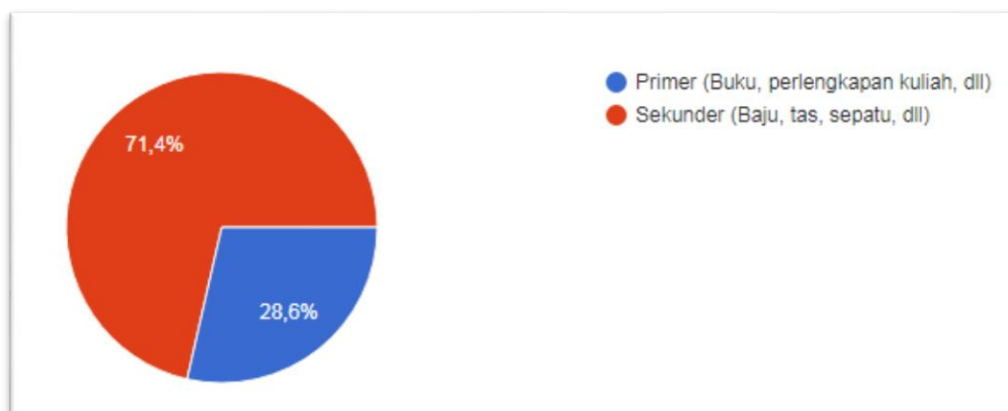
Faktor selanjutnya yang diduga mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa pondok pesantren adalah gaya hidup. Gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang. Gaya hidup merupakan bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Dengan adanya fenomena tersebut, remaja cenderung lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras (Gushevinalti, 2010).



Gambar 1.3 Mahasiswa Penggemar Barang Bermerek

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Data yang diperoleh dari penelitian awal menunjukkan sebanyak 71,4% mahasiswa pondok pesantren lebih menyukai barang-barang dengan merk terkenal, karena dengan menggunakan barang *branded* dapat menunjukkan citra mereka terhadap lingkungan sekitar, sisanya 28,6% mahasiswa pondok pesantren lebih menyukai barang dengan merk standar.



Gambar 1.4 Kebutuhan Yang Dibeli Mahasiswa dalam Belanja Online

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil penelitian awal di atas menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa pondok pesantren kurang memerhatikan kebutuhan dasar pendidikan seperti perlengkapan kuliah, buku, dan lainnya. Diagram diatas menunjukkan

sebanyak 71,4% lebih memilih untuk membeli kebutuhan tambahan, serta sisanya sebanyak 28,6% memilih untuk membeli kebutuhan primer seperti, buku dan perlengkapan kuliah lainnya.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Financial Literacy*, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditemukan permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu mahasiswa pondok pesantren di kecamatan Gunungpati Semarang menunjukkan perilaku konsumsi belanja *online* yang tinggi. Maka dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Tingginya perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.
2. Mahasiswa pondok pesantren belum sepenuhnya menerapkan *financial literacy* pada kehidupan sehari-hari.
3. Status sosial ekonomi orang tua yang tergolong rendah, namun tetap menjadikan mahasiswa pondok pesantren melakukan perilaku konsumsi belanja *online* yang tinggi.

1.3 Cakupan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, peneliti akan mengkaji mengenai pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa. Peneliti memfokuskan penelitian ini pada perilaku konsumsi belanja *online*. Lokasi penelitian bertempat di pondok pesantren yang ada di kecamatan gunungpati Semarang. Dimana peneliti membatasi pada pondok pesantren yang santrinya merupakan mahasiswa.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Kota Semarang?
2. Adakah pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Kota Semarang?
3. Adakah pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Kota Semarang?
4. Adakah pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan tentang perilaku konsumsi, menambah wawasan tentang ilmu ekonomi, khususnya terkait dengan perilaku konsumsi.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Mampu memberikan informasi mengenai perilaku konsumsi dan acuan bagi peneliti selanjutnya terkait faktor-faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

1.7 Orisinalitas Penelitian

Penelitian tentang pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi telah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Hardini (2019) yang berjudul Pengaruh *Financial Literacy*, *Locus of Control* dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan *Gender* sebagai Variabel *Dummy*. Dimana variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah *financial literacy*, *locus of control* dan teman sebaya, dengan menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel terikatnya. Penelitian tersebut menyatakan terdapat pengaruh secara signifikan *financial literacy*, *locus of control* dan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Anggraeni (2017) yang berjudul Pengaruh Media Sosial dan Status sosial Ekonomi Orangtua terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Dimana variabel bebas yang digunakan dalam penelitian

tersebut adalah media sosial dan status sosial ekonomi orangtua, dengan menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel terikatnya. Penelitian tersebut menyatakan variabel media sosial dan status sosial ekonomi orangtua secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang dengan kontribusi 42,2%, secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 31,3%. Status sosial ekonomi orangtua berpengaruh terhadap perilaku konsumtif 19,7%. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan *financial literacy*, status sosial ekonomi orangtua, dan gaya hidup sebagai variabel bebas dan perilaku konsumsi belanja *online* sebagai variabel terikatnya.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah jenis variabel dan sampel penelitian yaitu dengan menggunakan perilaku konsumsi belanja *online* sebagai variabel dependen dan *financial literacy*, status sosial ekonomi orangtua, serta gaya hidup sebagai variabel independen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pondok pesantren yang ada di Kecamatan Gunungpati. Alasan peneliti melakukan penelitian ini adalah melihat fenomena yang ada saat ini semakin banyak mahasiswa pondok pesantren yang lebih memilih melakukan belanja *online* dan bergaya hidup mewah. Hal ini yang menjadikan penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 *Grand Theory*

2.1.1 Teori Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2008:166) perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler mengemukakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dari konsumen. Dari faktor pribadi adalah gaya hidup konsumen yang ikut mempengaruhi keputusannya dalam membeli suatu produk.

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu banyaknya perilaku-perilaku konsumen yang tidak rasional. Akibatnya sering terjadiseorang konsumen melakukan pembelian bukan berdasarkan kebutuhan lagi melainkan untuk keinginan semata. Perilaku-perilaku yang mengikuti perkembangan *fashion* dan tuntutan sosial lainnya cenderung menimbulkan pola konsumsi yang berlebihan dan akan menyebabkan gaya hidup yang cenderung hedonis.

2.2 Perilaku Konsumsi

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi hampir sama dengan perilaku konsumen. Perbedaan perilaku konsumsi dengan perilaku konsumen terletak pada konteks penggunaan kalimat. Konsumen berarti memakai barang hasil produksi sedangkan konsumsi yaitu pemakaian barang hasil produksi.

Khan (2006:4) menyatakan “*Consumer behavior can be defined as the decision-making process and physical activity involved in acquiring, evaluating, using and disposing of goods and services*” artinya perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas fisik untuk memperoleh, evaluasi, penggunaan dan penempatan barang dan jasa. Perilaku konsumen dalam teori Ekonomi Mikro. Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsinya, dimana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan *marginal utility* yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk yang lain (Sukirno, 2005).

Perilaku konsumen menurut para ahli adalah:

Menurut Schiffman dan Kanuk merujuk kepada perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk barang dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen dalam konsumsi menurut Engel et al perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini. Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumen dibagi menjadi dua bagian, yang pertama adalah perilaku yang tampak, variabel-variabel yang termasuk ke dalamnya adalah bagaimana konsumen melakukan pembelian. Kedua adalah perilaku yang tak tampak, variabel-variabelnya antara lain persepsi, ingatan terhadap informasi dan perasaan kepemilikan konsumen. Sedangkan Kotler dan Armstrong mengartikan perilaku konsumen sebagai perilaku pembelian konsumen akhir, baik individu maupun rumah tangga, yang membeli produk untuk konsumsi personal. (dalam Nitususastro, 2012:31).

Berdasarkan pendapat di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumsi merupakan sebuah tindakan individu atau kelompok dalam

menghabiskan, memakai dan mengonsumsi suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya.

2.2.2 Faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumsi

Khan (2006:27) dalam Hidayah (2014:17) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu:

1. Faktor Internal/individual

- a) Motivasi, yaitu dorongan internal yang menimbulkan kebutuhan dan menjadi arahan bagi manusia dalam bertindak untuk memenuhi kebutuhan tersebut.
- b) Sikap, yaitu bagaimana seseorang merespon terhadap stimulus yang diberikan. Sikap seseorang banyak dipengaruhi oleh pembelajaran terhadap lingkungan sekitar.
- c) Kepribadian dan konsep diri, yaitu kualitas mental, fisik, moral dan karakteristik manusia yang menggambarkan siapa mereka sebelumnya.
- d) Pembelajaran dan memori, tiap hari manusia mendapatkan informasi, dan manusia berusaha mengingat informasi tersebut dalam memorinya untuk kepentingan tertentu.
- e) Pemrosesan informasi, manusia menganalisis dan mengolah informasi yang diperolehnya dan akan menyeleksi informasi yang menurutnya bermanfaat.

2. Faktor Eksternal

- a) Budaya, yaitu pengetahuan, kepercayaan, tradisi, kebiasaan, seni, aturan moral atau perilaku lainnya yang dianut oleh anggota masyarakat.

- b) Sub-budaya, tiap budaya memiliki sub-budaya yang unik dan berbeda antar kelompok masyarakat.
- c) Kelas sosial, yaitu kelompok yang memiliki status yang sama di masyarakat, seperti pendapatan, pendidikan, jabatan, tempat tinggal, dan sebagainya
- d) Kelompok sosial (*social group*), yaitu kelompok yang terdiri dari hubungan, sikap dan ketertarikan yang sama. Kelompok ini akan menjadi sangat kuat pengaruhnya, jika memiliki intensitas interaksi yang tinggi.
- e) Keluarga, yaitu kelompok primer yang paling penting dan sumber yang kuat dalam mempengaruhi perilaku seseorang.
- f) Individu, individu memiliki pandangan, dan pendirian yang berbeda dengan orang lain, dan terkadang menolak pandangan dari kelompoknya.
- g) Pengaruh lain, misalnya peristiwa nasional atau regional seperti olimpiade, *World Cup*, perang dan peristiwainya.

Menurut Kotler dan Keller (2008:166) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

1. Faktor Kultural

a) Budaya

Budaya adalah dasar keinginan dan perilaku seseorang. Anak-anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya serta lembaga-lembaga penting lain.

b) Sub budaya

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan ciri-ciri dan sosialisasi spesifik bagi anggotanya. Sub-budaya terdiri dari kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

c) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan bentuk strata sosial yang relatif sejenis dan bertahan lama dalam masyarakat serta anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Memiliki beberapa karakteristik memiliki kemiripan dalam cara berpakaian, kelas sosial memiliki anggapan orang lain lebih rendah atau lebih tinggi, kelompok variabel yang merupakan indikator kelas sosial, kelas sosial dapat bergerak naik turun sepanjang hidup.

2. Faktor Sosial

a) Kelompok acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merek berbeda-beda, pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabotan dan pakaian.

b) Keluarga

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung. Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri dan cinta. Meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

c) Status dan peran

Seseorang berpartisipasi ke dalam banyak kelompok seperti keluarga, klub, organisasi. Kedudukan di masing-masing kelompok dapat ditentukan oleh peran dan status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran menghasilkan status. Dengan status yang dimiliki di masyarakat, dapat dipastikan ia akan mempengaruhi pola atau sikap orang lain dalam hal berperilaku terutama dalam hal perilaku pembelian.

3. Faktor Pribadi

a) Usia

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Tahap siklus hidup, situasi keuangan dan minat produk berbeda-beda dalam masing-masing kelompok. Pemasar memberikan perhatian yang besar

pada situasi hidup yang berubah, dan dampak mereka pada perilaku konsumtif

b) Pekerjaan dan kondisi ekonomi

Pola konsumsi dipengaruhi oleh pekerjaan, seseorang akan melakukan konsumsi sesuai kebutuhannya dalam pekerjaan yang dilakukan. Keadaan ekonomi mempengaruhi pilihan konsumsi yaitu penghasilan yang dapat dibelanjakan, tabungan, utang, dan pengeluaran.

c) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda-beda yang mempengaruhi perilaku konsumsinya. Kepribadian adalah kumpulan sifat psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif konsisten dan tahan lama terhadap perilaku konsumsinya. Sedangkan konsep diri dibagi menjadi dua yaitu konsep diri ideal (cara memandang diri sendiri) dan konsep diri menurut orang lain (pendapat orang lain).

d) Gaya hidup dan Nilai

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dicerminkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Nilai inti merupakan sistem kepercayaan yang mendasari sikap dan perilaku yang juga mendasari konsumsi.

4. Faktor Psikologis

a) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang selalu mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan terhadap suatu produk.

b) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seseorang untuk memilih, mengatur, dan menerjemahkan informasi guna menciptakan gambaran dunia. Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tetapi bagaimana individu yang termotivasi tersebut bertindak adalah dipengaruhi oleh persepsi mengenai sesuatu dan kondisi tempat ia tinggal. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian terhadap suatu produk.

c) Konsep diri

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara bagaimana seseorang dapat melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkannya. Setiap orang memiliki suatu konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan-pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap suatu produk, baik berupa barang ataupun jasa.

d) Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang sangat berpengaruh pada perubahan-perubahan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya, seperti motif, IQ, emosi spiritual, maupun persepsi dan faktor-faktor eksternal, seperti lingkungan fisik, keluarga, masyarakat. Pada dasarnya kepribadian mempengaruhi persepsi dan perilaku pembeli.

e) Pengalaman belajar

Belajar sebagai suatu proses yang membawa perubahan dalam *performance* sebagai akibat dari latihan atau pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

f) Sikap dan keyakinan (Agama)

Sikap merupakan suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka. Secara emosional tindakannya cenderung kearah berbagai objek dan ide.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut diduga mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa pondok pesantren. Faktor yang relevan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor literasi keuangan (*financial literacy*)
2. Faktor sosial ekonomi orang tua
3. Faktor gaya hidup, yaitu pola hidup seseorang

2.2.3 Indikator Perilaku Konsumsi

Menurut Sukari, dkk (2013:17) indikator perilaku konsumsi adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.

Gengsi membuat individu lebih memilih barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.

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

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

5. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

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

Berdasarkan kajian teori yang telah dikemukakan diatas, yang dimaksud dengan perilaku konsumsi berlebih adalah suatu tindakan seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi secara berlebihan tanpa didasarkan pada pertimbangan rasional dengan mengutamakan keinginan atau kesenangan daripada kebutuhan atau kegunaan dari barang tersebut.

2.2.3. Belanja *Online*

2.2.3.1 Pengertian Belanja *Online*

Belanja *online* atau *E-Commerce* adalah sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara yaitu berupa situs-situs jual beli *online* ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa yang diperjualbelikan. Kini belanja *online* telah menjadi sebuah kebiasaan bagi sebagian orang, dikarenakan kemudahan yang diberikan, orang-orang banyak beranggapan bahwa belanja *online* adalah salah satu sarana untuk mencari barang-barang yang diperlukan seperti kebutuhan sehari-hari, hobi, dan sebagainya. Belanja *online* juga dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk membelanjakan uangnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan di toko *online*. Proses tersebut dapat dilakukan dengan cara memesan barang yang diinginkan melalui vendor atau produsen serta *reseller* dengan menggunakan internet. Selanjutnya melakukan pembayaran dengan cara mentransfer via bank, *e-bank*, ataupun COD (*Cash on Delivery*) (Harahap, 2018)

2.2.3.2 Keunggulan Berbelanja di *Online Shop*

Menurut Agustini (2017) keunggulan toko *online* daripada toko *offline* adalah sebagai berikut:

1. Mudah karena dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja, melalui perangkat komputer dimana saja yang terkoneksi dengan internet, termasuk dengan perangkat *mobile* pribadi. Mudah karena tinggal masuk ke web, pilih produk, baca deskripsi produk, klik beli, pilih metode pembayaran, dan tunggu barang diantar.
2. Murah, alasan lain belanja *online* adalah karena lebih murah. Ini karena biaya untuk menjual produk di internet lebih murah sehingga secara *fair* konsumen juga berhak atas biaya yang lebih murah jika dibandingkan dengan harga di pasar *offline*. Bahkan bila harga barang di *online* sama dengan harga *offline* itupun masih bisa dihitung lebih murah karena ada beberapa komponen biaya lain yang sebenarnya tidak perlu dikeluarkan seperti biaya bensin, parkir, tol, makan, dll. Jadi belanja *online* memang benar-benar lebih murah.
3. Praktis karena tidak perlu mendorong *trolley*, tidak perlu antri di kasir, dan tidak perlu marah-marah dengan layanan SPG yang lamadan tidak memuaskan. Belanja *online* bisa dilakukan dimana saja, kapan saja dengan alamat pengiriman yang boleh ditentukan sendiri misalnya untuk kado. Tidak ada model belanja lain yang bisa menandingi kepraktisan model belanja seperti ini.

4. Efisien karena konsumen tidak perlu berlama-lama menghabiskan waktu mencari produk yang dibutuhkan. Waktu menjadi lebih efisien daripada harus berjam-jam menembus kemacetan lalu lintas. *E-commerce* yang saat ini hadir menjamu baik dalam skala rumahan, toko *online* individu, maupun *e-commerce* besar, tentu saja semua untuk melayani kita supaya hidup lebih efisien.
5. Modern, solusi berbelanja lewat *online* adalah gaya hidup manusia modern yang menyukai kepercayaan, kepraktisan, efisien, kemudahan, dan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komputer. Konsumen seperti ini umumnya adalah kelas menengah keatas tidak memandang siapapun mereka, baik orang tua, ibu rumah tangga, karyawan, pelajar/mahasiswa, pengusaha adalah orang-orang dengan pemikiran modern dan percaya bahwa belanja tidak harus bertatap muka dengan penjual atau melihat barang secara langsung karena percaya bahwa integritas adalah sesuatu yang harus dijunjung tinggi.

2.2.3.3 Kelemahan Belanja *Online*

Menurut Agustini (2017) kelemahan dalam belanja *online* adalah sebagai berikut:

1. Kualitas barang yang diinginkan kadang-kadang berbeda kualitasnya dengan yang tercantum di *website*.
2. Rentan penipuan, beberapa jenis penipuan yang sering terjadi dalam kasus pembelian atau berbelanja *online* adalah sebagai berikut:

- a. *Phising* merupakan pembajakan lewat situs tipuan, membuat web yang mirip dengan web lainnya dengan maksud untuk menipu.
 - b. Produk palsu, menjual produk palsu yang mungkin didapatkan dari sumber yang tidak dapat dipercaya dan bahkan produk tersebut tidak dapat digunakan sama sekali atau produk tersebut tidak memiliki standar yang telah ditentukan pemerintah.
 - c. Produk tidak dikirim, sering terjadi setelah pembeli mengirimkan dana pembayarannya namun produk tak pernah diterima pembeli. Penipuan jenis ini paling sering terjadi pada *instantpayment* seperti metode pembayaran bank transfer.
3. Rentan rusak atau pecah karena media pengiriman adalah pos.
 4. Rentan aksi pembobolan rekening karena pembayaran dilakukan melalui internet.
 5. Marak aksi *spamming* karena setelah pembeli melakukan registrasi, penjual cenderung sering mengirimkan katalog *online* melalui email pembeli dan hal ini cukup mengganggu *privacy*.

2.2.4 Financial Literacy

2.2.4.1. Pengertian *Financial Literacy*

Menurut PISA (2012) *financial literacy* adalah pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being* dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. Apriliani (2017:1) menyatakan literasi keuangan dapat diartikan suatu rangkaian proses atau kegiatan

meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*Skill*) dan keyakinan (*Confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Tujuan dari meliterasi masyarakat adalah sebagai konsumen dari produk dan jasa keuangan, konsumen harus mengetahui mengenai manfaat dan risiko dari produk, serta hak dan kewajibannya sebagai konsumen sehingga konsumen dapat mengambil keputusan keuangan yang lebih baik sesuai dengan kebutuhannya. Dengan melakukan literasi keuangan maka masyarakat akan memiliki kemampuan untuk dapat memahami konsekuensi finansial yang ditimbulkan.

Yushita (2017) mengatakan literasi keuangan (*financial literacy*) merupakan kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*mismanagement*). Memiliki literasi keuangan merupakan hal yang paling penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat yang ditunjang dengan literasi keuangan yang baik, maka taraf hidup masyarakat diharapkan akan meningkat, karena walau bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tapi tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, keamanan finansial pasti akan sulit tercapai. Pentingnya literasi keuangan dalam bentuk semua aspek keuangan pribadi bukan karena untuk mempersulit dalam menggunakan uang yang mereka miliki, tetapi diharapkan individu dapat menikmati hidup dengan menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki dengan tepat.

Berdasarkan pernyataan diatas, maka dapat disimpulkan *financial literacy* adalah sebuah pengetahuan tentang pengelolaan keuangan agar seseorang mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih bijaksana.

2.2.4.2 Indikator *Financial Literacy*

Menurut Dikria dan Mintarti (2016: 145) *financial literacy* dapat diukur menggunakan 4 indikator yaitu:

1. Uang dan Transaksi

Uang dan transaksi merupakan aspek inti dari literasi keuangan. Aspek ini termasuk kesadaran akan perbedaan bentuk dan tujuan uang serta penanganan transaksi moneter sederhana seperti pembayaran keperluan sehari-hari, belanja, nilai uang, kartu bank, cek, rekening bank dan mata uang.

2. Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan

Kategori ini mencakup aspek kemampuan literasi keuangan yang penting, seperti perencanaan dan pengelolaan pendapatan dan kekayaan yang lebih baik dalam jangka pendek dan panjang, khususnya pengetahuan dan kemampuan untuk memonitor pendapatan dan biaya serta memanfaatkan pendapatan dan sumber daya lain yang tersedia untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan.

3. Risiko dan Keuntungan

Aspek ini berisi kemampuan untuk mengidentifikasi cara-cara untuk mengelola dan menyeimbangkan risiko (termasuk melalui asuransi dan produk tabungan) serta pemahaman tentang keuntungan atau kerugian potensial dalam jangka pendek dalam berbagai konteks keuangan dan produk, seperti perjanjian kredit dengan suku bunga variabel dan produk investasi.

4. Wawasan Keuangan (*Financial Landscape*)

Aspek ini berkaitan dengan karakter dan fitur dari dunia keuangan. Hal ini termasuk mengetahui hak dan tanggung jawab dari konsumen di pasar keuangan dan lingkungan keuangan umum, serta implikasi utama kontrak keuangan. Aspek ini juga menggabungkan pemahaman tentang konsekuensi dari perubahan kondisi ekonomi dan kebijakan masyarakat, seperti perubahan suku bunga dan perpajakan.

2.5 Status Sosial Ekonomi Orang Tua

2.5.1 Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Santrock dalam (Anggraini, 2017) bahwa status sosial ekonomi adalah pengelompokan orang-orang berdasarkan kesamaan karakteristik pekerjaan, pendidikan, dan ekonomi. Sedangkan Utomo, dkk (2018) mengemukakan kondisi sosial adalah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, kondisi sosial yang mempengaruhi individu melalui dua cara yaitu langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu seperti dalam pergaulan

sehari-hari baik dari keluarga, teman dan pekerjaan. Secara tidak langsung melalui media masa baik cetak, audio maupun audio visual.

Menurut Jatmiko (2017:41) kondisi sosial ekonomi merupakan suatu kedudukan yang diatur secara sosial dan menempatkan seseorang pada posisi tertentu dalam sosial masyarakat. Pemberian posisi disertai pula dengan seperangkat hak dan kewajiban yang harus dimainkan oleh si pembawa status.

Status sosial ekonomi orang tua mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perkembangan seseorang termasuk pada aspek ekonominya khususnya perilaku konsumsi. Suatu barang yang dikonsumsi atau digunakan seseorang akan menunjukkan kondisi sosial ekonomi orang tuanya.

2.5.2 Ukuran Sosial Ekonomi

Menurut Soekanto dalam (Madjiid, 2017), kriteria yang bisa dipakai untuk menggolongkan anggota masyarakat ke suatu lapisan adalah sebagai berikut:

1. Ukuran Kekayaan

Barang siapa yang memiliki kekayaan paling banyak, termasuk lapisan teratas. Kekayaan tersebut, biasanya dapat dilihat pada bentuk rumahnya, mobil pribadinya, cara-cara mempergunakan pakaian serta bahan yang dipakainya, kebiasaan berbelanja barang-barang mahal dan seterusnya.

2. Ukuran Kekuasaan

Barang siapa yang memiliki kekuasaan atau wewenang terbesar, menempatilapisan teratas.

3. Ukuran Kehormatan

Ukuran kehormatan tersebut mungkin terlepas dari ukuran-ukuran kekayaan atau kekuasaan. Orang yang paling disegani dan dihormati, mendapat tempat teratas. Ukuran semacam ini banyak dijumpai pada masyarakat tradisional, seperti golongan tua atau mereka yang pernah berjasa.

4. Ukuran Ilmu Pengetahuan

Ilmu pengetahuan sebagai ukuran, dipakai oleh masyarakat yang menghargainya. Ukuran ini kadang-kadang berakibat negatif karena ternyata bukan mutu ilmu pengetahuan yang dijadikan ukuran, akan tetapi gelar sarjananya. Hal ini akan memacu segala macam usaha untuk mendapat gelar walaupun tidak halal.

2.5.3 Indikator Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Menurut Suryani (2013:202) terdapat beberapa variabel yang sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur status sosial ekonomi:

1. Pekerjaan

Jenis pekerjaan sering dianggap indikator kelas sosial. Hal ini dapat dipahami karena pekerjaan terkait langsung dengan kedudukan seseorang di masyarakat. Masyarakat menilai ada pekerjaan-pekerjaan tertentu yang prestisius menunjukkan kelas sosial atas dan sebaliknya.

2. Pendidikan

Pendidikan merupakan salah satu variabel yang sering dijadikan indikator dalam mengukur kelas sosial. Masyarakat menganggap bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang akan semakin tinggi gaji yang diterima, selain itu dalam

hal kesempatan mendapatkan pekerjaan juga akan lebih baik. Oleh karena itu secara umum masyarakat mengategorikan semakin tinggi pendidikan, semakin tinggi pula kelas sosialnya.

3. Pendapatan

Pendapatan termasuk variabel yang sering digunakan sebagai indikator dalam mengukur kelas sosial ekonomi. Semakin tinggi pendapatan semakin makmur, sejahtera dan dihargai di masyarakat.

2.6 Gaya Hidup

2.6.1 Pengertian Gaya Hidup (*Life Style*)

Menurut Kotler (2008) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Mowen dan Minor (2002) gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana orang membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktunya

Kotler (1997) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup mewah dan suka hura-hura dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan opini. Gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilaku termasuk perilaku membeli. Gaya hidup mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang konsumen. Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan, orang yang semula tidak boros (hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang yang pemboros. Gaya hidup seseorang

mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, jadi gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan (Supranto & Limakrisna, 2011:143).

Berdasarkan pendapat-pendapat diatas maka dapat disimpulkan gaya hidup adalah kebiasaan seseorang atau masyarakat yang sesuai dengan perkembangan zaman atau globalisasi. Biasanya gaya hidup tidak benar-benar dibutuhkan oleh seseorang atau masyarakat, namun hanya untuk sekedar tidak mau kalah dengan yang lain.

2.6.2 Aspek-aspek Gaya Hidup

Psiko grafis adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokan gaya hidup konsumen. Psiko grafis sering diartikan sebagai pengukuran *activity*, *interest*, *opinion*(AIO), secara rinci dijabarkan sebagai berikut:

a. *Aktivitas (Activities)*

Berkaitan dengan pernyataan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang,serta berbagai aktivitas lainnya.

b. *Minat (Interest)*

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi konsumen.

c. *Pendapat (Opinion)*

Pendapat merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapiisu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan

penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.6.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup (*Lifestyle*)

Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi (Nugraheni, 2003) dengan penjelasannya sebagai berikut:

1. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk

memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

2. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4. Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri dengan *image* merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

5. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6. Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003) sebagai berikut:

1. Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan.

Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.7 Kajian Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Maria Ulfah Juliana dan Husni Syahrudin (2013)	Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang ditunjukkan dengan persamaan $Y = 31,679 + 0,368X$ dan uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $4,256 > 1,985$. Adapun besarnya variabel bebas (X) terhadap variabel terikat(Y) adalah sebesar 16,2 %, sedangkan selebihnya 83,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang

			tidak diikutsertakan pada penelitian ini.
2.	Dias Kanserina (2015)	Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015	Literasi ekonomi (X1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839. Literasi ekonomi (X1), dan Gaya Hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453
3.	Natasha Shanty Herawati dan Lutfi (2015)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Faktor Demografi Terhadap	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di surabaya. Demografi jenis kelamin perempuan tidak berpengaruh

		Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bisnis Di Surabaya	positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surabaya. Faktor demografi pekerjaan orang tua wiraswasta tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surabaya.
4.	Rika Pristian Fitri Astuti (2016)	Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro	Status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Literasi ekonomi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. <i>Life style</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. Status sosial ekonomi orang tua, literasi ekonomi dan <i>life style</i> berpengaruh perilaku konsumsi

			mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro
5.	Titik Ulfatun, Umi Syafa'atul Udhma, dan Rina Sari Dewi (2016)	Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2012-2014 sebesar 57%. Jika persentase tersebut diinterpretasikan ke dalam kriteria tingkat literasi keuangan menurut Chen dan Volpe maka 57% berada dalam kategori rendah (<60%).
6.	Eva Oktafikasari dan Amir Mahmud (2017)	Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif	Konformitas hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Konformitas hedonis berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif. Literasi ekonomi

			berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif memediasi konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup konsumtif tidak memediasi literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif
7.	Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso (2017)	Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat adanya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja ($r_{xy} = 0,595$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$).Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis dalam penelitian ini diterima.
8.	Chodryana Latifun Nisa (2017)	Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap perilaku Konsumtif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri, harga diri dan lingkungan teman sebaya berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif belanja <i>online</i> (27,9%).Pengaruh secara parsial juga didapatkan pada

		Belanja <i>Online</i> Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015	tiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Pada kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja online (8,07%), harga diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif belanja <i>online</i> (7,45%), sedangkan lingkungan teman sebaya berpengaruh sebanyak (13,54%).
9.	Adila Safrinnisa (2017)	Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis dan citra merek berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa D3 Perbankan Sariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Hasil lain membuktikan bahwa variabel gaya hidup hedonis dan citra merek memiliki pengaruh sebesar 52,4% dimana variabel gaya hidup hedonis memiliki persentase 35,7% lebih besar dan citra merek

			memiliki persentase 16,7% lebih kecil, sedangkan sisanya 47,6% dipengaruhi oleh variabel/ faktor lain.
10.	Ai Nur Solihat dan Syamsudin Arnasik (2018)	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi
11.	Mia Rahmawati Soraya (2019)	Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa D3	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonisme (X1) dan kecerdasan emosional (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat belanja <i>online</i> (Y) pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

		Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang masing-masing dengan nilai koefisien 0,453 untuk variabel gaya hidup hedonisme dan 0,424 untuk variabel kecerdasan emosional. Pengaruh paling besar terhadap minat belanja <i>online</i> adalah gaya hidup hedonisme dengan nilai koefisien 0,453 dan signifikan 0,000.
12.	Rizka Fitri Prasetyaningsih (2019)	Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa FE UNY	Terdapat pengaruh signifikan tingkat literasi keuangan terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY. Terdapat pengaruh signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY. Tidak terdapat pengaruh signifikan jenis kelamin terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY. Tidak terdapat pengaruh signifikan jurusan terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY. Terdapat

			<p>pengaruh signifikan variabel tingkat literasi keuangan, status sosial ekonomi orang tua, jenis kelamin, dan jurusan secara bersama-sama terhadap pola konsumsi mahasiswa FE UNY.</p>
13.	<p>Anna Marganingsih dan Emilia Dewiwati Pelipa (2019)</p>	<p>Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang</p>	<p>Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Hal ini dipertegas dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai hitung $-3,400 > t$ tabel $-1,998$ (<i>Two Tailed</i>) pada $dk = n - 2 = 65 - 2 = 63$ dan tingkat kesalahan ($\alpha = 5\%$) atau signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.</p>
14.	<p>Andi Tenriawaru, Bagus Wicaksono, dan Rahmah</p>	<p>Hubungan antara kecenderungan kepribadian narsistik dan <i>financial literacy</i></p>	<p>Analisis uji simultan F menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara kecenderungan kepribadian narsistik dan <i>financial literacy</i></p>

	Saniatuzzulfa (2018)	dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa	dengan nilai $F_{hitung} = 71,702 > F_{tabel} = 3,10$ ($p=0,000 < 0,05$; $r=0,784$). Secara parsial, terdapat hubungan positif yang signifikan antara financial literacy dengan perilaku konsumtif ($r=0,670$; $p\text{-value } 0,000 < 0,05$) dan terdapat hubungan negatif yang signifikan antara <i>financial literacy</i> dengan perilaku konsumtif ($r=-0,227$; $p\text{-value } 0,030 < 0,05$).
15.	Sholihul Hadi (2016)	Hubungan antara Konformitas dan Gaya Hidup Hedonisme di Pondok Pesantren	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan gaya hidup hedonisme di pesantren. Makin tinggi tingkat konformitas, makin tinggi pula gaya hidup hedonisme di pesantren, begitu sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas maka semakin rendah pula gaya hidup hedonisme

			di pesantren.
--	--	--	---------------

2.8 Kerangka Berpikir

2.8.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pondok Pesantren

Financial literacy merupakan sebuah kemampuan untuk mengelola keuangan guna memperoleh kesejahteraan dimasa mendatang. Hasil analisis literasi keuangan Imawati dkk, (2013) bahwa “ketika *financial literacy* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun”. Pengetahuan tentang *financial literacy* atau pengelolaan keuangan pada mahasiswa pondok pesantren masih kurang. Mahasiswa pondok pesantren jarang sekali membuat anggaran keuangan, hal tersebut dikarenakan malas dan hanya membuang-buang waktu, padahal hal tersebut sangat untuk meminimalisir pembengkakan pengeluaran. Chen dan Volpe (1998:107) berpendapat bahwa mahasiswa yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka. Mahasiswa yang memiliki kemampuan rendah dalam literasi keuangan akan membuat keputusan yang salah dalam berkonsumsi, karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan.

2.8.2 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pondok Pesantren

Status sosial ekonomi orang tua sangat erat hubungannya dengan pola konsumsi mahasiswa. Mahasiswa pondok pesantren dengan penghasilan orang tua yang tinggi memiliki peluang yang lebih besar untuk berperilaku konsumsi. Selain

dengan penghasilan orang tua yang tinggi, perilaku konsumsi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. Hal tersebut selaras dengan pendapat Suryani (2013) yang menyimpulkan bahwa ada hubungan signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi siswa. Orang tua yang berstatus sosial ekonomi tinggi seringkali memberi uang lebih pada anaknya dengan tujuan untuk membeli barang-barang kebutuhan yang berkaitan dengan pendidikan, tetapi oleh siswa sering disalah gunakan, sehingga mereka sering tidak rasional dalam berkonsumsi. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berhubungan negatif terhadap perilaku konsumsi.

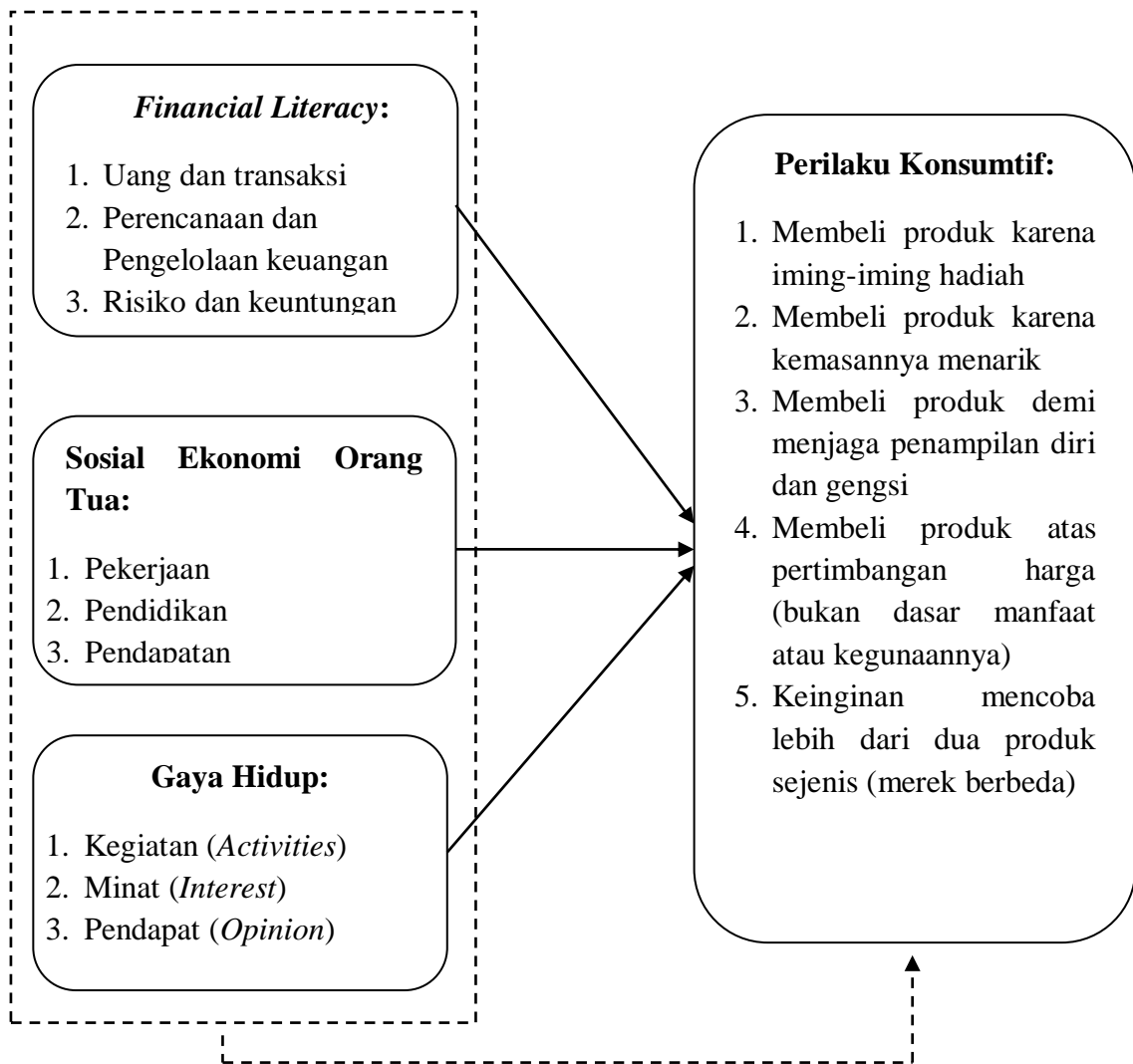
2.8.3 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pondok Pesantren

Gaya hidup mewah memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan keseluruhan kehidupan penuh dengan kesenangan yang bisa dirasakan dan memuaskan keinginan, sehingga tujuan akhir dari kehidupan ini adalah kesenangan. Maka gaya hidup mewah merupakan penyebab salah satu penyebab terjadinya perilaku konsumsi belanja online di kalangan mahasiswa pondok pesantren. Mahasiswa pondokpesantren yang memiliki gaya hidup yang cenderung hedonis akan selalu mengutamakan yang bukan kebutuhan terpenting dalam hidup mereka, sehingga hal tersebut mengakibatkan terjadinya perilaku konsumsi yang mendorong mereka untuk berbelanja tanpa berpikir panjang.

2.8.4 Pengaruh *Financial Literacy*, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pondok Pesantren

Pengaruh secara simultan digunakan untuk menguji apakah model regresi yang dibuat baik/signifikan atau tidak baik/non signifikan. Jika model regresi signifikan maka model bisa digunakan untuk memprediksi, sebaliknya jika non/tidak signifikan maka model regresi tidak bisa digunakan untuk peramalan. Selain itu, pengaruh secara simultan variabel bebas dengan variabel terikat digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Variabel bebas yaitu *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi belanja *online*.

Dari landasan teori di atas diduga bahwa *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup hedonis berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi belanja *online* (Y). Variabel bebas yaitu *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi (Y) disajikan dalam gambar 2.8



Gambar 2.8 Kerangka teori

Keterangan:

-----> : Mempengaruhi secara simultan

————> : Mempengaruhi secara parsial

2.9 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi belanja *online* pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang

H₂ : Terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsibelanja *online* pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang

H₃ : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsibelanja *online* pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang

H₄ : Terdapat pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016:14).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah sejumlah 772 mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

Tabel 3.1
Daftar Mahasiswa Santri di Gunungpati

No	Nama Pesantren	Jumlah Santri
1	Pondok Pesantren Al-Asror Putra	75
2	Pondok Pesantren Al-Asror Putri	90
3	Pondok Pesantren Miftahurrohmatillah	45
4	Pondok Pesantren Assabila	50
5	Pondok Pesantren Durrotu Aswaja Putra	142
6	Pondok Pesantren Durrotu Aswaja Putri	290
7	Pondok Pesantren An-Najma	80
Total		772

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2016:81).

3.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *proportionate random sampling* yaitu dengan memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2016:120). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang diambil menggunakan pendekatan rumus Slovin (Wahyudin, 2015:128), yaitu dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

N= Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

e^2 = Toleransi Kesalahan (5%)

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

$$n = \frac{772}{1 + 772 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{772}{2,93}$$

$n = 263,48$ (dibulatkan menjadi 264 santri)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang diambil sebanyak 258 santri dengan proporsional sampel sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pemetaan Sampel Penelitian

No	Nama Pesantren	Jumlah Santri	Proporsi	Sampel
1	Pondok pesantren Al-asror putra	75	$75/772 \times 264$	25
2	Pondok pesantren Al-asror putri	90	$90/772 \times 264$	32
3	Pondok pesantren Miftahurrohmatillah	45	$45/772 \times 264$	15
4	Pondok pesantren Assabila	50	$50/772 \times 264$	17
5	Pondok pesantren durrotu aswaja putra	142	$142/772 \times 264$	49
6	Pondok pesantren durrotu aswaja putri	290	$290/772 \times 264$	99
7	Pondok pesantren An-najma	80	$80/772 \times 264$	27
Total		772	$772/772 \times 264 = 264$	264

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:61). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi belanja *online* pada mahasiswa pondok pesantren di Kecamatan Gunungpati Semarang. Selanjutnya variabel independen dalam penelitian ini adalah *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup.

3.3.1. Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Variabel dependen atau yang biasa disebut variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2016:61). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi belanja *online*.

Indikator yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan dasar manfaat atau kegunaannya)
5. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

3.3.2. Variabel Independen atau Bebas (X)

Variabel independen atau variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2016:61). Dalam penelitian ini ada tiga variabel independen yaitu:

1. *Financial Literacy* (X_1)

Literasi keuangan dalam penelitian ini dapat diartikan suatu rangkaian proses atau kegiatan meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*Skill*) dan keyakinan (*Confidence*) santri agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik. Indikator *financial literacy* dalam penelitian ini yaitu, (1) uang dan transaksi, (2) perencanaan dan pengelolaan keuangan, (3) risiko dan keuntungan, (4) wawasan keuangan.

2. Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X_2)

Status sosial ekonomi orang tua mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perkembangan santri termasuk pada aspek ekonominya khususnya perilaku konsumsi. Suatu barang yang dikonsumsi santri akan menunjukkan kondisi sosial ekonomi orang tuanya. Indikator status sosial ekonomi orang tua dalam penelitian ini yaitu, (1) pendidikan, (2) pekerjaan, (3) pendapatan.

3. Gaya Hidup (X_3)

Gaya hidup dalam penelitian ini adalah pola hidup santri yang cenderung mewah dan suka hura-hura dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan opini. Gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilaku termasuk perilaku membeli. Gaya hidup

mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang santri. Indikator gaya hidup dalam penelitian ini yaitu, (1) aktivitas, (2) minat, (3) pendapat.

3.4 Instrumen Penelitian dan Uji instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti (Sugiyono, 2016:133). Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen sehingga dapat dilihat layak tidaknya instrumen tersebut.

Tabel 3.3
Kisi-kisi Uji Coba Instrumen

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Butir
Perilaku Konsumsi (Y)	a. Iming-iming hadiah	1 – 3	22
	b. Kemasan menarik	4 – 6	
	c. Menjaga gengsi	7 – 13	
	d. Mempertimbangkan harga	14 – 18	
	e. Mencoba lebih dari dua produk sejenis	19 - 22	
<i>Financial Literacy</i> (X1)	a. Uang dan transaksi	23 – 26	16
	b. Perencanaan dan pengelolaan keuangan	27 – 30	
	c. Risiko dan keuntungan	31 – 34	
	d. Wawasan keuangan	35 – 38	
Status Sosial Ekonomi Orang Tua (X2)	a. Tingkat pekerjaan	39 - 40	8
	b. Tingkat pendidikan	41 – 42	
	c. Tingkat pendapatan	43 – 46	
Gaya Hidup (X3)	a. Kegiatan (<i>Activities</i>)	47 – 51	14
	b. Minat (<i>Interest</i>)	52 – 55	
	c. Pendapat (<i>Opinion</i>)	56 – 60	

3.4.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Sugiyono, 2016:173). Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan yang ada pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data baik. Cara yang digunakan dalam menguji tingkat validitas adalah dengan membandingkan hasil perhitungan korelasi dengan tabel nilai koefisien korelasi pada taraf kesalahan 5% atau taraf signifikansi 95%. Suatu data dikatakan valid apabila nilai signifikansinya dibawah taraf signifikansi 5% (0,05). Sebaliknya, apabila suatu data nilai signifikasinya lebih dari taraf signifikansi 5% (0,05) maka data tersebut tidak valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSS versi 21.0. Pengujian instrumen perilaku konsumsi (Y), *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup (X3) dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor (Ghozali, 2016).

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,408	0,361	Valid
2.	0,706	0,361	Valid
3.	0,492	0,361	Valid
4.	0,654	0,361	Valid
5.	0,414	0,361	Valid
6.	0,580	0,361	Valid
7.	0,480	0,361	Valid

8.	0,479	0,361	Valid
9.	0,482	0,361	Valid
10.	0,141	0,361	Tidak Valid
11.	0,120	0,361	Tidak Valid
12.	0,456	0,361	Valid
13.	0,594	0,361	Valid
14.	0,370	0,361	Valid
15.	0,218	0,361	Tidak Valid
16.	0,600	0,361	Valid
17.	0,621	0,361	Valid
18.	0,620	0,361	Valid
19.	0,695	0,361	Valid
20.	0,515	0,361	Valid
21.	0,574	0,361	Valid

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 3.4 hasil uji coba instrumen dapat dilihat bahwa item nomor 10, 11, dan 15 tidak valid karena memiliki taraf signifikansi lebih dari 0,05. Maka pernyataan tersebut dihilangkan karena beberapa item dan tidak digunakan dalam angket penelitian.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel *Financial Literacy*

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
22.	0,692	0,361	Valid
23.	0,623	0,361	Valid
24.	0,737	0,361	Valid
25.	0,520	0,361	Valid
26.	0,650	0,361	Valid
27.	0,460	0,361	Valid
28.	0,674	0,361	Valid
29.	0,651	0,361	Valid
30.	0,710	0,361	Valid
31.	0,064	0,361	Tidak Valid
32.	0,156	0,361	Tidak Valid
33.	0,344	0,361	Tidak Valid
34.	0,702	0,361	Valid
35.	0,381	0,361	Valid
36.	0,717	0,361	Valid
37.	0,695	0,361	Valid

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 3.5 hasil uji validitas instrumen dapat dilihat bahwa item nomor 32,33, 34 tidak valid karena memiliki taraf signifikansi lebih dari 0,05. Maka pernyataan tersebut dihilangkan dan tidak digunakan dalam angket penelitian.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
38.	0,797	0,361	Valid
39.	0,551	0,361	Valid
40.	0,461	0,361	Valid
41.	0,581	0,361	Valid
42.	0,394	0,361	Valid
43.	0,676	0,361	Valid
44.	0,721	0,361	Valid
45.	0,603	0,361	Valid

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 3.6 hasil uji validitas instrumen dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan valid karena memiliki taraf signifikansi kurang dari 0,05. Maka seluruh item tersebut akan digunakan dalam angket penelitian.

Tabel 3.7
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

No. Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
46.	0,424	0,361	Valid
47.	0,482	0,361	Valid
48.	0,745	0,361	Valid
49.	0,433	0,361	Valid
50.	0,544	0,361	Valid
51.	0,505	0,361	Valid
52.	0,591	0,361	Valid
53.	0,695	0,361	Valid
54.	0,360	0,361	Tidak Valid
55.	0,573	0,361	Valid
56.	0,625	0,361	Valid
57.	0,640	0,361	Valid
58.	0,679	0,361	Valid
59.	0,646	0,361	Valid

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 3.7 hasil uji validitas instrumen dapat dilihat bahwa item nomor 54 tidak valid karena memiliki taraf signifikansi lebih dari 0,05. Maka pernyataan tersebut dihilangkan dan tidak digunakan dalam angket penelitian.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya jadi dapat diandalkan (Suharsimi, 2006). Dalam penelitian ini untuk mencari reliabilitas suatu instrumen menggunakan rumus *alpha* (α). Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan IBM SPSS versi 21.0 dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2011:48).

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Perilaku Konsumsi	0,847	0,70	Reliabel
<i>Financial Literacy</i>	0,823	0,70	Reliabel
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	0,733	0,70	Reliabel
Gaya Hidup	0,833	0,70	Reliabel

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 3.7 uji reliabilitas pada semua variabel diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data digunakan untuk memperoleh data yang akurat dan reliabel. Teknik pengumpulan data ditentukan dengan variabel yang menjadi

obyek penelitian. Semua data dikumpulkan kemudian disusun dengan baik agar memudahkan dalam proses pengelolaan data. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2016:142). Metode angket dalam penelitian ini digunakan untuk memperoleh data yang berkaitan dengan *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif belanja *online* mahasiswa pondok pesantren. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup dan berskala, berisi pertanyaan-pertanyaan yang telah disediakan alternatif jawaban. Penggunaan angket diharapkan mampu memudahkan responden dalam menentukan jawaban. Angket dibuat dengan menggunakan *skala likert (Summated Rating Method)*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *skala likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pertanyaan (Sugiyono, 2016:93). Metode ini digunakan untuk mengungkap variabel perilaku konsumsi belanja *online* (Y), *financial literacy* (X_1), status sosial ekonomi orang tua (X_2), dan gaya hidup (X_3).

Alternatif jawaban dalam instrumen penelitian ini menggunakan *skala likert*. Menurut Sugiyono (2015:93), *skala likert* digunakan untuk mengukur

sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.9
Kategori Penskoran Jawaban Angket Berdasarkan *Skala Likert*

Alternatif jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu metode atau cara untuk mengolah data menjadi informasi yang nantinya bisa digunakan untuk menarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2016:147). Analisis deskriptif yang digunakan adalah deskriptif persentase, metode ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel perilaku konsumsi belanja *online*, *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup. Untuk membuat daftar distribusi frekuensi dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut (Sudjana, 2005):

1. Menentukan rentang, yaitu data terbesar dikurangi data terkecil
 - a. Menetapkan skor tertinggi
 - b. Menetapkan skor terendah
 - c. Rentang = skor tertinggi – skor terendah
2. Tentukan banyak kelas interval yang diperlukan. Banyak kelas biasanya diambil paling sedikit 5 kelas dan paling banyak 15 kelas. Dalam penelitian ini ditentukan dengan kriteria skor pada penelitian, yaitu 5 kriteria. Sehingga kelas intervalnya ialah 5.
3. Tentukan panjang kelas atau interval (p).

$$p = \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak kelas interval}}$$

3.6.1.1 Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumsi

Guna menentukan kategori deskriptif variabel perilaku konsumsi, dibuat dengan kategori perhitungan sebagai berikut:

1. Skor Tertinggi = $5 \times 18 = 90$
2. Skor Terendah = $1 \times 18 = 18$
3. Rentang = $90 - 18 = 72$
4. Interval = $72/5 = 14,4 = 14$

Tabel 3.10

Kriteria Penilaian Variabel Perilaku Konsumsi

No	Interval	Kriteria
1	75 – 90	Sangat Tinggi
2	60 – 74	Tinggi
3	46 – 59	Cukup
4	32 – 45	Rendah
5	18 – 31	Sangat Rendah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

3.6.1.2 Analisis Deskriptif Variabel *Financial Literacy*

Guna menentukan kategori deskriptif variabel *financial literacy*, dibuat dengan kategori perhitungan sebagai berikut:

1. Skor Tertinggi = $5 \times 13 = 65$
2. Skor Terendah = $1 \times 13 = 13$
3. Rentang = $65 - 13 = 52$
4. Interval = $52/5 = 10,4 = 10$

Tabel 3.11

Kriteria Penilaian Variabel *Financial Literacy*

No	Interval	Kriteria
1	54 – 65	Sangat Tinggi
2	43 – 53	Tinggi
3	33 – 42	Cukup
4	23 – 32	Rendah
5	13 – 22	Sangat Rendah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

3.6.1.3 Analisis Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Guna menentukan kategori deskriptif variabel status sosial ekonomi orang tua, dibuat dengan kategori perhitungan sebagai berikut:

1. Skor Tertinggi = $5 \times 8 = 40$
2. Skor Terendah = $1 \times 8 = 8$
3. Rentang = $40 - 8 = 32$
4. Interval = $32/5 = 6,4 = 6$

Tabel 3.12

Kriteria Penilaian Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	Interval	Kriteria
1	34 – 40	Sangat Tinggi
2	27 – 33	Tinggi
3	20 – 26	Cukup
4	14 – 19	Rendah
5	8 – 13	Sangat Rendah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

3.6.1.4 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup

Guna menentukan kategori deskriptif variabel gaya hidup, dibuat dengan kategori perhitungan sebagai berikut:

1. Skor Tertinggi = $5 \times 13 = 65$
2. Skor Terendah = $1 \times 13 = 13$
3. Rentang = $65 - 13 = 52$
4. Interval = $52/5 = 10,4 = 10$

Tabel 3.13
Kriteria Penilaian Variabel Gaya Hidup

No	Interval	Kriteria
1	54 – 65	Sangat Tinggi
2	43 – 53	Tinggi
3	33 – 42	Cukup
4	23 – 32	Rendah
5	13 – 22	Sangat Rendah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2011:160). Terdapat dua cara untuk mendeteksi normalitas yang dapat dilakukan dengan melihat analisis grafik dan uji statistik. Dengan menggunakan normal *probability* plot p dapat terlihat apakah residual terdistribusi dengan normal atau tidak, jika normal maka akan terbentuk garis diagonal dan plot akan bertebaran sejalan dengan garis tanpa adanya plot yang menyimpang terlalu jauh. Selain itu, uji normalitas juga dapat diukur dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov Smirnov dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS versi 21. Data

pengambilan keputusan berdasarkan signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dalam penelitian berdistribusi normal.

3.6.2.2 Uji Linieritas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaliknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali, 2011:166). Uji linearitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS versi 21. Uji linearitas dilakukan dengan melihat hubungan antar data menggunakan tabel ANOVA. Jika nilai *Linearity* memiliki signifikansi $< 0,05$ maka, model yang digunakan sudah tepat. Sebaliknya jika nilai *Linearity* memiliki signifikansi $> 0,05$ maka model yang digunakan tidak tepat.

3.6.2.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model-model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi multikolinieritas pada suatu model dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2013:106). Pengujian dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS versi 21.

3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011:139). Model regresi yang baik adalah

homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui terjadi heteroskedastisitas atau tidak, salah satu cara yang bisa digunakan yaitu dengan menggunakan Uji Park. Jika probabilitas signifikansinya $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam persamaan regresi tersebut.

3.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ketergantungan variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan variabel variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen dengan tujuan untuk mengestimasi atau memprediksi rata-rata populasi atau rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai independen (Ghozali, 2013).

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda dengan variabel dependen perilaku konsumsi belanja *online* (Y). Persamaan regresi berganda ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup (X3) dengan perilaku konsumsi (Y). Persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha - \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 - \beta_3 X_3$$

Keterangan:

Y = Variabel perilaku konsumsi

α = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi

X1 = variabel *financial literacy*

X2 = variabel status sosial ekonomi orang tua

X3 = variabel gaya hidup

e = Tingkat kesalahan

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi dan menggunakan hipotesis statistik. Uji F menunjukkan semua variabel independen atau bebas yang dimaksudkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:98).

3.8.2 Uji Parsial

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:178). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel hipotesis penelitian diterima pada derajat 5% dan sebaliknya (Ghozali, 20013:99).

3.9 Analisis Koefisien Determinasi

3.9.1 Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan

variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat bebas. Nilai yang mendekati satu berarti bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2013).

3.9.2 Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial (r^2) digunakan untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel independen, maka perlu dicari koefisien determinasi secara parsial. Koefisien determinasi secara parsial dilakukan untuk mengetahui besarnya kontribusi yang diberikan pada masing-masing variabel bebas yaitu *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup (X3).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif ini dilakukan untuk memberikan deskripsi mengenai variabel yang dikaji dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan jawaban responden yaitu perilaku konsumsi (Y), *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup (X3) pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program IBM SPSSv.21. berikut ini hasil analisis deskriptif masing-masing variabel.

4.1.1.1 Perilaku Konsumsi

Indikator yang digunakan dalam variabel perilaku konsumsi adalah membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, mencoba lebih dari dua produk sejenis. Data penelitian mengenai perilaku konsumsi yang diperoleh dari kuesioner melalui google form dengan jumlah 18 butir pertanyaan, kemudian diolah menggunakan program SPSS v.21, diperoleh uji statistik deskriptif pada Tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1**Hasil Analisis Statistik Deskriptif Perilaku Konsumsi**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumsi	264	34	83	60,50	8,793
Valid N (listwise)	264				

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel Perilaku Konsumsi pada Tabel 4.1 diperoleh skor rata-rata dari 264 responden dalam penelitian ini sebesar 60,50 dengan standar deviasi sebesar 8,793. Terlihat pada Tabel 4.2 perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren termasuk dalam kategori tinggi. Kategori ini mengacu pada deskripsi variabel perilaku konsumsi pada Tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2**Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi**

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	75 – 90	13	4,9%	Sangat Tinggi
2	60 – 74	139	52,7%	Tinggi
3	46 – 59	102	38,6%	Cukup
4	32 – 45	10	3,8%	Rendah
5	18 – 31	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				60,50
Kriteria				Tinggi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa secara keseluruhan, rata-rata responden memiliki perilaku konsumsi belanja *online* yang masuk dalam kategori tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata jawaban responden yaitu sebesar 60,50%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel perilaku konsumsi dalam kategori tinggi dan ada pula beberapa

responden yang memberikan penilaian pada kategori cukup, rendah, dan sangat rendah. Kategori tinggi tersebut bermakna bahwa sebagian besar mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren lebih memilih melakukan belanja *online* ketika penjual menawarkan berbagai promo-promo menarik. Tidak sedikit dari mereka yang memilih belanja *online* karena produk tersebut sedang populer di media sosial, meskipun produk tersebut kurang bermanfaat. Selain itu mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren juga tertarik untuk membeli produk di *onlineshop* karena untuk menjaga gengsi dan penampilan, seperti membeli suatu produk karena menjaga gengsi dari teman-temannya, serta ingin dianggap *up to date* oleh teman-temannya.

4.1.1.2 *Financial Literacy*

Indikator yang digunakan dalam variabel *financial literacy* pada adalah uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, resiko dan keuntungan, dan wawasan keuangan. Data penelitian mengenai *financial literacy* yang diperoleh dari google form dengan jumlah butir pertanyaan, kemudian diolah menggunakan program SPSS v.21, diperoleh uji statistik deskriptif yang terlihat pada Tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Hasil Analisis Statistik Deskriptif *Financial Literacy*

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Financial Literacy	264	23	43	31,35	3,878
Valid N (listwise)	264				

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel *financial literacy* pada Tabel 4.3 Diperoleh skor rata-rata dari 264 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 31,35 dengan standar deviasi sebesar 3,878. Terlihat pada Tabel 4.4 *Financial literacy* mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren termasuk dalam kategori rendah. Kategori ini mengacu pada deskripsi variabel *financial literacy* pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel *Financial Literacy*

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	54–65	0	0%	Sangat Baik
2	43 – 53	1	0,4%	Baik
3	33 – 43	95	36,0%	Cukup
4	23 – 32	168	63,6%	Kurang Baik
5	13 – 22	0	0%	Sangat Tidak Baik
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				31,35
Kriteria				Kurang Baik

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.4 Menunjukkan bahwa nilai tertinggi variabel *financial literacy* adalah 65 dan nilai terendah adalah 15 dari 13 butir pertanyaan yang diberikan. Rata-rata *financial literacy* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang tergolong dalam kategori rendah dengan rata-rata sebesar 31,35%. Kategori rendah tersebut mempunyai makna bahwa sebagian besar mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren belum sepenuhnya menerapkan *financial literacy* dengan baik. Dalam melakukan pembelian mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren cenderung lebih cepat dalam mengambil keputusan untuk membeli tanpa mempertimbangkan harga yang dikenakan pada barang tersebut. Pengelolaan keuangan yang rendah tersebut

akan menyebabkan perilaku konsumsi belanja *online* meningkat. Dalam hal perencanaan dan pengelolaan keuangan mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren masih tergolong rendah. Hasil tersebut terlihat pada jawaban pada kuesioner yang dibagikan, sebagian besar mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren tidak memiliki catatan pengeluaran keuangan atau anggaran belanja, baik itu harian, mingguan, maupun bulanan. Masih banyak dari mereka yang tidak memiliki tabungan yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang, mereka lebih memilih untuk membelanjakan uangnya daripada disisihkan untuk ditabung. Dalam hal risiko dan keuntungan, mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren kurang mempertimbangkan adanya resiko yang mungkin terjadi apabila mereka berbelanja, karena dalam pengambilan keputusan pembelian mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan tanpa berfikir lebih panjang resiko dan keuntungan yang didapat ketika berbelanja, khususnya dalam berbelanja *online*.

4.1.1.3 Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Indikator yang digunakan dalam variabel status sosial ekonomi orang tua adalah pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Data penelitian mengenai status sosial ekonomi orang tua yang diperoleh dari *Google Form* dengan jumlah 8 butir pertanyaan, kemudian diolah uji statistik deskriptif yang terlihat pada Tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Analisis Deskriptif Status Sosial Ekonomi Orang Tua
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	264	12	27	16,43	2,759

Valid N (listwise)	264				
--------------------	-----	--	--	--	--

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil analisis deskriptif variabel status sosial ekonomi pada Tabel 4.5 Dari 264 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini diperoleh skor rata-rata sebesar 16,43 dengan nilai standar deviasi sebesar 2,759. Terlihat dari Tabel 4.5 status sosial ekonomi orang tua mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren termasuk dalam kategori rendah. Kategori ini mengacu pada deskripsi variabel status sosial ekonomi orang tua pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6

Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	33 – 40	0	0%	Sangat Tinggi
2	27 – 33	1	,4%	Tinggi
3	20 – 26	34	12,9%	Cukup
4	14 – 19	198	75,0%	Rendah
5	8 – 13	31	11,7%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				16,43
Kriteria				Rendah

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel status sosial ekonomi orang tua mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang berada pada kategori rendah yaitu sebesar 16,43%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel status sosial ekonomi orang tua dalam kategori rendah. Kategori rendah tersebut memiliki makna bahwa sebagian besar orang tua mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Hal tersebut terlihat dari jawaban responden pada angket penelitian yang dibagikan, masih banyak orang

tua mahasiswa yang hanya lulusan sekolah dasar, bahkan ada pulayang tidak pernah mengenyam bangku sekolah. Pekerjaan yang dimiliki oleh orang tua mahasiswa ada berbagai macam, ada yang bekerja sebagai pedagang, petani, karyawan swasta, dan lain-lain. Tingkat pendapatan orang tua mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren juga tergolong dalam kategori rendah, hal tersebut terlihat dari jawaban responden pada angket yang diberikan oleh peneliti.

4.1.1.4 Gaya Hidup

Indikator yang digunakan dalam variabel gaya hidup adalah aktivitas, minat, dan pendapat. Data penelitian mengenai gaya hidup yang diperoleh dari *GoogleForm* dengan jumlah 13 butir pertanyaan, kemudian diolah menggunakan program v.21, diperoleh uji statistik deskriptif yang terlihat pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Analisis Statistik Deskriptif Gaya Hidup

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup	264	13	65	39,14	8,647
Valid N (listwise)	264				

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil analisis statistik deskriptif variabel gaya hidup pada Tabel 4.7 diperoleh skor rata-rata dari 264 mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebesar 39,14 dengan nilai standar deviasi sebesar 8,647. Terlihat dari tabel tersebut, gaya hidup mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren

termasuk dalam kategori tinggi. Kategori ini mengacu pada deskripsi variabel gaya hidup pada Tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.8
Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	54 – 65	15	5,7%	Sangat Tinggi
2	44 – 53	70	26,5%	Tinggi
3	33 – 43	120	45,5%	Cukup
4	23 – 32	53	20,1%	Rendah
5	13 – 22	6	2,3%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				39,19
Kriteria				Cukup

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa variabel gaya hidup paling banyak pada kategori cukup yaitu sebesar 39,19%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian pada variabel gaya hidup dalam kategori cukup. Kategori cukup tersebut bermakna bahwa sebagian mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren memilih memanfaatkan sebagian waktunya untuk berbelanja, khususnya belanja *online*. Mereka juga menyukai produk dari luar negeri dan produk-produk bermerek lainnya tanpa memedulikan harganya. Mahasiswa akan merasa senang ketika dapat membeli produk yang sedang menjadi *trend fashion*. Tidak sedikit dari mereka yang cenderung memilih berbelanja *online* karena melihat iklan yang ada di internet. Mereka membeli produk-produk tersebut karena ingin terlihat keren dan *stylish*. Bagi mereka dengan menggunakan produk-produk mahal dapat menunjukkan citra seseorang terhadap lingkungan sekitar, hal tersebut menjadikan mereka lebih percaya diri dalam berpenampilan

4.1.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.1.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data mempunyai sebaran normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan adalah nilai probabilitas yaitu jika nilainya lebih besar dari 0,05, maka data dalam penelitian tersebut berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan analisis statistik menggunakan nilai *kolmogorov-smirnov* menggunakan SPSS v.21. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		264
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,35724081
	Absolute	,044
Most Extreme Differences	Positive	,044
	Negative	-,041
Kolmogorov-Smirnov Z		,707
Asymp. Sig. (2-tailed)		,700

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa besarnya nilai signifikansi sebagai variabel dependen adalah 0,700. berdasarkan hasil tersebut bahwa nilainya lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data residual dengan perilaku konsumsi sebagai variabel dependen berdistribusi normal.

4.1.2.2 Uji Linearitas

Menurut Ghozali (2016:159) uji linearitas diperlukan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah tepat atau belum. Uji linearitas juga diperlukan untuk menentukan bentuk terbaik dari studi empiris apakah berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Penelitian ini melihat hubungan linear antara data menggunakan tabel ANOVA variabel dikatakan linear apabila $Linearity < 0,05$. Berikut hasil uji linearitas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Linearitas *Financial Literacy* dengan Perilaku Konsumsi
 ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumsi * Financial Literacy	(Combined)	2271,069	26	87,349	1,222	,217
	Between Groups	559,549	1	559,549	7,830	,006
	Linearity	1711,520	25	68,461	,958	,525
	Deviation from Linearity	16936,688	237	71,463		
Total		19207,758	263			

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai *linearity* memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,006. Artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel perilaku konsumsi dengan *financial literacy* mahasiswa.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linearitas Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumsi

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	2178,589	27	80,688	1,118	,319
Perilaku Konsumsi* Status Sosial Ekonomi Orang Tua	Between Groups	380,678	1	380,678	5,276	,023
	Linearity	1797,911	26	69,150	,958	,526
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	17029,169	236	72,157		
Total	19207,758	263				

Sumber: Data penelitian diolah,2020.

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *linearity* memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,023. Artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel perilaku konsumsi dengan status sosial ekonomi orang tua mahasiswa.

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi

ANOVA Table

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	3229,442	30	107,648	1,570	,035
Perilaku Konsumsi * Gaya Hidup	Between Groups	1694,485	1	1694,485	24,709	,000
	Linearity	1534,956	29	52,930	,772	,795
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	15978,316	233	68,576		
Total	19207,758	263				

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *linearity* memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000. Artinya terdapat hubungan yang linear antara variabel perilaku konsumsi dengan gaya hidup mahasiswa.

4.1.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independen). Model regresi yang baik tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari output SPSS paada nilai *tolerance* > 0,10, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi. Adapun hasil uji multikolinearitas variabel perilaku konsumsisebagai variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut:

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas dengan Perilaku Konsumsi Sebagai Variabel
Dependen

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000		
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002	,994	1,006
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008	,999	1,001
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000	,995	1,005

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada ketiga variabel independen lebih dari 0,10. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi

multikolinearitas antar variabel independen pada model regresi perilaku konsumsi sebagai variabel dependen.

4.1.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain. Guna mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dengan uji Glejser dengan bantuan program IBM SPSS v.21. Hasil uji heteroskedastisitas variabel perilaku konsumsisebagai variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14
Uji Heteroskedastisitas dengan Perilaku Konsumsi sebagai Variabel
Dependen

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,519	3,877		1,939	,054
1 Financial Literacy	,039	,075	,033	,526	,599
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	-,094	,097	-,060	-,969	,334
Gaya Hidup	-,013	,051	-,016	-,254	,800

a. Dependent Variable: Abs_res

Sumber: Data Penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel *financial literacy* yaitu sebesar $0,599 > 0,05$, variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar $0,334 > 0,05$, dan variabel gaya hidup sebesar $0,800 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.1.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi berganda empat prediktor dengan dependen perilaku konsumsi (Y). Persamaan regresi berganda empat prediktor ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel *financial literacy* (X^1), status sosial ekonomi orang tua (X^2), dan gaya hidup (X^3) terhadap perilaku konsumsi (Y). Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada Tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	21,164	5,198			4,072	,000
1 Financial Literacy	,370	,118	,163		3,131	,002
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139		2,672	,008
Gaya Hidup	,523	,053	,515		9,894	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diatas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 21,164 + 0,370 X1 + 0,442 X2 + 0,523X3 + 0,05 e$$

Persamaan regresi berganda diatas diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Konstanta (α)

Konstanta (α) sebesar 21,164 yang berarti tanpa dipengaruhi oleh variabel independen *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua,

dan gaya hidup (seluruh variabel independen bernilai 0) maka perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren sebesar 21,164.

2) Koefisien regresi variabel *financialliteracy* (X1)

Koefisien regresi variabel *financialliteracy* bernilai sebesar 0,370. Yang berarti variabel *financial literacy* bernilai positif terhadap perilaku konsumsi. Artinya jika variabel *financial literacy* ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumsimeningkat sebesar 0,370, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

3) Koefisien regresi variabel status sosial ekonomi orang tua (X2)

Koefisien regresi variabel status sosial ekonomi orang tua bernilai sebesar 0,442. Yang berarti variabel ekonomi orang tua bernilai negatif terhadap perilaku konsumsi. Artinya jika variabel ekonomi orang tua ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumsi meningkat sebesar 0,442, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

4) Koefisien regresi variabel gaya hidup (X3)

Koefisien regresi variabel gaya hidup bernilaisebesar0,523. Yang berarti variabel gaya hidup positif terhadap perilaku konsumsi. Artinya jika variabel gaya hidup ditingkatkan 1 poin, perilaku konsumsimeningkat sebesar 0,523, dengan asumsi variabel bebas lainnya bernilai tetap.

4.1.4 Hasil Uji Hipotesis

4.1.4.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji hipotesis simultan (Uji F) bertujuan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini yaitu apakah variabel *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel perilaku konsumsibelanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren. Hasil uji F sebagai dapat dilihat pada Tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6098,071	3	2032,690	37,124	,000 ^b
Residual	14235,925	260	54,754		
Total	20333,996	263			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Financial Literacy

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 berarti variabel independen dalam penelitian ini secara simultan mempengaruhi variabel dependen, sehingga H1 “*Financial Literacy*, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup berpengaruh signifikan Terhadap Perilaku Konsumsi Belanja *Online* pada Mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren” dinyatakan **diterima**.

4.1.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji t) dilakukan untuk membuktikan apakah masing-masing variabel independen dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependen. Uji t dalam penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS v.21 dengan

tingkat signifikansi 5%, jika nilai signifikansi variabel yang diteliti lebih dari 5% maka hipotesis ditolak yang berarti variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Hal sebaliknya terjadi jika nilai signifikansi kurang dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2016). Hasil Uji t dapat dilihat pada Tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

1) Variabel *financial literacy*

Variabel *financial literacy* (X1) mempunyai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$, sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren se Gunungpati Semarang.

2) Variabel status sosial ekonomi orang tua

Variabel status sosial ekonomi orang tua (X2) mempunyai signifikansi sebesar $0,008 > 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial

terdapat pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumsibelanja *online* mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren se Gunungpati Semarang.

3) Variabel gaya hidup

Variabel status sosial ekonomi orang tua (X3) mempunyai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di Pondok Pesantren se Gunungpati Semarang.

4.1.5 Analisis Koefisien Determinasi

4.1.5.1 Uji Koefisien Determinasi Simultan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) pada penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel berpengaruh positif dan signifikan antara variabel *financial literacy* (X1), status sosial ekonomi orang tua (X2), dan gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumsi (Y). Hasil perhitungan koefisien determinasi simultan (R^2) dapat dilihat dalam Tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,548 ^a	,300	,292	7,400

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Financial Literacy

Sumber: Data penelitian diolah tahun 2020.

Tabel 4.18 menunjukkan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,292 (29,2%). Hal ini berarti 29,2 % variabel perilaku konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren dijelaskan oleh ketiga variabel *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup. Sedangkan sisanya 70,8% dijelaskan oleh sebab yang lain diluar model.

4.1.5.2 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Determinasi parsial (r^2) digunakan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi dari masing-masing variabel independen yaitu *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap variabel dependen perilaku konsumsi. Guna melihat koefisien determinasi parsial dapat dilihat dari tabel *coefficients* yang hasilnya dikuadratkan terlebih dahulu. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan menggunakan bantuan program IBM SPSS v.21 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000			
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002	,123	,191	,162
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008	,142	,164	,139
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000	,505	,479	,513

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

1) Variabel *financial literacy*

Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel *financial literacy* sebesar 0,191. Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan kemudian dipersentasikan menjadi $(0,191)^2 \times 100 = 3,648\%$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh variabel *financial literacy* sebesar 3,648% terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang.

2) Variabel status sosial ekonomi orang tua

Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 0,164. Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan kemudian dipersentasikan menjadi $(0,164)^2 \times 100 = 2,689\%$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh variabel status sosial ekonomi orang tua sebesar 2,689% terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

3) Variabel gaya hidup

Nilai koefisien determinasi parsial untuk variabel gaya hidup sebesar 0,479. Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan kemudian dipersentasikan menjadi $(0,479)^2 \times 100 = 22,944\%$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi pengaruh variabel gaya hidup sebesar 22,944% terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Kecamatan Gunungpati Semarang.

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang menguji pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup dalam mempengaruhi setiap variabel independen dan dependen diperoleh pembahasan sebagai berikut:

4.2.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Yang Tinggal di Pondok Pesantren

Berdasarkan uji hipotesis H_1 yang menyebutkan bahwa “*Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang” dinyatakan diterima. Hal ini berdasarkan hasil uji signifikansi parameter individual (uji *statstict*) variabel *financial literacy* menunjukkan nilai signifikansi $0,002 > 0,05$ sehingga H_1 diterima dan signifikan. Adapun besarnya pengaruh antara *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi didasarkan pada hasil uji koefisien determinasi parsial adalah $(0,191)^2 \times 100 = 3,648\%$.

Pengukuran variabel *financial literacy* terhadap variabel perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang menggunakan 4 indikator yaitu: (1) Uang dan Transaksi, (2) Perencanaan dan Pengelolaan keuangan, (3) Risiko dan Keuangan, serta (4) Wawasan Keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara keseluruhan memiliki rata-rata *financial literacy* terhadap variabel perilaku konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang adalah 31,35 atau dalam kategori rendah. Makna dari hasil tersebut adalah sebagian besar mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren belum

sepenuhnya menerapkan pengelolaan keuangan dengan baik. Mahasiswa yang memiliki *financial literacy* yang baik akan lebih selektif dalam menentukan keputusan pembelian, mereka cenderung mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Apabila pengetahuan mengenai *financial literacy* tinggi maka seseorang dapat mengelola keuangan dengan bijak, hal ini akan mengurangi perilaku konsumsi pada mahasiswa. Apabila *financial literacy* tinggi, maka perilaku konsumsi pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren akan menurun, begitu pula sebaliknya apabila *financial literacy* rendah, maka perilaku konsumsi pada mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren akan meningkat.

Hasil penelitian variabel *financial literacy* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren selaras dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler (2008) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor personal, faktor personal dalam penelitian ini dikaitkan dengan *financial literacy*. *Financial literacy* yang baik akan mampu mendorong seseorang menjadi konsumen yang lebih cerdas dalam memilih dan memilah produk, lebih selektif dalam melihat kualitas dan harga suatu produk, mengutamakan pelayanan dari suatu produk. Sehingga apabila mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren menerapkan *financial literacy* yang baik maka akan menjadikan konsumen yang lebih bijak dalam melakukan kegiatan konsumsi. Menurut PISA (2012) mendefinisikan *financial literacy* sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep keuangan yang digunakan untuk membuat pilihan keuangan yang efektif, meningkatkan *financial well-being*

dari individu dan kelompok serta untuk berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi. Hasil analisis deskriptif *financial literacy* yang dimiliki mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se gunungpati semarang dikatakan rendah hal ini dikarenakan kurangnya kesadaran mahasiswa akan pentingnya penerapan *financial literacy* dalam kehidupan sehari-hari yang secara tidak langsung akan mempengaruhi suatu individu untuk berperilaku konsumsi. Semakin rendah *financial literacy* mahasiswa pondok pesantren maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi yang akan dilakukan oleh mahasiswa pondok pesantren tersebut. Penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian dari Imawati (2013) yang menyatakan *financial literacy* cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan pengaruh 31,3%, dimana ketika *financial literacy* meningkat maka perilaku konsumtif menurun, begitu pula sebaliknya apabila *financial literacy* rendah maka perilaku konsumtif meningkat.

4.2.2 Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Yang Tinggal Di Pondok Pesantren

Status sosial ekonomi orang tua menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Mahasiswa yang memiliki status sosial ekonomi tinggi akan cenderung lebih banyak melakukan kegiatan konsumsi. Begitu pula dengan mahasiswa yang memiliki status sosial ekonomi rendah, beberapa dari mereka memiliki perilaku konsumsi yang tinggi. Walaupun status sosial ekonominya rendah, mahasiswa akan tetap membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan hanya untuk memenuhi gengsi mereka.

Berdasarkan uji koefisien determinasi parsial (r^2) besarnya kontribusi variabel status sosial ekonomi orang tua adalah 0,164. Nilai tersebut kemudian dikuadratkan dan kemudian diprosentasikan menjadi $(0,164)^2 \times 100 = 2,689\%$. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu “Ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang”. Variabel status sosial ekonomi orang tua (X_2) mempunyai signifikansi sebesar $0,008 > 0,05$ sehingga hal ini menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh negatif status sosial ekonomi orang tua terhadap variabel perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren. Hasil analisis deskriptif status sosial ekonomi orang tua menunjukkan rata-rata mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren beranggapan mengenai perilaku konsumsi belanja *online* termasuk dalam kategori rendah. Hal ini dibuktikan dengan rata-rata status sosial ekonomi orang tua sebesar 16,43. Dengan ini terbukti bahwa semakin tinggi tingkat status sosial ekonomi orang tua maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumsi mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan Kotler dan Keller (2008:166) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor kultural yang meliputi budaya, sub budaya, dan kelas sosial yang merupakan pembagian masyarakat berdasarkan sesuatu yang dihargai misalnya pekerjaan, jabatan, atau kekayaan yang dimiliki. Dalam

penelitian ini kekayaan yang dimiliki dikaitkan dengan status sosial ekonomi orang tua, dimana status sosial ekonomi orang tua yang tinggi dapat meningkatkan perilaku konsumsi yang tinggi pula. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sipunga (2014) mengenai status sosial ekonomi (pendapatan) orang tua kelas remaja, karena semakin tinggi pendapatan orang tua maka semakin besar kesempatan untuk membelanjakan uang pemberian dari orang tua, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah pendapatan orang tua maka semakin kecil kesempatan untuk membelanjakan uang hasil pemberian orang tua.

4.2.3 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Yang Tinggal di Pondok Pesantren

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2) besarnya kontribusi variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumsimahasiswa adalah $(0,479)^2 \times 100 = 22,944\%$. Hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini menunjukkan koefisien regresi variabel gaya hidup (X_3) bernilai positif terhadap Y dengan signifikansi diatas 0,05 artinya jika gaya hidup ditingkatkan 1 satuan maka perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren akan meningkat sebesar 25,50%.

Adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumsidibuktikan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhlis (2014) yang mengatakan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi *indekost* mewah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Oktafikasari

(2017), hasil dari penelitian tersebut menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bidikmisi Universitas Negeri Semarang angkatan 2014 dengan pengaruh sebesar 22,75%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dimukakan oleh Kolter (2008:175), gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Artinya, bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin mereka, apa yang mereka pikirkan terhadap dunia luar, dan seberapa jauh dia peduli dengan yang terjadi pada dirinya dan lingkungannya. Apabila mahasiswa pondok pesantren memiliki gaya hidup yang mewah, maka kebutuhan akan barang dan jasa pun akan mewah. Hal tersebut cenderung dilakukan oleh mahasiswa dengan kondisi status sosial menengah ke atas. Sebaliknya, apabila mahasiswa pondok pesantren memiliki gaya hidup yang sederhana, maka kebutuhan akan barang dan jasa pun rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dan Santhoso(2017) dengan hasil bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, apabilasemakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya pun akan semakin rendah.

4.2.4 Pengaruh *Financial Literacy*, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Yang Tinggal di Pondok Pesantren

Hipotesis dalam penelitian ini adalah “ada pengaruh secara simultan *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang”. Hasil penelitian pada uji simultan (Uji F) membuktikan bahwa variabel dalam penelitian ini secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Hasil uji determinasi simultan menunjukkan bahwa dengan 60,50 % perilaku konsumsi mampu dijelaskan oleh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup.

Nilai dari *Adjusted R2* (R Square) sebesar 0,292. Hal ini menunjukkan bahwa persentase *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup adalah 29,2% terhadap perilaku konsumsi. Sedangkan sisanya 70,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil analisis deskriptif perilaku konsumsi menunjukkan bahwa secara keseluruhan rata-rata konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang dalam kategori tinggi. Hal ini dibuktikan rata-rata perilaku konsumsi sebesar 60,50 termasuk dalam kategori tinggi. Variabel *financial literacy* berkontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 3,648 % dan variabel status sosial ekonomi orang tua berkontribusi sebesar 2,689%, serta variabel gaya hidup berkontribusi sebesar 22,944% terhadap penelitian ini.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2008:166) yang menyatakan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor kultural, faktor sosial, dan faktor pribadi. Faktor kultural meliputi budaya, sub budaya, dan kelas sosial yang merupakan pembagian masyarakat berdasarkan sesuatu yang dihargai misalnya pekerjaan, jabatan, atau kekayaan yang dimiliki. Faktor pribadi dikaitkan dengan *financial literacy*. Kekayaan yang dimiliki dikaitkan dengan status sosial ekonomi yang dimiliki oleh mahasiswa. Faktor sosial dalam penelitian ini dikaitkan dengan gaya hidup mahasiswa.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa dalam belanja *online* dapat diambil beberapa simpulan antara lain:

1. Hasil analisis deskriptif perilaku konsumsi mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang rata-rata dalam kategori tinggi, rata-rata *financial literacy* mahasiswa dalam kategori rendah, rata-rata status sosial ekonomi orang tua dalam kategori rendah, dan rata-rata gaya hidup dalam kategori tinggi.
2. Terdapat pengaruh *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya *financial literacy*, status sosial ekonomi orang tua, dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan *financial literacy* terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya *financial literacy* mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang.

4. Terdapat pengaruh negatif dan signifikan status sosialekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang. Hal ini berarti bahwa tinggi rendahnya status sosial ekonomi orang tua mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang.
5. Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang. Hal ini berarti tinggi rendahnya gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi belanja *online* mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang.

5.2 Saran

Berdasarkan analisis dan hasil pembahasan yang telah dilakukan peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa pondok pesantren disarankan untuk lebih mengontrol perilaku konsumsinya dan lebih selektif dalam berbelanja, khususnya dalam berbelanja *online*.
2. Mahasiswa pondok pesantren disarankan untuk membuat skala prioritas terlebih dahulu sebelum berbelanja agar tidak boros serta membelanjakan uangnya sesuai dengan kebutuhan meskipun status sosial ekonomi orang tuanya tergolong tinggi.
3. Mahasiswa pondok pesantren disarankan untuk membuat perencanaan keuangan dengan baik, melakukan transaksi keuangan sesuai dengan rencana agar tercapai tujuan keuangan yang diinginkan. Mahasiswa juga disarankan untuk membuat skala prioritas untuk memilih kebutuhan yang harus dipenuhi terlebih dahulu.
4. Gaya hidup akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, agar hal tersebut tidak terjadi maka mahasiswa pondok pesantren harus bisa mengatur gaya hidupnya dan memanfaatkan sebagian waktunya untuk melakukan hal-hal yang lebih positif.
5. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan untuk meneliti tentang faktor –faktor lain yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa selain variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, Ni Devi Aprillia. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli di *Online Shop* Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2012. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*. 9(1): 127-136.
- Anggraini, Ranti Tri dan Fauzan Heru Santhoso. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology*. 3(3):131-140.
- Arifin, Zainal. (2012). Perkembangan Pesantren di Indonesia. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*. 9(1): 40-53.
- Astuti, Rika Pristian Fitri. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi Dan *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*. 3(2): 49-58.
- Chen, Haiyang dan Ronald P. Volpe. (1998). *An Anlysis Of Personal Financial Literacy Among College Students*. *Financial Services Review*. 7(2): 107-128.
- Christina Whidya Utami. 2012. *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Moderen Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dikria, Okky dan Sri Umi Mintarti. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal pendidikan ekonomi*. 9(2): 128-139.
- Effendi, Usman. 2016. *Psikologi Konsumen*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2011). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 22.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sholihul (2016). Hubungan Antara Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme di Pondok Pesantren. Skripsi. Semarang: UNISSULA
- Hamdan. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Jurnal Psikostudia Universitas Mulawarman*. 2(2): 68-75.
- Hardini, Novita Ayu Sri. (2019). Pengaruh *Financial Literacy*, *Locus Of Control* dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan *Gender* Sebagai Variabel *Dummy*. Skripsi. Semarang: UNNES
- Herawati, Natasha Shanty. (2015). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bisnis di Surabaya. Skripsi. Surabaya: STIE PERBANAS SURABAYA
- Hidayah (2014). Pengaruh *Financial Literacy* Iklan Televisi dan *Peer Group* Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA N I Bandar Batang. Skripsi. Semarang: UNNES.
- Imawati, Indah, Susilaningsih dan Elvia Ivada. (2013). Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun ajaran 2012/2013. *Jurnal Pendidikan UNS*. 2(1): 48-58.
- Jatmiko, Roni Priyo. (2017). Status Sosial Ekonomi, Gaya, Dan Prestasi Belajar. *Jurnal Penelitian Dan Pendidikan IPS (JPPI)*. 11(1)
- Kanserina, Dias. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 5(1).
- Khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*. 4(1): 1-15.

- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen pemasaran. Edisi bahasa indonesia*. Jakarta: prentice Hall.
- Kunto, A.A. (1999). Mata Rantai Hedonisme. Kecil Bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kaya-raya. Mati Maunya Masuk Surga. Yogyakarta: Kanisius.
- Kusniawati, Mu'afifah dan Riza Yonisa Kurniawan. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Literasi Ekonmi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X IPS Di SMA Negeri 2 Tuban. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 4(3): 1-9.
- Mabyakto, Galang. (2017). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa. Studi Kasus pada Mahasiswa Magister Manajemen Universitas Sanata Dharma. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Madjiid, Kurnia (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonmi Universitas Negeri Semarang. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Marganingsih, Anna dan Emilia Dewiwati Pelipa. (2019). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 4(1): 36-46.
- Mowen, J. C., & Minor M. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.
- Nisa, Chodryana Latifun. 2017. Pengaruh Kontrol Diri, Harga Diri dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Angkatan 2015. *Skripsi*. Semarang: UNNES
- Nugraheni, P.N.A. 2003. Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal. *Skripsi*. Surakarta: Fakultas psikologi UMS.

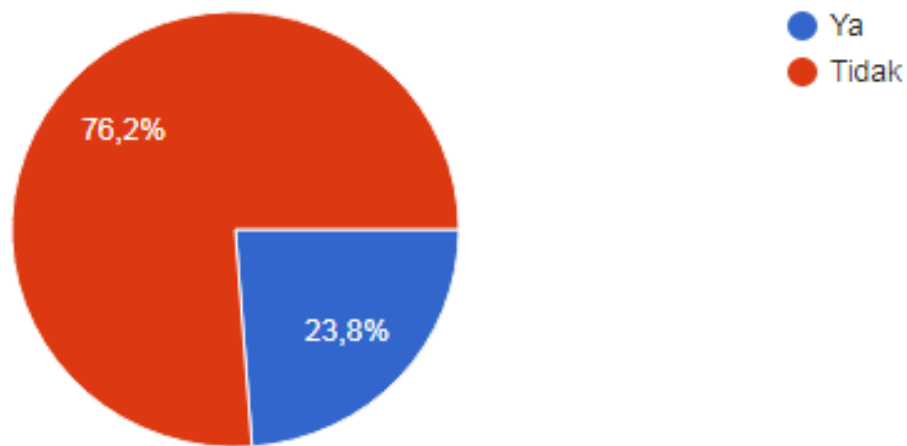
- Nurjannah, Siti Laila. (2014). Hubungan Antara Status Sosial Ekonomi Dengan Motivasi Orang Tua Menyekolahkan Anak Di PAUD Smart Kid dan Paud Sahabat Ananda Kecamatan Dau. *Skripsi*: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Oktafikasari, Eva dan Amir Mahmud. (2017). Konformitas Hedonis Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*. 6(3): 684-697.
- PISA. (2012). *Financial Literacy Assessment Framework*. Diperoleh Dari <http://www.oecd.org/pisa/pisaproducts/46962580.pdf> (Diunduh 3 Maret 2020)
- Prasetyaningsih, Rizka Fitri. (2019). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Jenis Kelamin dan Jurusan Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa FE UNY. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. 8(4): 335-345.
- Rizkiana, Atya. (2014). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Pada Siswa SMK Barunawati Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*. Surabaya: UNESA
- Roestanro, Apriliani. 2017. *Literasi Keuangan*. Yogyakarta: Istana Media.
- Safrinnisa, Adila. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Citra Merek Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa D3 Perbankan Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi*. Malang: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Sipunga, Puspita Nilawati dan Amri Hana Muhammad. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*. 3(1): 1-7.
- Solihat, Ai Nur dan Syamsudin Arnasik.(2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Ilmu Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*. 2(1): 1-13

- Soraya, Mia Rahmawati. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kecerdasan Emosional Terhadap Minat Belanja *Online* Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Skripsi. Semarang: UIN Walisongo Semarang
- Sudjana. (2005). *Metoda Statistika*. (Edisi Keenam. Cetakan Ketiga). Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto J dan Nandan Limakrisna. 2011. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran: Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Edisi 2. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tenriawaru, Andi, Bagus Wicaksono dan Rahmah Sanituzzulfa.(2018). Hubungan Antara Kecenderungan Kepribadian Narsistik dan *Financial Literacy* dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*. Universitas Sebelas Maret
- Ulfatun. Titik, Umi Syfa'atul Udhma dan Rina Sari Dewi. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*. 9(2): 1-13.
- Wahyudi. (2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *Ejournal sosiologi*. 1(4): 26-36.
- Yushita, Amanita Novi. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Nominal*. 6(1): 11-26.

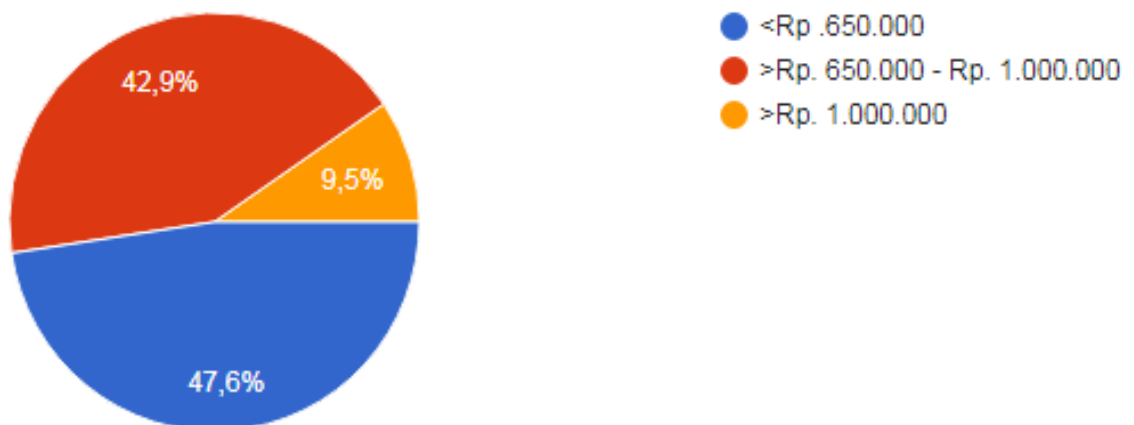
LAMPIRAN

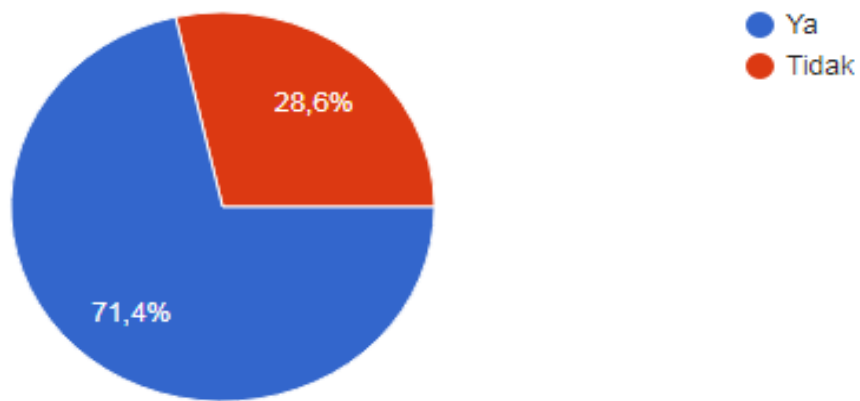
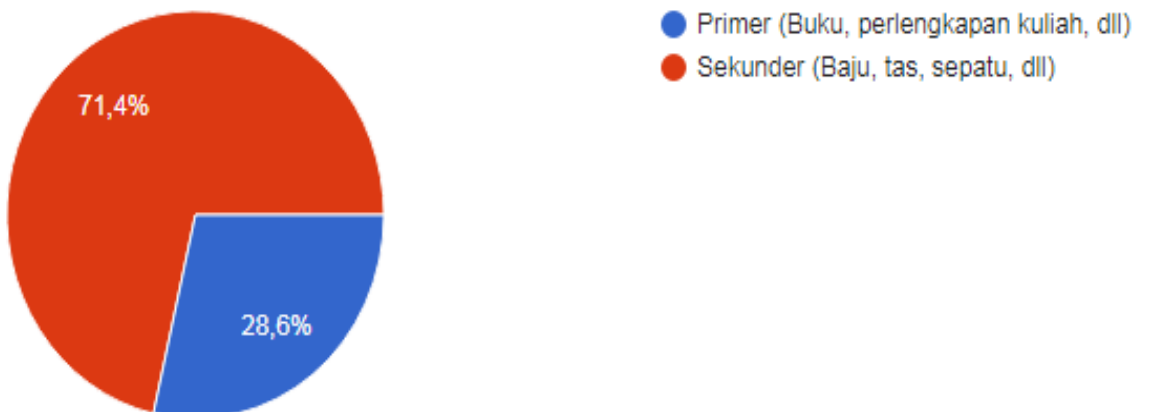
Lampiran 1 Diagram Hasil Observasi Awal

Data Pencatatan Keuangan Mahasiswa



Data Uang Saku Mahasiswa



Data Mahasiswa penggemar barang bermerek**Data Kebutuhan yang dibeli mahasiswa**

Lampiran 2 Angket Uji Coba Penelitian

ANGKET UJI COBA PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah identitas anda terlebih dahulu
2. Baca dan pahami baik-baik setiap pertanyaan, lalu berilah tanda centang (√) pada jawaban yang anda pilih. Terdapat empat pilihan jawaban untuk tiap pertanyaan, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu-ragu (RR)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
3. Jika anda ingin mengubah jawaban anda, berilah garis sejajar pada jawaban anda sebelumnya (=)
4. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan anda

Identitas Responden

Nama :

NIM :

Instansi :

Apakah anda pernah membeli barang di *Online Shop*? (Ya/Tidak)

1. PERILAKU KONSUMTIF						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Iming-iming hadiah						
1.	Saya tertarik untuk membeli barang di <i>online shop</i> ketika penjual menawarkan berbagai diskon					
2.	Saya membeli banyak produk di <i>online shop</i> ketika ada promo gratis biaya pengiriman barang					
3.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> yang berlabel beli 1 gratis 1					
Kemasannya menarik						
4.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena tertarik melihat kemasannya yang unik					
5.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena kemasannya dapat digunakan kembali					
6.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena desain kemasannya mewah dan menarik					
Menjaga gengsi						
7.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena ingin dianggap <i>up to date</i>					
8.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena barang tersebut sedang populer di media sosial					
9.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> untuk menjaga penampilan saya					
10.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena teman saya memiliki produk tersebut					
11.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena menjaga gengsi dengan teman-teman saya					
12.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> agar dianggap mampu					
13.	Saya merasa percaya diri jika memiliki produk keluaran terbaru					
Mempertimbangkan harga						
14.	Saya membeli produk karena harga yang ditawarkan murah					
15.	Ketika membeli produk, saya mempertimbangkan merek daripada harga					
16.	Saya percaya diri jika menggunakan produk yang harganya mahal					
17.	Saya percaya jika produk dengan harga mahal memiliki kualitas yang lebih bagus					
18.	Saya membeli barang mahal agar tidak terlihat					

	pasaran					
Mencoba lebih dari dua produk sejenis						
19.	Saya suka mencoba produk yang sejenis tetapi berbeda merek					
20.	Saya memiliki beberapa barang yang memiliki fungsi sama					
21.	Saya sering membeli satu jenis barang namun dengan warna yang berbeda					

2. FINANCIAL LITERACY						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Uang dan transaksi						
22.	Saya menghitung uang pengembalian setelah berbelanja					
23.	Saya melakukan transaksi pembayaran melalui ATM, M-Banking daripada <i>Cash On Delivery</i> (COD)					
24.	Saya membandingkan harga antar toko <i>online</i> sebelum membeli produk					
25.	Saya membeli produk di toko <i>online</i> yang paling murah					
Perencanaan dan pengelolaan keuangan						
26.	Saya membuat anggaran belanja (harian, mingguan dan bulanan)					
27.	Saya mencatat pengeluaran keuangan saya					
28.	Saya mengetahui distribusi penggunaan uang saku saya					
29.	Saya memiliki tabungan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang					
Risiko dan keuntungan						
30.	Saya menabung di bank karena merasa lebih aman					
31.	Saya lebih tertarik membeli emas sebagai bentuk investasi daripada barang lain (misalnya: <i>gadget</i>) ketika memperoleh uang tambahan					
32.	Saya berpendapat bahwa belanja <i>online</i> lebih menguntungkan daripada belanja secara tidak <i>online</i>					
33.	Saya berpendapat bahwa belanja <i>online</i> memiliki risiko lebih kecil daripada belanja secara tidak <i>online</i>					
Wawasan keuangan						
34.	Saya komplain ketika barang yang saya beli memiliki kualitas yang tidak sesuai dengan harganya					
35.	Saya mengembalikan uang pengembalian yang lebih ketika penjual salah menghitung					

36.	Saya meminta nomor resi pengiriman ketika berbelanja <i>online</i>					
37.	Saya meminta nota/kwitansi setelah melakukan transaksi pembayaran					

3. STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA

38. Apa pendidikan terakhir ayah anda?
- Tamat Sarjana/Pascasarjana
 - Tamat Diploma
 - Tamat SMA/SMK/ sederajat
 - Tamat SMP/MTs/ sederajat
 - SD/MI/Tidak sekolah
39. Apa pendidikan terakhir ibu anda?
- Tamat Sarjana/Pascasarjana
 - Tamat Diploma
 - Tamat SMA/SMK/ sederajat
 - Tamat SMP/MTs/ sederajat
 - SD/MI/Tidak sekolah
40. Jenis pekerjaan ayah:
- PNS
 - Wiraswasta
 - Guru non PNS
 - Lain-lain
41. Jenis pekerjaan ibu:
- PNS
 - Wiraswasta
 - Guru non PNS
 - Lain-lain
42. Berapa penghasilan ayah anda per bulan?
- > Rp. 4.000.000
 - Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - Rp 2.000.000 – Rp. 3. 000.000
 - Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - < Rp 1.000.000
43. Berapa penghasilan ibu anda per bulan?
- > Rp. 4.000.000
 - Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - Rp 2.000.000 – Rp. 3. 000.000
 - Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
 - < Rp. 1.000.000
44. Berapa rata-rata pengeluaran untuk memenuhi

kebutuhan pokok sehari-hari yang orang tua anda keluarkan per bulan?

- > Rp. 2.000.000
- Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000
- Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
- < Rp. 500.000

45. Dari pendapatan dan pengeluaran orang tua, berapa jumlah uang yang dapat disisihkan per bulan?

- > Rp. 1.000.000
- Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000
- Rp. 500.000 – Rp. 750.000
- Rp. 250.000 – Rp. 500.000
- < Rp. 250.000

4. GAYA HIDUP HEDONIS						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Aktivitas						
46.	Saya menghabiskan waktu di luar rumah untuk berkumpul bersama teman					
47.	Saya memanfaatkan sebagian waktu saya untuk berbelanja					
48.	Saya pergi ke pusat perbelanjaan					
49.	Saya berbelanja dengan keluarga atau teman saya					
50.	Saya melakukan pembelian tanpa ada rencana sebelumnya					
Minat						
51.	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan media yang ada					
52.	Saya mengutamakan merek dalam membeli produk					
53.	Jika saya menyukai produk, saya tidak akan memperdulikan harganya					
54.	Saya merasa senang jika saya dapat membeli produk yang menjadi <i>trend fashion</i>					
Pendapat						
55.	Saya membeli produk karena keinginan bukan kebutuhan					
56.	Menurut saya, harga yang dikenakan pada suatu produk menjamin kualitas produk					
57.	Menurut saya, dengan membeli suatu produk tertentu					

	dapat menunjukkan citra saya kepada lingkungan sekitar					
58.	Saya tertarik membeli produk karena melihat <i>review</i> barang tersebut di internet					
59.	Menurut saya, menggunakan produk dari luar negeri dapat menimbulkan rasa bangga					

X16	Sig. (2-tailed)	,677	,742	,140	,688	,904	,335	,274	,716	,134	,952	,492	,885	,088	,008		,000	,038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,404*	,332	,580**	,347	,332	,127	,415*	,361	,470**	,070	,098	-,043	,216	,627**	,628**	1	,717**
	Sig. (2-tailed)	,027	,073	,001	,060	,073	,504	,023	,050	,009	,714	,606	,820	,252	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,692**	,623**	,737**	,520**	,650**	,460*	,674**	,651**	,710**	,064	,157	,156	,344	,702**	,381*	,717**	1
TOTAL_X	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,003	,000	,011	,000	,000	,000	,737	,409	,412	,062	,000	,038	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

		Correlations								
		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	TOTAL_X
X01	Pearson Correlation	1	,268	,456*	,310	,190	,375*	,722**	,523**	,797**
	Sig. (2-tailed)		,152	,011	,096	,314	,041	,000	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X02	Pearson Correlation	,268	1	,143	,326	,178	,409*	-,023	,018	,551**
	Sig. (2-tailed)	,152		,452	,078	,347	,025	,904	,925	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X03	Pearson Correlation	,456*	,143	1	-,190	,315	,080	,242	,240	,461*
	Sig. (2-tailed)	,011	,452		,316	,090	,676	,197	,202	,010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X04	Pearson Correlation	,310	,326	-,190	1	-,021	,462*	,443*	,329	,581**
	Sig. (2-tailed)	,096	,078	,316		,911	,010	,014	,075	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X05	Pearson Correlation	,190	,178	,315	-,021	1	,192	,076	,040	,394*
	Sig. (2-tailed)	,314	,347	,090	,911		,309	,688	,835	,031
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X06	Pearson Correlation	,375*	,409*	,080	,462*	,192	1	,413*	,240	,676**
	Sig. (2-tailed)	,041	,025	,676	,010	,309		,023	,201	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X07	Pearson Correlation	,722**	-,023	,242	,443*	,076	,413*	1	,811**	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,904	,197	,014	,688	,023		,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	-,175	-,007	,587**	1	,197	,387*	-,058	,341	,093	,315	,253	,306	,353	,128	,433*
	Correlation															
X04	Sig. (2-tailed)	,356	,969	,001		,297	,035	,762	,065	,624	,090	,177	,100	,056	,500	,017
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,206	,417*	,394*	,197	1	,256	,187	,165	-,073	,373*	,435*	,537**	,381*	,097	,544**
	Correlation															
X05	Sig. (2-tailed)	,275	,022	,031	,297		,173	,323	,384	,702	,042	,016	,002	,038	,611	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,040	-,034	,535**	,387*	,256	1	,362*	,401*	,195	,163	,067	,387*	,481**	,086	,505**
	Correlation															
X06	Sig. (2-tailed)	,836	,856	,002	,035	,173		,049	,028	,303	,388	,727	,035	,007	,651	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,646**	,339	,339	-,058	,187	,362*	1	,500**	-,017	,136	,164	,263	,395*	,404*	,591**
	Correlation															
X07	Sig. (2-tailed)	,000	,067	,067	,762	,323	,049		,005	,928	,475	,388	,160	,031	,027	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,140	,271	,539**	,341	,165	,401*	,500**	1	,119	,111	,526**	,390*	,540**	,368*	,695**
	Correlation															
X08	Sig. (2-tailed)	,462	,147	,002	,065	,384	,028	,005		,532	,560	,003	,033	,002	,045	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,102	-,103	,159	,093	-,073	,195	-,017	,119	1	,306	,306	,300	,112	,209	,360
	Correlation															
X09	Sig. (2-tailed)	,593	,587	,402	,624	,702	,303	,928	,532		,100	,100	,107	,555	,268	,051

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,116	,387*	,370*	,315	,373*	,163	,136	,111	,306	1	,217	,445*	,373*	,348	,573**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	,543	,034	,044	,090	,042	,388	,475	,560	,100		,250	,014	,042	,059	,001
X10	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,288	,268	,341	,253	,435*	,067	,164	,526**	,306	,217	1	,253	,214	,397*	,625**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	,123	,153	,065	,177	,016	,727	,388	,003	,100	,250		,177	,255	,030	,000
X11	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,015	,103	,587**	,306	,537**	,387*	,263	,390*	,300	,445*	,253	1	,423*	,311	,640**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	,938	,589	,001	,100	,002	,035	,160	,033	,107	,014	,177		,020	,094	,000
X12	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,145	,312	,542**	,353	,381*	,481**	,395*	,540**	,112	,373*	,214	,423*	1	,306	,679**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	,446	,094	,002	,056	,038	,007	,031	,002	,555	,042	,255	,020		,100	,000
X13	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,427*	,301	,452*	,128	,097	,086	,404*	,368*	,209	,348	,397*	,311	,306	1	,646**
	Correlation															
	Sig. (2-tailed)	,019	,107	,012	,500	,611	,651	,027	,045	,268	,059	,030	,094	,100		,000
X14	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson	,424*	,482**	,745**	,433*	,544**	,505**	,591**	,695**	,360	,573**	,625**	,640**	,679**	,646**	1
	Correlation															
TOTAL_X	Sig. (2-tailed)	,020	,007	,000	,017	,002	,004	,001	,000	,051	,001	,000	,000	,000	,000	

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,847	22

Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Financial Literacy*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,823	16

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,733	8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup Hedonis

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,833	14

Lampiran 5 Output Analisis Deskriptif

Output Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perilaku Konsumtif	264	34	83	60,50	8,793
Valid N (listwise)	264				

Output Analisis Deskriptif Variabel *Financial Literacy* Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Financial Literacy	264	23	43	31,35	3,878
Valid N (listwise)	264				

Output Analisis Deskriptif Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	264	12	27	16,43	2,759
Valid N (listwise)	264				

Output Analisis Deskriptif Variabel Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup Hedonis	264	13	65	39,14	8,647
Valid N (listwise)	264				

Lampiran 6 Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi

Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumsi

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	75 – 90	13	4,9%	Sangat Tinggi
2	60 – 74	139	52,7%	Tinggi
3	46 – 59	102	38,6%	Cukup
4	32 – 45	10	3,8%	Rendah
5	18 – 31	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				60,50
Kriteria				Tinggi

Hasil Distribusi Frekuensi Variabel *Financial Literacy*

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	54 – 65	0	0%	Sangat Tinggi
2	43 – 53	1	,4%	Tinggi
3	33 – 43	95	36,0%	Cukup
4	23 – 32	168	63,6%	Rendah
5	13 – 22	0	0%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				31,35
Kriteria				Rendah

Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Status Sosial Ekonomi Orang Tua

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	33 – 40	0	0%	Sangat Tinggi
2	27 – 33	1	,4%	Tinggi
3	20 – 26	34	12,9%	Cukup
4	14 – 19	198	75,0%	Rendah
5	8 – 13	31	11,7%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				16,43
Kriteria				Rendah

Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup

No	Interval	Frekuensi	Presentase (%)	Kriteria
1	54 – 65	15	5,7%	Sangat Tinggi
2	44 – 53	70	26,5%	Tinggi
3	33 – 43	120	45,5%	Cukup
4	23 – 32	53	20,1%	Rendah
5	13 – 22	6	2,3%	Sangat Rendah
Jumlah		264	100%	-
Rata-rata				39,19
Kriteria				Cukup

Tabel 4.10**Hasil Uji Linearitas *Financial Literacy* dengan Perilaku Konsumsi****ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			2271,069	26	87,349	1,222	,217
Perilaku Konsumtif * Financial Literacy	Between	Linearity	559,549	1	559,549	7,830	,006
	Groups	Deviation from Linearity	1711,520	25	68,461	,958	,525
	Within Groups		16936,688	237	71,463		
	Total		19207,758	263			

Hasil Uji Linearitas Status Sosial Ekonomi Orang Tua dengan Perilaku Konsumsi**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			2178,589	27	80,688	1,118	,319
Perilaku Konsumsi * Status Sosial Ekonomi Orang Tua	Between	Linearity	380,678	1	380,678	5,276	,023
	Groups	Deviation from Linearity	1797,911	26	69,150	,958	,526
	Within Groups		17029,169	236	72,157		
	Total		19207,758	263			

Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumsi**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			3229,442	30	107,648	1,570	,035
Perilaku Konsumsi * Gaya Hidup	Between	Linearity	1694,485	1	1694,485	24,709	,000
	Groups						

	Deviation from Linearity	1534,956	29	52,930	,772	,795
	Within Groups	15978,316	233	68,576		
	Total	19207,758	263			

Hasil Uji Multikolinearitas

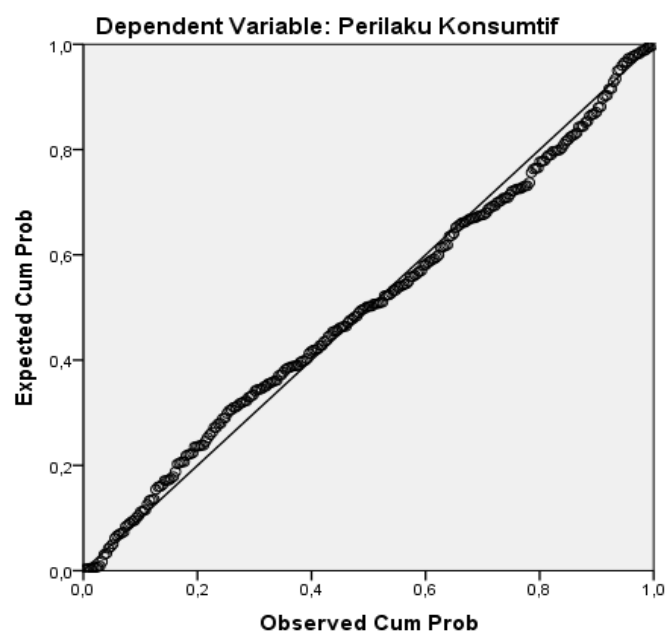
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Tolerance
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000		
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002	,994	1,006
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008	,999	1,001
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000	,995	1,005

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



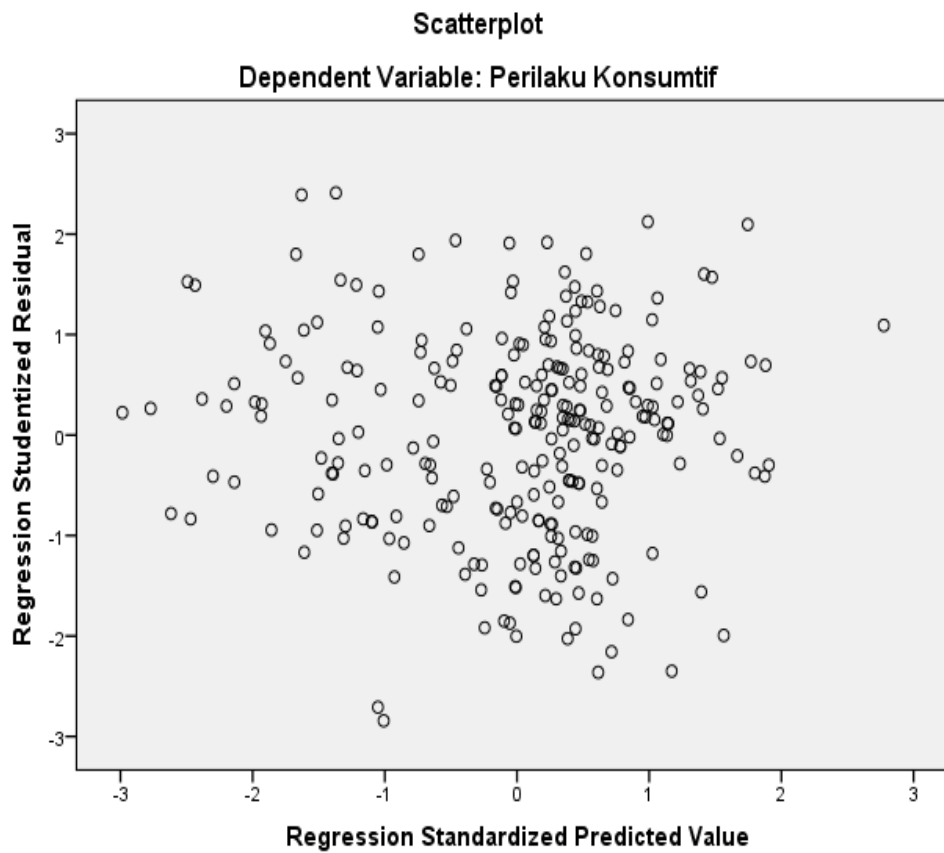
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		264
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	7,35724081
	Absolute	,044
Most Extreme Differences	Positive	,044
	Negative	-,041
Kolmogorov-Smirnov Z		,707
Asymp. Sig. (2-tailed)		,700

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,519	3,877		1,939	,054
1 Financial Literacy	,039	,075	,033	,526	,599
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	-,094	,097	-,060	-,969	,334
Gaya Hidup	-,013	,051	-,016	-,254	,800

a. Dependent Variable: Abs_res

Lampiran 7 Hasil Analisis Regresi Berganda**Hasil Analisis Regresi Berganda****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Hasil Uji Hipotesis Simultan**ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6098,071	3	2032,690	37,124	,000 ^b
Residual	14235,925	260	54,754		
Total	20333,996	263			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Financial Literacy

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,548 ^a	,300	,292	7,400

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Financial Literacy

Hasil Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	21,164	5,198		4,072	,000			
1 Financial Literacy	,370	,118	,163	3,131	,002	,123	,191	,162
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	,442	,165	,139	2,672	,008	,142	,164	,139
Gaya Hidup	,523	,053	,515	9,894	,000	,505	,479	,513

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi

Sumber: Data penelitian diolah, 2020.

Lampiran 8 Angket Penelitian

**PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, STATUS SOSIAL EKONOMI
ORANG TUA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMSI
MAHASISWA YANG TINGGAL DI PONDOK PESANTREN SE
GUNUNGPATI SEMARANG**



Oleh:

Ari Setiawati

7101416016

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG**

2020

ANGKET PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

5. Isilah identitas anda terlebih dahulu
6. Baca dan pahami baik-baik setiap pertanyaan, lalu berilah tanda centang (√) pada jawaban yang anda pilih. Terdapat empat pilihan jawaban untuk tiap pertanyaan, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu-ragu (RR)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1
7. Jika anda ingin mengubah jawaban anda, berilah garis sejajar pada jawaban anda sebelumnya (=)
8. Tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban adalah benar, jika anda menjawab sesuai kondisi dan perasaan anda

Identitas Responden

Nama :

NIM :

Instansi :

Apakah anda pernah membeli barang di *Online Shop*? (Ya/Tidak)

1. PERILAKU KONSUMSI						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Iming-iming hadiah						
1.	Saya tertarik untuk membeli barang di <i>online shop</i> ketika penjual menawarkan berbagai diskon					
2.	Saya membeli banyak produk di <i>online shop</i> ketika ada promo gratis biaya pengiriman barang					
3.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> yang berlabel beli 1 gratis 1					
Kemasannya menarik						
4.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena tertarik melihat kemasannya yang unik					
5.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena kemasannya dapat digunakan kembali					
6.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena desain kemasannya mewah dan menarik					
Menjaga gengsi						
7.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena ingin dianggap <i>up to date</i>					
8.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> karena barang tersebut sedang populer di media sosial					
9.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> untuk menjaga penampilan saya					
10.	Saya membeli produk di <i>online shop</i> agar dianggap mampu					
11.	Saya merasa percaya diri jika memiliki produk keluaran terbaru					
Mempertimbangkan harga						
12.	Saya membeli produk karena harga yang ditawarkan murah					
13.	Ketika membeli produk, saya mempertimbangkan merek daripada harga					
14.	Saya percaya diri jika menggunakan produk yang harganya mahal					
15.	Saya percaya jika produk dengan harga mahal memiliki kualitas yang lebih bagus					
16.	Saya membeli barang mahal agar tidak terlihat pasaran					
Mencoba lebih dari dua produk sejenis						
17.	Saya suka mencoba produk yang sejenis tetapi berbeda merek					

18.	Saya memiliki beberapa barang yang memiliki fungsi sama					
19.	Saya sering membeli satu jenis barang namun dengan warna yang berbeda					
20.	Saya membeli dan mencoba barang yang sejenis, meskipun barang yang terdahulu belum habis saya pakai					

2. FINANCIAL LITERACY						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Uang dan transaksi						
21.	Saya menghitung uang pengembalian setelah berbelanja					
22.	Saya melakukan transaksi pembayaran melalui ATM, M-Banking daripada <i>Cash On Delivery</i> (COD)					
23.	Saya membandingkan harga antar toko <i>online</i> sebelum membeli produk					
24.	Saya membeli produk di toko <i>online</i> yang paling murah					
Perencanaan dan pengelolaan keuangan						
25.	Saya membuat anggaran belanja (harian, mingguan dan bulanan)					
26.	Saya mencatat pengeluaran keuangan saya					
27.	Saya mengetahui distribusi penggunaan uang saku saya					
28.	Saya memiliki tabungan untuk memenuhi kebutuhan di masa mendatang					
Risiko dan keuntungan						
29.	Saya menabung di bank karena merasa lebih aman					
Wawasan keuangan						
30.	Saya komplain ketika barang yang saya beli memiliki kualitas yang tidak sesuai dengan harganya					
31.	Saya mengembalikan uang pengembalian yang lebih ketika penjual salah menghitung					
32.	Saya meminta nomor resi pengiriman ketika berbelanja <i>online</i>					
33.	Saya meminta nota/kwitansi setelah melakukan transaksi pembayaran					

3. STATUS SOSIAL EKONOMI ORANG TUA

34. Apa pendidikan terakhir ayah anda?
- a. Tamat Sarjana/Pascasarjana

- b. Tamat Diploma
 - c. Tamat SMA/SMK/ sederajat
 - d. Tamat SMP/MTs/ sederajat
 - e. SD/MI/ Tidak sekolah
35. Apa pendidikan terakhir ibu anda?
- a. Tamat Sarjana/ Pascasarjana
 - b. Tamat Diploma
 - c. Tamat SMA/SMK/ sederajat
 - d. Tamat SMP/MTs/ sederajat
 - e. SD/MI/ Tidak sekolah
36. Jenis pekerjaan ayah:
- a. PNS
 - b. Wiraswasta
 - c. Guru non PNS
 - d. Lain-lain
 - e.
37. Jenis pekerjaan ibu:
- a. PNS
 - b. Wiraswasta
 - c. Guru non PNS
 - d. Lain-lain
 - e.
38. Berapa penghasilan ayah anda per bulan?
- a. > Rp. 4.000.000
 - b. Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - c. Rp 2.000.000 – Rp. 3. 000.000
 - d. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
 - e. < Rp 1.000.000
39. Berapa penghasilan ibu anda per bulan?
- a. > Rp. 4.000.000
 - b. Rp.3.000.000 – Rp. 4.000.000
 - c. Rp 2.000.000 – Rp. 3. 000.000
 - d. Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000
 - e. < Rp. 1.000.000
40. Berapa rata-rata pengeluaran untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari yang orang tua anda keluarkan per bulan?
- a. > Rp. 2.000.000
 - b. Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
 - c. Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000

- d. Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 e. < Rp. 500.000
41. Dari pendapatan dan pengeluaran orang tua, berapa jumlah uang yang dapat disisihkan per bulan?
- a. > Rp. 1.000.000
 b. Rp. 750.000 – Rp. 1.000.000
 c. Rp. 500.000 – Rp. 750.000
 d. Rp. 250.000 – Rp. 500.000
 e. < Rp. 250.000

4. GAYA HIDUP						
No.	Pertanyaan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	RR	TS	STS
Aktivitas						
42.	Saya menghabiskan waktu di luar rumah untuk berkumpul bersama teman					
43.	Saya memanfaatkan sebagian waktu saya untuk berbelanja					
44.	Saya pergi ke pusat perbelanjaan					
45.	Saya berbelanja dengan keluarga atau teman saya					
46.	Saya melakukan pembelian tanpa ada rencana sebelumnya					
Minat						
47.	Saya tertarik untuk mengikuti perkembangan media yang ada					
48.	Saya mengutamakan merek dalam membeli produk					
49.	Jika saya menyukai produk, saya tidak akan memperdulikan harganya					
50.	Saya merasa senang jika saya dapat membeli produk yang menjadi <i>trend fashion</i>					
Pendapat						
51.	Saya membeli produk karena keinginan bukan kebutuhan					
52.	Menurut saya, dengan membeli suatu produk tertentu dapat menunjukkan citra saya kepada lingkungan sekitar					
53.	Saya tertarik membeli produk karena melihat <i>review</i> barang tersebut di internet					
54.	Menurut saya, menggunakan produk dari luar negeri dapat menimbulkan rasa bangga					

Lampiran 9 Tabulasi Data Penelitian

Tabulasi Data Penelitian

No Responden	PERILAKU KONSUMSI (Y)																		TOTAL Y
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	
1	5	5	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	67
2	5	4	4	4	3	4	5	5	1	4	5	1	2	4	4	1	4	2	62
3	5	3	3	2	5	4	5	5	5	5	5	2	5	1	3	5	5	5	73
4	5	5	3	3	4	4	5	3	5	4	2	5	4	4	4	5	5	4	74
5	4	2	4	2	4	4	2	5	2	5	2	4	2	5	2	2	3	5	59
6	2	3	3	2	5	5	2	3	5	2	5	2	2	2	3	3	2	4	55
7	2	4	4	2	3	2	5	2	4	4	3	2	5	2	3	2	2	3	54
8	2	3	3	2	3	2	4	2	2	4	2	2	4	5	4	2	4	2	52
9	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	2	5	2	5	4	3	3	5	73
10	5	4	5	3	3	5	2	5	4	3	2	4	2	2	4	2	2	2	59
11	4	2	4	2	5	5	2	5	4	2	5	2	2	3	4	2	2	5	60
12	5	3	3	2	3	2	5	4	2	3	2	3	2	2	4	4	2	3	54
13	5	5	2	3	2	4	5	5	3	5	5	3	2	5	3	3	3	4	67
14	2	2	3	2	4	5	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	5	5	47
15	3	3	2	4	4	2	3	4	4	2	4	2	2	4	2	3	4	4	56
16	5	2	4	3	3	2	2	3	3	4	5	2	3	3	2	3	3	4	56
17	3	2	3	3	4	5	3	2	5	3	1	3	3	4	4	4	5	5	62
18	3	2	2	2	2	4	2	4	3	4	2	2	3	2	3	2	2	3	47
19	4	3	3	4	3	2	4	2	5	2	2	4	3	4	4	2	4	2	57
20	3	2	1	1	1	1	5	5	2	5	1	5	4	2	4	3	3	5	53
21	3	3	2	5	4	3	5	3	5	4	3	2	3	4	3	5	3	2	62
22	5	3	3	2	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	4	3	4	2	51
23	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	46

24	5	5	3	3	2	1	4	4	5	4	4	4	3	4	4	2	4	4	65
25	5	2	2	2	3	3	5	2	2	3	2	2	2	2	4	2	5	3	51
26	4	4	2	4	3	2	5	3	2	5	2	3	3	5	3	3	2	2	57
27	5	4	3	2	3	2	3	2	5	2	1	1	2	3	2	4	4	2	50
28	3	3	4	2	2	4	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	47
29	3	2	2	4	3	2	4	3	4	2	2	4	3	2	2	2	3	2	49
30	5	2	3	3	2	3	3	2	3	3	5	2	4	4	2	4	4	2	56
31	3	4	4	3	3	2	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	3	66
32	5	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	70
33	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	5	3	2	5	5	5	5	4	77
34	5	5	4	3	4	3	5	5	5	1	5	3	3	3	2	2	2	2	62
35	4	4	3	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3	3	2	2	4	2	51
36	5	4	4	5	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	4	2	4	54
37	5	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	49
38	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	1	4	3	3	2	4	2	2	51
39	2	4	2	4	4	4	5	2	4	4	2	4	2	2	4	2	4	2	57
40	3	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
41	4	3	4	1	3	4	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	47
42	5	3	3	2	3	2	3	5	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	51
43	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	2	2	57
44	5	2	2	1	1	1	2	2	2	5	2	2	5	2	5	2	5	2	48
45	2	5	5	2	5	5	5	5	2	5	1	5	5	5	5	5	3	5	75
46	5	3	3	4	5	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	60
47	3	4	3	3	2	3	5	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	72
48	3	4	3	2	2	3	2	3	5	2	3	3	3	3	3	3	5	4	56
49	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	75
50	5	4	5	1	4	1	2	4	2	4	4	3	3	4	5	3	3	1	58
51	5	5	3	3	2	4	5	5	5	3	2	3	3	5	3	5	4	4	69
52	3	2	3	5	5	4	2	2	2	5	1	2	3	2	3	2	3	3	52

53	5	4	2	2	3	4	3	2	2	2	3	1	2	4	2	4	5	2	52
54	5	3	3	4	4	1	4	3	4	3	1	3	4	3	4	3	5	5	62
55	5	4	3	4	3	5	5	4	5	5	2	5	3	5	3	4	5	3	73
56	4	4	4	4	5	3	3	3	1	3	3	2	3	2	3	3	4	3	57
57	5	5	3	3	4	1	4	1	4	1	4	5	3	2	4	2	2	1	54
58	4	4	4	4	4	1	2	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	2	54
59	5	4	2	2	4	2	4	2	1	2	5	2	3	2	4	5	5	4	58
60	5	5	2	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	5	4	5	5	4	63
61	4	4	3	4	4	2	3	1	3	4	4	3	4	2	4	4	3	3	59
62	4	4	2	3	4	2	2	3	1	4	5	3	3	4	2	4	2	2	54
63	5	5	1	4	4	5	2	4	4	3	4	3	3	1	5	2	4	3	62
64	5	2	4	4	1	3	3	4	4	4	5	3	3	1	3	3	4	2	58
65	4	3	3	4	4	3	3	3	1	5	5	5	2	4	4	4	3	3	63
66	5	5	3	3	3	3	4	4	1	3	4	3	3	3	3	3	2	2	57
67	5	4	3	1	5	4	5	5	5	3	4	3	3	4	4	1	1	3	63
68	5	4	5	1	4	5	5	5	5	5	5	1	3	4	4	4	1	1	67
69	5	5	2	2	4	2	2	3	2	3	2	3	4	2	4	2	2	2	51
70	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	4	2	3	2	3	2	3	2	46
71	3	2	5	4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	2	4	2	4	2	51
72	3	1	2	2	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	4	3	2	2	46
73	5	3	2	2	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	4	2	4	4	69
74	3	3	2	2	4	2	5	3	5	4	3	2	3	2	2	2	2	2	51
75	5	4	4	5	3	4	5	2	3	3	5	4	3	4	4	5	2	1	66
76	3	2	2	2	2	1	5	3	5	5	3	2	3	3	4	2	1	2	50
77	2	4	2	2	4	2	2	5	3	2	2	3	1	3	4	1	1	2	45
78	3	4	1	4	5	3	1	2	2	3	5	2	3	4	1	2	3	1	49
79	4	5	2	2	5	5	3	5	5	5	5	2	3	4	3	1	4	1	64
80	3	3	3	4	4	3	3	2	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	58
81	5	2	3	2	2	5	3	4	3	5	3	1	3	1	1	2	1	1	47

82	4	1	1	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	1	3	2	1	1	46
83	4	5	1	3	4	2	5	5	5	5	5	1	3	1	1	2	1	1	54
84	4	4	2	3	4	3	5	4	5	2	4	3	3	3	3	4	4	4	64
85	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	3	2	3	1	2	2	2	2	56
86	5	5	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	69
87	4	4	3	4	2	3	3	4	5	5	4	1	4	2	4	3	3	2	60
88	3	3	3	4	2	2	5	5	3	5	4	2	3	1	3	3	3	2	56
89	4	4	3	4	2	4	2	2	5	3	4	4	4	2	4	3	2	2	58
90	4	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	4	3	3	3	2	1	1	64
91	5	5	4	4	4	5	2	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	2	63
92	5	5	4	5	4	4	3	4	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3	69
93	4	3	4	4	4	4	2	2	5	5	4	2	4	2	3	4	4	1	61
94	2	4	3	3	3	4	2	2	5	5	4	2	3	2	3	2	3	3	55
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	4	3	3	4	4	3	4	76
96	4	4	3	3	3	2	3	3	2	5	5	2	3	1	1	2	4	1	51
97	5	3	5	2	4	2	2	5	3	5	3	2	4	2	2	1	1	1	52
98	5	5	4	5	4	3	5	5	3	5	3	1	3	3	1	1	1	1	58
99	4	3	4	3	3	4	4	2	5	2	4	2	3	2	2	2	2	2	53
100	3	4	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	44
101	4	2	3	2	3	4	4	3	1	2	3	2	3	2	3	3	2	2	48
102	4	2	2	4	2	4	4	2	2	2	2	4	2	3	1	1	1	2	44
103	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	4	2	3	3	2	39
104	3	5	2	5	2	5	3	3	1	1	4	3	3	1	1	1	1	1	45
105	3	3	4	3	2	3	5	2	1	2	4	2	3	2	2	2	2	1	46
106	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	4	4	3	4	68
107	5	3	3	5	5	3	1	4	2	2	4	4	3	5	4	2	4	3	62
108	5	5	3	3	2	3	3	1	3	2	4	4	4	3	3	3	2	2	55
109	4	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	53
110	4	3	3	3	2	2	2	2	2	3	5	5	4	2	3	2	2	2	51

111	4	3	3	2	2	2	2	4	4	4	5	3	3	1	3	1	3	4	53
112	4	4	4	3	5	4	2	3	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	62
113	5	5	4	5	4	2	3	4	2	4	4	3	3	4	5	2	3	2	64
114	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	3	2	46
115	4	4	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	4	4	1	4	3	56
116	3	2	4	2	1	1	1	2	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	35
117	5	5	5	4	2	4	2	2	2	2	5	1	4	2	2	2	2	2	53
118	4	4	2	2	4	1	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	34
119	5	5	5	3	2	2	1	1	1	1	3	3	3	1	4	3	4	4	51
120	5	5	3	4	3	3	3	3	3	3	5	2	3	2	1	2	1	2	53
121	4	4	2	2	4	3	1	1	1	1	5	4	4	2	2	2	2	2	46
122	5	4	4	3	3	2	2	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	1	54
123	4	2	1	2	4	3	2	2	1	2	4	1	3	1	4	2	3	3	44
124	3	2	2	3	3	2	1	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	3	44
125	5	4	2	2	4	3	1	3	1	3	2	4	3	2	2	4	3	3	51
126	5	5	4	3	3	4	2	4	1	5	5	4	4	4	3	4	3	2	65
127	5	4	2	2	3	1	3	3	4	2	4	1	4	4	4	2	1	2	51
128	4	2	3	3	2	3	1	1	1	3	5	1	2	2	2	2	3	3	43
129	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3	3	2	4	2	3	4	50
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	70
131	5	5	5	1	3	4	5	4	3	4	5	1	2	1	3	5	3	1	60
132	4	5	4	3	3	3	2	2	1	2	4	3	2	3	2	2	2	2	49
133	5	4	4	3	4	4	2	4	1	3	4	4	5	2	5	5	5	2	66
134	5	5	3	2	2	4	1	3	4	1	5	3	3	5	4	4	4	5	63
135	5	4	4	1	2	3	3	3	1	2	2	1	3	1	4	2	2	2	45
136	5	4	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	68
137	4	3	3	4	2	1	4	1	1	4	4	2	4	2	2	2	1	1	45
138	5	4	4	3	2	2	5	3	3	5	4	3	5	4	3	5	4	3	67
139	2	2	1	2	1	2	3	3	3	4	1	3	3	4	2	2	4	4	46

140	3	3	2	3	3	5	3	3	2	2	5	3	4	1	3	2	2	3	52
141	3	2	2	3	3	4	3	1	2	2	4	3	3	1	2	2	1	2	43
142	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	5	3	2	3	2	3	48
143	5	5	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	4	3	4	2	53
144	5	5	3	3	3	3	4	5	4	3	5	2	4	4	3	3	4	4	67
145	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	4	2	3	1	2	58
146	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	1	4	5	4	4	1	3	3	51
147	3	2	4	3	4	3	1	2	1	2	4	2	4	3	3	2	2	3	48
148	5	4	1	3	1	3	3	3	1	2	4	3	3	3	2	3	3	2	49
149	4	4	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	2	52
150	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	5	3	4	4	5	4	67
151	4	5	4	1	2	4	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	46
152	4	3	2	4	2	4	2	2	2	3	4	3	2	2	4	2	2	2	49
153	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	5	1	4	2	2	2	4	3	49
154	5	5	2	3	4	2	1	2	1	3	3	2	5	2	3	4	3	2	52
155	4	5	2	2	3	2	2	2	2	2	5	4	4	2	4	1	2	3	51
156	5	5	3	3	3	3	1	2	1	2	5	2	3	2	3	2	3	2	50
157	3	4	4	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	1	3	4	2	50
158	4	3	3	2	2	4	2	3	1	4	5	2	5	4	4	2	2	2	54
159	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	47
160	4	4	1	3	1	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	2	1	45
161	5	4	3	3	3	4	2	4	2	4	5	4	5	4	4	3	3	4	66
162	5	3	3	3	3	3	3	3	1	3	5	4	3	3	3	4	3	2	57
163	3	4	2	4	3	3	2	3	1	3	4	4	4	3	2	1	1	2	49
164	5	5	3	2	2	1	4	3	3	4	5	3	3	1	4	1	3	2	54
165	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	2	2	48
166	4	4	2	4	4	2	1	2	2	3	4	4	4	2	4	4	2	2	54
167	5	5	5	5	5	4	4	2	1	2	5	4	3	2	3	3	4	3	65
168	5	4	2	1	2	3	3	1	3	2	5	3	3	3	1	3	4	1	49

169	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	3	3	65
170	4	4	5	3	2	4	2	2	4	2	4	5	4	2	2	4	3	2	58
171	4	3	2	1	2	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	2	2	51
172	5	4	5	2	1	3	1	2	5	1	5	4	3	2	4	2	2	3	54
173	3	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	3	3	4	4	4	5	4	73
174	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	3	44
175	5	2	4	5	3	2	2	3	1	2	3	2	4	2	2	2	3	2	49
176	4	5	5	1	2	2	2	2	1	1	5	3	3	5	3	3	4	3	54
177	5	4	2	1	2	3	1	3	1	2	3	3	2	5	3	4	4	2	50
178	5	5	5	3	1	2	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	3	3	59
179	5	5	1	5	5	1	1	1	1	3	5	5	3	2	3	1	1	1	49
180	5	5	1	5	5	1	1	3	1	3	5	5	3	1	4	1	4	1	54
181	3	4	4	3	3	2	2	2	1	2	3	2	4	4	2	3	2	2	48
182	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	5	2	3	4	3	2	3	2	49
183	3	4	1	4	2	3	1	3	1	2	4	2	3	3	2	2	3	2	45
184	4	5	5	1	2	3	2	2	1	1	5	3	3	4	3	3	4	3	54
185	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	1	2	61
186	5	4	3	2	2	5	3	4	4	1	4	5	3	1	4	2	2	1	55
187	3	4	3	3	2	3	2	3	2	2	3	4	3	4	2	3	2	2	50
188	5	5	5	3	3	4	4	2	2	2	5	2	3	4	4	4	3	3	63
189	5	5	5	2	2	5	4	5	5	5	1	5	4	5	5	5	5	5	78
190	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	2	5	4	2	3	4	3	56
191	4	4	4	5	2	5	4	3	2	3	1	3	3	1	3	1	4	3	55
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	70
193	5	2	1	1	4	1	4	1	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3	50
194	5	3	4	4	2	1	4	2	4	1	4	2	5	4	4	5	4	4	62
195	5	5	5	4	2	3	4	2	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	62
196	5	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	1	4	1	4	2	59
197	5	4	5	3	4	3	2	4	2	2	5	3	2	3	4	3	4	2	60

198	5	5	4	3	4	5	1	4	1	4	5	5	2	3	3	2	3	1	60
199	4	5	4	4	4	4	3	3	2	2	4	4	4	3	4	3	4	4	65
200	5	2	2	4	2	4	4	2	1	2	5	4	4	2	3	4	4	4	58
201	5	4	1	2	4	2	3	1	4	1	5	3	2	4	5	4	4	2	56
202	5	5	5	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	3	3	4	2	63
203	5	5	2	4	4	3	1	4	1	3	4	3	3	4	3	2	4	2	57
204	4	4	5	3	4	5	3	2	5	1	4	3	4	4	3	4	2	1	61
205	5	4	5	5	3	4	5	2	1	4	4	5	3	3	2	5	2	1	63
206	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	1	2	62
207	5	4	5	3	3	4	2	4	2	4	5	3	4	3	5	3	4	2	65
208	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	5	3	5	4	2	68
209	5	3	4	5	5	5	4	3	5	2	4	1	4	3	5	3	5	3	69
210	5	4	4	5	4	3	2	4	4	2	3	4	3	2	5	4	5	2	65
211	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	65
212	5	4	2	1	3	1	3	3	5	4	3	4	4	3	2	4	4	2	57
213	4	4	4	2	2	2	2	3	1	1	4	3	3	1	3	4	2	1	46
214	5	5	3	3	2	4	3	4	1	5	5	4	2	3	4	5	3	4	65
215	5	3	2	3	2	3	3	1	3	3	4	1	4	1	5	3	2	2	50
216	5	5	5	5	4	4	3	4	2	3	3	4	3	5	2	4	4	2	67
217	4	4	4	2	1	2	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	3	2	56
218	5	5	5	3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	65
219	4	4	3	3	4	3	1	3	3	1	5	3	4	3	1	2	1	1	49
220	4	4	3	2	2	1	4	2	3	4	4	4	5	4	2	1	2	3	54
221	4	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	3	4	65
222	4	4	2	3	4	3	1	2	3	4	5	1	3	2	4	4	3	4	56
223	5	5	3	3	3	2	1	1	2	1	5	4	3	3	2	3	1	1	48
224	5	4	3	3	4	3	1	4	3	1	4	1	3	5	5	5	5	5	64
225	4	5	3	1	2	2	1	2	2	3	4	3	3	3	3	3	1	1	46
226	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	3	3	5	3	1	3	65

227	5	5	4	4	4	3	1	4	3	4	2	4	5	4	2	3	3	3	63
228	5	4	1	3	2	4	3	1	3	3	3	2	5	4	1	3	2	1	50
229	4	4	2	2	3	2	1	1	1	1	4	3	4	3	5	3	3	3	49
230	4	5	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	73
231	4	4	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	61
232	3	5	2	4	2	2	1	2	1	1	5	4	3	2	5	5	4	3	54
233	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	70
234	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	62
235	5	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	3	4	3	3	3	3	64
236	4	4	4	3	3	2	4	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	60
237	5	4	3	3	4	3	2	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	4	65
238	5	4	4	3	3	2	1	4	2	4	5	4	3	4	5	5	3	4	65
239	4	2	4	2	4	3	4	4	2	2	4	2	3	4	4	4	2	3	57
240	5	5	3	4	3	3	3	4	2	4	5	2	3	4	4	4	5	4	67
241	4	4	4	2	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	57
242	5	5	4	4	3	3	3	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	66
243	4	4	4	3	4	3	4	4	1	4	5	2	2	3	4	4	3	3	61
244	5	5	5	3	4	2	2	5	1	5	5	3	3	4	4	4	4	4	68
245	5	5	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	63
246	4	5	4	4	3	3	4	4	1	4	4	5	4	3	4	4	3	4	67
247	5	5	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	63
248	4	4	5	2	4	2	1	3	2	5	5	4	3	4	3	4	2	3	60
249	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	69
250	4	3	5	5	3	4	4	2	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	69
251	5	4	3	4	4	4	1	4	3	5	5	4	4	3	5	4	4	5	71
252	4	3	4	2	4	4	5	5	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	66
253	4	4	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	3	3	4	4	3	4	65
254	4	4	5	4	4	4	3	3	2	3	5	5	3	4	4	4	3	4	68
255	4	3	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	4	63

256	4	4	4	2	3	3	4	4	3	5	3	4	4	5	3	5	4	3	67
257	4	3	3	3	4	1	4	2	3	2	5	2	3	3	5	3	4	3	57
258	4	5	5	4	5	4	3	3	3	5	3	3	3	4	2	4	2	4	66
259	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	5	81
260	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	5	5	4	4	3	3	3	64
261	5	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	5	2	3	2	2	2	1	54
262	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	2	4	3	4	2	4	2	3	62
263	4	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3	3	4	4	5	4	5	69
264	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	3	2	3	3	2	3	4	58

No Responden	FINANCIAL LITERACY (X1)													TOTAL X1
	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	
1	2	1	2	4	4	2	2	4	3	3	2	3	2	34
2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	1	2	30
3	3	2	3	4	2	1	3	2	2	1	5	1	4	33
4	5	3	4	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	38
5	1	1	1	1	3	3	1	3	2	1	5	3	2	27
6	3	1	1	2	4	2	3	3	2	3	2	2	3	31
7	2	1	1	3	2	2	2	3	2	1	2	4	3	28
8	2	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	2	4	36
9	1	2	2	1	4	4	3	4	2	3	5	2	5	38
10	2	2	1	1	2	4	2	2	2	1	3	5	2	29
11	5	3	2	1	2	4	2	2	2	2	4	3	3	35
12	3	4	1	2	1	3	1	1	2	2	5	2	2	29
13	2	1	1	1	2	2	3	4	2	2	3	4	4	31
14	4	2	3	1	4	4	3	1	3	2	3	5	3	38
15	3	3	3	1	3	3	1	3	2	2	4	1	3	32
16	4	2	4	2	3	2	2	4	1	2	2	4	4	36
17	3	2	1	1	3	2	2	2	2	4	3	2	3	30
18	4	2	4	3	4	2	2	3	4	4	1	2	3	38
19	1	2	1	1	2	4	5	3	4	5	3	3	3	37
20	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	3	1	3	32
21	4	2	2	4	2	4	2	4	3	2	2	3	2	36
22	4	1	3	4	5	3	2	2	2	1	1	3	3	34

23	3	3	1	1	4	2	1	3	2	4	3	2	2	31
24	2	1	2	2	4	2	2	2	3	2	1	2	1	26
25	3	5	3	2	2	4	1	3	2	4	1	2	1	33
26	3	1	4	2	3	3	1	4	3	1	2	1	3	31
27	3	3	1	4	1	2	4	2	4	2	1	3	3	33
28	3	2	3	5	4	3	2	3	4	1	3	1	3	37
29	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3	4	2	4	32
30	4	2	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	2	34
31	4	4	3	2	2	5	4	1	2	4	3	3	4	41
32	3	3	1	2	2	2	4	2	2	4	2	2	3	32
33	2	1	2	4	4	3	4	2	5	1	2	3	2	35
34	4	3	1	1	4	3	2	3	2	2	3	3	1	32
35	3	2	3	2	4	2	2	2	5	2	3	2	2	34
36	3	1	2	2	4	1	3	2	2	3	2	5	2	32
37	4	3	4	2	3	2	2	3	3	4	2	3	2	37
38	4	2	2	2	3	2	2	4	2	3	2	2	3	33
39	4	4	2	2	4	1	4	1	2	5	2	2	2	35
40	5	5	4	2	3	4	2	4	2	4	2	2	2	41
41	3	2	4	1	2	3	2	1	2	3	2	4	3	32
42	3	4	1	4	2	2	4	2	4	2	2	3	3	36
43	4	2	4	1	2	3	4	2	2	3	1	3	3	34
44	3	4	2	1	3	1	2	4	1	4	2	3	3	33
45	3	5	1	4	2	4	2	1	2	4	2	1	2	33
46	3	3	2	2	2	4	2	2	5	4	1	2	4	36

47	3	2	2	4	2	3	4	2	2	2	3	4	1	34
48	4	2	2	4	2	4	1	1	3	1	2	3	2	31
49	4	3	2	2	2	3	3	4	1	2	1	2	2	31
50	3	4	1	3	2	3	3	2	1	1	3	1	3	30
51	4	3	2	2	2	3	4	2	2	3	2	1	3	33
52	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	29
53	5	2	3	2	4	5	1	4	2	2	3	4	3	40
54	4	3	4	3	3	4	3	2	4	3	5	4	3	45
55	3	4	2	4	2	1	2	4	3	2	2	4	2	35
56	3	1	4	1	1	3	2	1	4	2	2	3	4	31
57	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	2	5	5	42
58	2	3	1	2	2	3	4	2	4	2	3	2	4	34
59	3	3	5	1	2	4	1	1	3	1	3	2	3	32
60	4	2	4	3	2	1	2	2	4	3	2	4	2	35
61	3	1	3	1	4	3	1	3	3	2	1	5	2	32
62	2	1	5	2	2	4	3	1	4	2	4	3	2	35
63	3	5	3	1	4	4	2	1	3	3	1	3	2	35
64	4	5	4	4	1	4	3	1	2	2	3	1	3	37
65	4	3	4	2	3	5	4	2	4	2	3	1	3	40
66	5	3	4	1	2	2	4	1	3	4	2	2	1	34
67	5	3	4	2	3	4	3	2	5	4	4	4	2	45
68	4	2	4	3	1	2	4	3	2	3	4	3	2	37
69	4	3	4	3	4	2	2	4	2	2	4	2	4	40
70	3	1	4	2	3	2	3	3	4	3	1	3	3	35

71	3	2	3	3	2	4	3	5	2	1	2	2	2	34
72	4	2	4	4	2	5	2	4	2	3	3	2	4	41
73	3	4	2	4	2	3	2	3	1	1	2	3	4	34
74	3	4	2	2	2	2	2	3	2	3	4	2	3	34
75	2	3	3	2	1	1	2	1	2	5	2	3	1	28
76	3	2	2	4	3	2	4	2	1	3	4	1	4	35
77	3	1	3	4	2	4	2	1	3	2	4	3	2	34
78	2	3	4	3	3	3	3	4	2	1	2	4	1	35
79	4	3	1	4	1	2	4	2	4	2	1	3	4	35
80	5	3	3	5	1	5	1	3	2	3	5	2	2	40
81	3	3	2	4	3	2	2	4	5	2	2	3	3	38
82	4	4	2	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	43
83	4	5	4	4	2	4	2	5	3	1	2	3	4	43
84	4	3	2	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	38
85	4	3	2	2	3	4	3	2	3	4	2	2	4	38
86	3	1	4	3	2	3	3	4	2	1	3	2	2	33
87	3	4	2	3	2	1	2	2	3	1	4	1	1	29
88	4	2	5	3	1	5	2	3	1	4	4	2	1	37
89	2	1	1	3	2	2	4	1	3	2	3	1	3	28
90	4	3	1	3	2	4	4	2	2	4	2	2	3	36
91	4	5	3	4	3	1	3	1	3	1	4	2	1	35
92	2	3	2	3	2	2	1	4	2	3	1	2	3	30
93	3	3	4	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	35
94	3	2	1	3	2	3	3	1	2	3	3	2	4	32

95	4	4	3	2	3	2	2	3	3	1	5	3	4	39
96	4	2	2	2	4	2	2	3	1	3	1	4	3	33
97	5	1	2	3	4	5	1	2	4	5	3	2	1	38
98	3	3	3	2	4	2	4	3	2	2	1	2	3	34
99	3	4	2	3	2	2	1	3	2	2	4	1	4	33
100	4	2	1	4	3	1	4	3	1	2	1	3	2	31
101	2	4	2	2	4	2	5	2	2	2	1	2	2	32
102	4	2	2	1	1	1	2	2	4	1	5	3	2	30
103	3	2	3	3	1	1	4	2	3	3	2	3	2	32
104	2	3	2	2	1	1	1	3	2	3	2	2	2	26
105	2	2	4	1	2	2	3	1	3	1	3	1	2	27
106	1	2	1	2	1	2	4	1	2	2	4	1	2	25
107	3	2	3	1	2	3	1	4	3	4	1	2	2	31
108	3	3	2	1	1	1	4	3	2	1	3	1	4	29
109	3	3	4	4	2	1	4	2	3	2	4	2	2	36
110	3	4	3	4	3	2	2	3	3	1	3	2	3	36
111	2	3	1	1	3	2	4	1	2	3	2	2	4	30
112	3	4	2	2	1	2	4	2	4	2	2	4	3	35
113	1	3	2	2	1	3	2	3	5	3	2	3	4	34
114	3	2	3	3	1	1	3	2	3	1	4	3	3	32
115	1	4	3	2	2	4	3	2	2	4	4	3	4	38
116	3	3	4	2	1	2	1	4	2	3	2	3	4	34
117	2	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	3	30
118	1	4	2	2	1	3	4	1	3	2	4	4	3	34

119	1	2	2	5	2	1	1	3	5	3	5	2	2	34
120	1	3	4	3	3	1	2	4	1	3	3	4	3	35
121	3	2	2	4	2	4	3	4	2	1	2	4	3	36
122	4	4	3	2	4	2	4	2	3	2	2	2	3	37
123	3	2	4	2	3	2	4	4	1	2	2	3	2	34
124	3	3	2	3	4	2	3	2	2	4	2	3	3	36
125	2	4	2	2	1	3	3	1	2	1	4	3	3	31
126	2	4	3	1	2	4	5	2	3	2	1	2	3	34
127	4	3	3	1	2	1	4	2	1	4	4	2	2	33
128	4	3	4	2	3	3	1	2	2	2	3	2	2	33
129	3	4	5	4	2	3	4	2	1	4	5	2	3	42
130	3	3	2	4	1	2	1	3	1	2	4	2	4	32
131	4	2	3	3	2	2	1	3	4	2	1	3	3	33
132	2	4	2	1	1	1	1	3	2	3	2	3	2	27
133	3	4	3	4	2	3	1	2	4	2	3	4	3	38
134	4	3	2	1	2	2	4	2	1	2	1	3	2	29
135	2	4	3	2	2	4	3	2	5	4	2	2	3	38
136	4	2	4	2	2	3	1	4	2	3	4	3	3	37
137	4	3	2	2	2	4	1	1	4	1	2	4	2	32
138	1	2	4	1	2	3	3	2	1	3	1	3	1	27
139	2	1	2	1	2	2	2	4	2	4	2	2	3	29
140	3	2	2	2	1	3	2	2	2	3	1	3	4	30
141	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	4	30
142	2	2	3	1	2	1	3	1	2	2	2	3	4	28

143	3	2	2	1	4	3	2	4	2	1	4	1	2	31
144	2	2	3	2	1	2	4	2	2	3	2	3	3	31
145	2	4	2	3	3	4	1	2	2	3	2	3	2	33
146	2	3	2	1	4	2	2	3	2	2	4	3	2	32
147	4	2	2	2	3	4	2	2	3	2	2	4	3	35
148	3	3	1	1	4	1	2	3	1	1	2	2	3	27
149	3	2	4	3	2	2	3	2	4	1	2	3	4	35
150	4	3	2	1	3	2	3	2	3	1	2	1	4	31
151	3	2	2	2	1	3	4	2	1	4	3	1	4	32
152	2	3	1	3	4	2	1	2	1	3	3	3	3	31
153	3	2	2	1	3	1	3	3	1	3	1	1	4	28
154	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	26
155	2	2	2	3	1	1	3	2	3	2	2	1	3	27
156	2	3	3	1	4	3	4	2	3	1	2	1	2	31
157	3	4	1	2	3	2	3	2	4	1	2	1	2	30
158	3	4	2	2	4	4	3	3	2	3	3	2	2	37
159	4	4	2	2	2	2	3	2	4	1	2	2	3	33
160	4	2	3	1	3	3	1	2	4	2	2	2	1	30
161	3	2	1	4	2	3	3	4	3	1	3	3	4	36
162	4	3	4	3	2	3	2	5	3	2	2	3	4	40
163	2	4	3	4	1	3	4	2	5	2	3	2	2	37
164	3	3	1	4	2	2	3	1	3	3	4	2	2	33
165	4	1	2	2	2	2	4	2	1	2	2	2	4	30
166	3	3	4	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	35

167	2	3	3	2	2	2	3	4	1	2	2	3	3	32
168	3	4	3	2	2	2	4	2	1	1	1	2	2	29
169	3	3	4	2	3	2	2	2	4	3	4	1	2	35
170	4	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	36
171	3	1	2	1	2	2	2	4	2	1	1	3	4	28
172	3	4	2	3	2	1	2	3	1	4	2	3	1	31
173	3	2	4	3	2	3	1	4	2	3	2	2	1	32
174	2	4	3	3	4	1	2	3	2	3	4	1	3	35
175	3	3	4	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	35
176	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
177	3	2	4	1	2	1	4	3	2	2	2	2	2	30
178	3	2	2	3	1	2	3	2	1	4	1	2	3	29
179	1	2	1	3	2	2	1	3	2	1	3	2	2	25
180	1	2	1	2	3	1	2	3	3	1	4	3	2	28
181	2	1	1	3	2	1	3	4	2	1	1	2	3	26
182	2	2	3	3	2	2	2	1	1	3	1	2	3	27
183	2	3	1	2	3	1	2	2	2	1	3	3	1	26
184	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
185	2	4	2	2	2	2	3	1	2	2	1	3	1	27
186	3	2	4	2	2	1	2	2	4	1	1	3	2	29
187	2	4	3	4	1	4	1	3	3	2	1	3	3	34
188	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	2	2	4	37
189	2	1	3	4	3	1	3	5	4	1	3	3	1	34
190	3	2	3	4	2	3	2	4	2	2	2	4	1	34

191	1	2	3	2	3	1	3	2	3	3	1	1	3	28
192	3	2	4	3	4	1	1	4	2	3	4	1	3	35
193	2	3	4	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	29
194	2	3	3	2	2	1	1	3	3	4	4	2	3	33
195	2	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	4	4	36
196	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	32
197	1	4	3	2	2	3	2	4	3	1	1	3	2	31
198	1	1	1	2	2	3	2	3	4	3	3	3	2	30
199	2	3	2	2	1	1	2	2	1	2	1	4	2	25
200	1	2	2	1	4	1	2	3	1	3	2	2	2	26
201	1	3	2	1	1	2	1	2	2	3	1	2	2	23
202	2	1	4	2	2	1	3	4	2	3	2	3	3	32
203	4	4	3	3	2	2	2	4	3	3	2	2	3	37
204	4	1	3	4	1	1	3	3	1	1	1	3	1	27
205	3	2	3	2	1	1	1	3	2	2	1	3	1	25
206	1	3	1	3	2	3	3	2	3	4	2	2	3	32
207	4	2	2	1	2	1	1	4	2	2	2	3	4	30
208	1	3	4	1	3	4	1	3	2	1	3	3	2	31
209	2	3	2	1	1	4	3	2	2	5	2	1	1	29
210	2	3	4	1	3	2	2	2	2	3	1	3	2	30
211	4	3	3	2	1	2	3	2	4	3	2	4	3	36
212	1	2	4	2	2	1	3	2	2	4	1	2	4	30
213	4	3	3	1	1	1	2	2	2	2	3	4	2	30
214	2	3	2	4	2	2	3	3	1	3	1	2	2	30

215	4	4	1	3	3	1	3	3	2	1	1	2	3	31
216	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	26
217	3	3	2	3	2	2	3	4	1	2	2	3	2	32
218	3	2	1	1	3	1	3	2	1	3	1	2	3	26
219	3	1	2	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3	25
220	3	4	2	1	1	2	3	1	2	3	4	3	3	32
221	2	2	1	2	1	3	2	1	2	2	1	3	3	25
222	3	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	1	5	31
223	5	4	2	4	1	1	1	3	2	2	2	2	5	34
224	3	3	3	2	1	1	4	3	3	4	3	1	1	32
225	3	2	1	2	3	1	1	2	2	3	2	3	3	28
226	4	2	2	1	2	1	2	3	2	4	2	2	4	31
227	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	3	3	25
228	2	3	4	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	30
229	2	3	2	3	2	1	1	3	2	3	1	2	2	27
230	4	1	4	1	2	3	1	3	2	2	2	1	4	30
231	3	2	3	3	2	2	2	1	3	2	4	1	3	31
232	2	3	2	2	1	2	2	3	1	3	1	2	2	26
233	3	2	2	4	2	1	3	2	3	3	2	3	2	32
234	2	2	3	2	1	2	4	1	2	3	2	2	1	27
235	1	3	4	2	3	2	3	2	1	2	3	1	2	29
236	3	2	3	4	2	1	1	3	2	3	2	2	1	29
237	2	1	2	4	2	2	3	4	3	2	1	2	2	30
238	2	3	4	2	3	2	1	3	2	2	3	2	2	31

239	2	1	1	1	3	1	4	2	1	2	2	4	2	26
240	3	2	2	4	2	2	1	3	3	1	3	4	2	32
241	2	2	3	4	3	2	3	2	2	1	2	3	2	31
242	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	1	2	3	29
243	3	1	4	2	1	2	1	2	1	4	2	2	3	28
244	3	2	2	3	2	2	3	1	2	3	1	1	4	29
245	2	4	1	5	2	4	1	2	2	3	3	4	3	36
246	3	3	2	3	1	3	2	1	2	1	4	2	3	30
247	3	4	1	1	1	3	2	3	1	2	3	4	2	30
248	2	4	2	4	3	2	1	4	1	3	2	1	2	31
249	2	1	2	4	3	1	3	2	2	3	2	4	2	31
250	2	2	4	3	1	2	4	2	4	1	2	2	3	32
251	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	4	2	31
252	1	3	2	4	3	4	4	3	2	1	1	4	1	33
253	2	3	3	1	2	2	1	3	2	2	1	3	3	28
254	2	2	3	1	2	2	1	2	4	1	3	2	3	28
255	1	3	2	4	2	2	2	2	2	1	2	2	3	28
256	3	2	2	3	2	3	2	3	1	1	2	2	2	28
257	2	4	3	4	2	1	3	2	2	1	1	1	3	29
258	2	2	2	1	2	3	2	3	4	3	2	3	4	33
259	2	2	3	4	2	3	1	3	2	3	4	3	2	34
260	3	4	3	3	1	1	2	4	2	3	1	4	2	33
261	3	3	2	2	1	2	4	1	3	4	1	5	3	34
262	2	4	3	4	2	3	2	3	3	2	1	3	2	34

263	2	2	4	2	3	2	1	2	4	2	3	3	2	32
264	2	3	2	2	4	1	2	3	2	1	2	1	2	27

No Responden	GAYA HIDUP (X3)													TOTAL X3
	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P48	P49	P50	P51	P52	
1	3	3	4	4	2	4	2	4	3	4	4	5	3	45
2	4	4	3	3	2	2	5	4	3	3	5	4	5	47
3	2	4	3	3	4	5	4	3	4	1	3	1	3	40
4	4	5	3	5	3	4	3	4	2	4	2	3	4	46
5	3	5	5	4	4	5	4	2	3	1	3	1	4	44
6	5	5	2	3	4	2	3	4	4	1	3	3	5	44
7	3	3	3	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4	44
8	2	4	3	2	4	2	4	4	2	2	4	3	4	40
9	4	5	4	3	2	2	3	4	5	1	5	4	4	46
10	1	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	2	33
11	1	5	5	4	1	1	4	2	4	1	4	1	2	35
12	4	5	4	4	4	3	3	5	3	2	3	2	3	45
13	5	3	5	3	2	3	5	5	3	2	5	2	5	48
14	5	4	5	3	4	4	5	3	3	2	3	5	3	49
15	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	52
16	4	3	2	3	4	5	3	4	4	2	4	3	4	45
17	1	3	3	2	4	2	2	3	2	3	4	3	5	37
18	5	3	5	4	5	3	2	4	3	3	4	4	4	49

19	3	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	2	1	33
20	4	5	3	4	5	3	3	3	5	4	5	2	5	51
21	5	3	4	2	5	4	5	3	5	4	3	4	4	51
22	5	4	4	5	4	4	2	2	4	3	3	2	4	46
23	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	2	4	46
24	1	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	32
25	5	4	2	4	2	1	5	3	4	4	5	4	5	48
26	3	5	5	4	2	2	4	4	3	2	2	5	5	46
27	4	4	3	2	1	1	2	5	4	1	2	2	4	35
28	5	5	3	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	50
29	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	2	4	4	49
30	4	3	5	4	5	3	4	2	4	4	3	2	5	48
31	4	4	5	4	3	4	4	1	3	4	4	3	4	47
32	5	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	2	3	48
33	4	5	4	2	5	4	2	3	5	2	3	3	4	46
34	4	4	3	5	3	4	3	5	4	3	3	2	4	47
35	4	5	4	3	3	4	4	3	4	2	4	2	3	45
36	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	38
37	3	4	4	5	4	2	2	4	4	2	3	3	4	44
38	4	4	5	4	2	4	4	5	4	3	3	2	4	48
39	5	4	5	4	2	2	3	4	4	2	4	2	4	45
40	2	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2	1	3	31
41	3	3	4	1	2	1	4	4	2	1	3	1	4	33
42	5	5	2	4	5	3	4	4	3	4	3	2	3	47

43	3	3	4	4	2	2	4	4	4	5	4	2	4	45
44	3	5	5	3	3	4	1	4	3	3	5	3	5	47
45	5	4	4	4	3	5	4	3	4	3	5	4	5	53
46	4	3	2	2	4	2	4	3	3	1	2	2	3	35
47	4	4	3	4	2	2	2	3	4	3	5	3	5	44
48	4	4	3	4	2	2	4	3	4	2	5	2	5	44
49	3	5	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	41
50	3	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	2	1	44
51	5	4	4	1	3	2	3	3	5	3	4	3	5	45
52	3	4	5	3	3	2	4	5	5	4	4	5	5	52
53	2	3	3	3	4	2	1	4	3	1	3	3	2	34
54	2	2	1	5	4	3	1	3	5	2	2	1	3	34
55	3	4	4	4	1	4	3	5	4	2	4	2	5	45
56	5	5	2	4	4	5	3	4	2	4	2	4	4	48
57	2	4	3	3	4	4	4	5	2	4	2	3	5	45
58	5	5	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	47
59	5	2	4	4	5	4	3	4	2	5	2	3	4	47
60	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	46
61	4	2	4	4	5	2	4	2	4	4	3	4	3	45
62	2	3	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4	4	45
63	5	4	2	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	50
64	4	2	4	4	4	3	4	3	3	5	2	4	4	46
65	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	2	49
66	3	2	2	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	45

67	3	4	2	4	4	3	5	4	3	3	5	4	1	45
68	3	2	3	4	4	4	4	5	2	5	3	2	3	44
69	5	4	3	4	4	5	4	3	2	4	3	4	2	47
70	4	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	44
71	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	47
72	2	4	3	4	3	2	5	4	4	3	4	3	3	44
73	4	3	3	5	3	4	4	4	3	4	4	3	4	48
74	3	4	2	3	3	5	3	2	1	4	2	2	3	37
75	3	3	5	5	4	5	2	3	1	5	4	3	5	48
76	2	5	2	3	3	5	3	3	2	3	1	1	4	37
77	5	4	2	5	3	2	3	3	4	3	3	4	4	45
78	2	1	2	3	3	2	4	2	2	4	3	4	2	34
79	5	3	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	48
80	5	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	46
81	3	1	3	2	4	3	2	1	2	3	2	2	3	31
82	5	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	46
83	4	1	1	4	5	4	3	2	1	3	2	3	5	38
84	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	2	3	3	47
85	3	1	3	3	1	3	2	2	1	2	2	3	5	31
86	5	4	5	4	3	5	4	3	1	2	4	5	1	46
87	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	45
88	4	3	2	3	2	1	3	2	2	2	1	3	3	31
89	5	2	3	3	4	4	3	3	4	4	1	5	4	45
90	3	1	2	5	3	4	4	3	1	4	3	3	2	38

91	4	2	2	4	3	4	2	2	3	5	3	4	3	41
92	1	1	3	4	4	4	4	2	1	4	2	5	2	37
93	5	5	2	4	4	4	4	2	2	4	2	5	3	46
94	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	45
95	4	2	5	4	2	2	4	2	4	4	4	5	4	46
96	3	1	3	3	1	5	2	2	1	4	2	4	4	35
97	5	2	1	4	4	5	5	4	3	2	3	5	3	46
98	4	2	1	5	3	2	1	2	2	3	1	1	3	30
99	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	4	5	38
100	4	5	3	4	4	5	2	2	2	3	4	4	3	45
101	2	2	2	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	34
102	4	4	3	2	3	5	4	3	3	4	3	5	3	46
103	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4	3	4	48
104	3	2	4	3	3	4	3	3	1	3	4	3	3	39
105	2	1	3	2	3	2	2	2	2	3	1	3	1	27
106	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	50
107	2	1	3	4	3	4	5	4	4	5	3	3	4	45
108	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	3	2	43
109	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	44
110	5	2	5	4	3	4	3	2	4	4	4	4	2	46
111	4	5	3	3	3	4	4	2	1	2	1	2	1	35
112	4	2	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	45
113	4	4	2	5	4	4	2	4	2	5	3	5	3	47
114	3	1	2	3	2	4	3	3	4	3	2	4	3	37

115	4	4	1	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	45
116	3	4	2	4	3	3	2	3	4	2	1	3	3	37
117	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	3	45
118	5	2	2	5	4	4	2	1	1	3	4	1	3	37
119	2	4	3	4	2	5	3	3	2	3	2	1	3	37
120	1	2	1	1	1	3	2	2	2	5	2	3	2	27
121	5	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	5	45
122	3	1	2	3	5	5	4	3	2	4	5	3	4	44
123	4	2	3	4	4	5	4	3	2	4	4	4	2	45
124	3	4	2	3	4	4	3	3	5	4	3	3	3	44
125	4	4	3	4	5	3	3	5	3	3	3	4	3	47
126	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	53
127	2	3	3	4	4	4	3	4	2	3	2	4	2	40
128	3	4	4	2	4	4	4	2	5	3	4	4	4	47
129	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	44
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
131	4	2	4	4	5	1	5	5	3	3	5	2	4	47
132	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	38
133	5	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	5	4	44
134	4	2	4	3	2	4	4	5	3	5	2	5	2	45
135	4	4	3	4	5	4	2	4	4	3	1	4	4	46
136	4	3	4	4	4	5	2	4	3	4	3	3	3	46
137	5	4	3	4	3	4	4	4	2	4	1	4	4	46
138	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	44

139	2	3	4	3	4	3	4	3	4	5	3	3	4	45
140	5	4	5	3	4	3	4	4	3	3	1	4	2	45
141	2	5	4	3	3	4	4	2	3	4	2	4	5	45
142	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	4	44
143	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	46
144	3	5	1	2	4	5	3	4	3	4	4	5	3	46
145	4	1	3	4	4	2	3	1	3	3	4	3	3	38
146	5	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	2	3	44
147	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	2	36
148	3	3	3	5	5	4	3	4	3	3	2	4	3	45
149	4	3	4	3	4	4	3	5	3	3	2	4	3	45
150	4	4	2	4	5	4	4	2	3	5	4	4	3	48
151	4	2	4	4	3	3	4	2	2	5	4	4	3	44
152	4	4	2	4	3	4	2	3	4	2	2	4	3	41
153	2	2	1	3	5	3	3	3	3	3	2	4	2	36
154	4	4	3	5	3	4	3	4	2	2	4	5	5	48
155	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	5	4	45
156	4	3	4	4	3	5	4	3	3	4	2	3	2	44
157	4	2	1	5	4	3	4	3	3	4	4	4	3	44
158	4	2	4	4	4	3	4	2	3	5	3	5	2	45
159	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	44
160	5	5	3	4	3	5	4	3	3	2	4	4	3	48
161	4	3	3	4	4	1	4	3	3	4	4	4	3	44
162	4	3	5	3	3	4	3	4	3	2	3	5	3	45

163	5	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	46
164	5	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	47
165	4	3	5	3	4	4	3	5	4	3	4	2	3	47
166	4	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	36
167	5	3	3	2	4	4	2	4	3	4	3	5	3	45
168	4	5	4	1	4	3	4	4	3	3	4	3	5	47
169	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	48
170	3	3	2	3	3	4	5	5	2	3	3	5	5	46
171	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	45
172	4	4	5	3	4	5	2	4	4	2	2	3	4	46
173	5	4	4	3	3	5	4	3	3	3	4	4	3	48
174	5	4	2	4	4	5	3	3	2	3	2	4	5	46
175	4	2	5	4	5	5	5	3	3	4	4	3	3	50
176	5	3	4	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	51
177	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	52
178	5	4	3	4	3	5	4	3	4	4	3	3	4	49
179	4	4	3	4	5	5	3	4	5	5	2	4	4	52
180	3	3	1	3	4	5	3	3	4	5	1	5	3	43
181	5	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	45
182	3	2	5	4	3	4	4	2	3	4	3	3	3	43
183	5	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	45
184	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	46
185	3	1	3	4	4	4	2	4	5	4	3	4	3	44
186	2	4	5	4	4	3	2	2	1	3	2	3	4	39

187	2	2	3	4	3	2	4	2	2	4	2	2	2	34
188	5	2	3	4	4	5	3	3	3	3	3	3	3	44
189	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5	5	59
190	3	3	2	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	43
191	4	3	3	2	5	3	5	4	3	3	5	3	3	46
192	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
193	3	4	2	2	3	4	2	4	5	2	1	3	3	38
194	1	1	3	3	4	4	3	2	5	3	2	2	1	34
195	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	44
196	3	4	2	3	2	4	1	3	3	3	2	3	2	35
197	4	4	3	3	4	4	3	5	2	4	2	4	4	46
198	4	2	1	3	3	5	5	4	3	5	4	3	3	45
199	4	1	2	2	3	4	3	4	2	3	2	4	1	35
200	4	2	4	5	4	3	4	4	3	4	3	4	4	48
201	3	2	4	5	5	3	2	2	2	4	2	3	2	39
202	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	45
203	1	1	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	1	36
204	5	3	3	3	1	5	3	1	3	1	1	2	5	36
205	4	3	5	4	4	4	4	2	1	4	3	4	4	46
206	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	45
207	4	4	3	3	4	4	3	5	2	4	2	4	2	44
208	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	40
209	2	2	3	1	2	4	2	3	2	4	4	5	3	37
210	3	2	3	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	44

211	4	2	2	4	3	2	5	5	3	3	3	2	4	42
212	2	3	1	2	3	3	2	2	4	3	2	3	2	32
213	2	1	2	3	4	4	3	5	3	5	1	4	1	38
214	5	3	4	5	5	5	3	4	2	5	2	5	2	50
215	3	2	4	3	3	4	3	3	1	3	2	3	3	37
216	5	5	5	4	4	5	5	5	2	5	2	5	2	54
217	3	2	3	5	3	4	4	1	3	1	3	5	5	42
218	4	2	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3	38
219	3	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	36
220	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	35
221	4	3	3	4	4	5	3	3	3	5	4	5	4	50
222	3	2	3	3	3	2	2	3	1	3	2	4	3	34
223	4	2	3	1	5	4	3	5	2	5	3	4	3	44
224	4	1	3	2	4	4	1	3	2	3	1	2	4	34
225	3	2	2	4	2	3	3	2	1	2	2	2	1	29
226	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
227	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	54
228	4	1	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	1	32
229	3	1	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	3	38
230	4	4	3	5	3	4	3	3	3	5	4	4	5	50
231	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	36
232	3	1	3	1	2	1	2	1	2	3	4	5	3	31
233	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	52
234	5	3	3	4	4	5	3	3	4	5	4	4	4	51

235	3	4	4	4	4	5	3	2	3	4	3	4	3	46
236	3	4	3	4	3	5	4	2	3	5	3	4	5	48
237	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	4	51
238	4	3	5	5	4	5	3	3	3	2	2	3	4	46
239	3	3	4	4	4	4	2	2	2	5	4	4	3	44
240	4	3	2	5	4	5	3	3	3	4	3	4	4	47
241	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	3	4	2	39
242	4	4	4	4	3	3	3	2	3	5	4	4	3	46
243	4	3	2	5	4	4	3	3	4	5	4	3	5	49
244	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	50
245	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	43
246	4	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	49
247	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	56
248	4	2	3	4	3	5	3	4	2	4	4	4	5	47
249	4	5	3	5	4	5	3	3	4	5	5	4	5	55
250	3	5	4	4	4	5	2	3	4	3	3	3	5	48
251	4	3	3	2	3	5	2	3	4	4	5	4	4	46
252	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	45
253	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	4	5	52
254	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	43
255	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	44
256	4	3	3	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	53
257	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	53
258	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	58

259	3	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	51
260	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	55
261	3	3	4	5	4	3	4	3	3	5	5	4	3	49
262	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	49
263	5	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	52
264	4	3	4	5	3	5	5	3	3	5	3	4	4	51

Lampiran 10 Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI
Gedung L1, Kampus Sekaran Gunungpati Semarang - 50229
Telepon +6224-8508015, Faksimile +6224-8508015
Laman: <http://fe.unnes.ac.id>, surel: fe@mail.unnes.ac.id

Nomor : B/6735/UN37.1.7/LT/2020
Hal : Izin Penelitian

16 Juli 2020


Yth. Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa mahasiswa di bawah ini:

Nama : Ari Setiawati
NIM : 7101416016
Program Studi : Pendidikan Ekonomi (Pendidikan Koperasi), S1
Semester : Genap
Tahun akademik : 2019/2020
Judul : Pengaruh financial literacy, status sosial ekonomi orang tua dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren se Gunungpati Semarang

Kami mohon yang bersangkutan diberikan izin untuk melaksanakan penelitian skripsi di perusahaan atau instansi yang Saudara pimpin, dengan alokasi waktu 23 April 2020 s.d. 30 Mei 2020.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami mengucapkan terima kasih.


 a.n. Dekan FE
Wakil Dekan Bid. Akademik,
Dr. Kardoyo, M. Pd.
NIP 196205291986011001

Tembusan:
Dekan FE;
Universitas Negeri Semarang



Lampiran 11Daftar Responden

No	Nama Lengkap	NIM	Instansi
1	Zaqiyatul Mudhakiyah	4301416016	UNNES
2	Khusnul Khotimah	3301416015	UNNES
3	Lili A I	0402518024	UNNES
4	Miftachur Rohmah	3401416055	UNNES
5	Afrida Lestari	7101416027	UNNES
6	Amin	3101417045	UNNES
7	Dwi kartika	4001418056	UNNES
8	Frisca	7101418175	UNNES
9	Ninayaroh	174010111	UNWAHAS
10	Tuti ulfah	7101419154	UNNES
11	Agus Pratomo Dwi M.S.	1511417024	UNNES
12	Thoyib j	3101419026	UNNES
13	Mina Arifah	5112416014	UNNES
14	Nailil Chusna	2303416055	UNNES
15	hobar	7101416327	UNNES
16	Nur Fitriani	2611418001	UNNES
17	Andi Muhammad akbar	5202418039	UNNES
18	Muhammad Badruttamam	5202416047	UNNES
19	Safira Aufi Fauziyah	6411418073	UNNES
20	Said Noor Rahman	8111419284	UNNES
21	Arifin	5202415046	UNNES
22	Paijo	1810304199	UNDIP
23	Falah Jauhari	2101418016	UNNES
24	Fadli rosyad	4311419070	UNNES
25	Inna Fitri Hidayati	4001416045	UNNES
26	Hannan Maulana Ahmad	1102418034	UNNES
27	Lutfi Afifaturrochmah	4301416077	UNNES
28	DINA FITRIATIL YUSRO	3201418009	UNNES
29	Luthfiatun Nadhifah	4301416001	UNNES
30	Nur Jannatul Khoirina	4101418053	UNNES
31	Zakiyyatul Mustafidah	5404419060	UNNES
32	Umi Khoirun Nisa	6511417029	UNNES

33	Laelatul Mutoharoh	4311418074	UNNES
34	Nailia Zania Alfitri	4301419023	UNNES
35	Siti Muhimmatul Aliyah	7311418116	UNNES
36	Khusnul bariroh	3301417014	UNNES
37	Yulia Ayu Savitri	4101418008	UNNES
38	Istiqomah	3201418014	UNNES
39	Ani Wardatul Masruroh	1301416019	UNNES
40	Mamluatun Ni'mah	7101418019	UNNES
41	Binti ulfatur rosidah	19106011147	UNWAHAS
42	Fadilatul Chulaiwiyah	4411416030	UNNES
43	Alma'iyyatun Najihah	4411416025	UNNES
44	Eho Livah	2303418036	UNNES
45	Diah Ika	4201417017	UNNES
46	Nur Hidayah	4411416035	UNNES
47	Tsamrotus sakinah	4001416023	UNNES
48	Tsamrotus sakinah	4001416023	UNNES
49	Muhammad Miftahur Ridho	7101418289	UNNES
50	Nur	3301418005	UNNES
51	Maziyyatus Sa'adah	2301417018	UNNES
52	Tri Qonaah Roikhatul Magfiroh	2611418013	UNNES
53	Amaliya	4111416	UNNES
54	Sania Tafryda	4201417071	UNNES
55	Rois Hidayah	2303416049	UNNES
56	Sholihatur rohmah	4411418035	UNNES
57	FADHILATUS SALAMAH	4001416033	UNNES
58	Novia rizqi	1301418015	UNNES
59	Frisca Ayu	7101418175	UNNES
60	Habibah	2303416024	UNNES
61	Laeli Fajri Hidayati	4101418095	UNNES
62	Chairul Anwar	1102417028	UNNES
63	Kafa Lana Rahmatika	6411418169	UNNES
64	Khoirunnisa	2601415071	UNNES
65	Baiti Rohmawati	4301416005	UNNES
66	Nilna Fauziyah	7111417092	UNNES

67	sofiyatul munawaroh	7211415112	UNNES
68	Ikliliya Zahwa	5213417020	UNNES
69	Nur Khalim Darwiyati	7211416104	UNNES
70	Costly Ifada	1301417010	UNNES
71	Ulfa Safangatun	3401417060	UNNES
72	Isro Suwitaningsih	1511414004	UNNES
73	Petit Dini Hafsari	1201417077	UNNES
74	Himmatul Ulya Alfiana	4401417073	UNNES
75	Chusna Amala	2111418008	UNNES
76	Vita fadillah	4101415021	UNNES
77	Vita fadillah	4101415021	UNNES
78	Nur faidah	5403416022	UNNES
79	Yeiniva	2303417005	UNNES
80	Uswatun Hasanah	7101417189	UNNES
81	Anif Nur Fadilah	2303415007	UNNES
82	Reny Rahayu	4411416023	UNNES
83	Fathimah	4201418029	UNNES
84	Nazal chilmi	3111416035	UNNES
85	Zanna Arina Manasika	2101418025	UNNES
86	Fatimatul Uluwiyah	8111417292	UNNES
87	Laili masrurotun Nisak	1601418019	UNNES
88	Novela Nur Jannah	1511416025	UNNES
89	Fina nazilaturrohmah	4111417002	UNNES
90	Zahrona Nur Baiti	2303417006	UNNES
91	Eka Amania Majidah	7211416027	UNNES
92	Umi Yaisah	7211416160	UNNES
93	Habib Maulana Ramadan	5202416046	UNNES
94	Andre Mahendra	7311417023	UNNES
95	Choirina Muqtavia	4201416031	UNNES
96	Choerul Amin	8111417175	UNNES
97	Yusuf abduhlah	4101417142	UNNES
98	Suci Asma Yanti	230341020	UNNES
99	Feri Isnanto	5201417043	UNNES
100	Aesyid Dzikria	2303415006	UNNES
101	Janah setiya	7101415081	UNNES

102	Moh Luqman hakim	4411416011	UNNES
103	Siti qoniah	1601415057	UNNES
104	Moh Khairul Anam	5201416041	UNNES
105	Zaenurohman Arifin	2303415009	UNNES
106	Rif'atul Alawiyah	4111417013	UNNES
107	Maryati	2601416062	UNNES
108	Ahmad Tafsirul Hakim	5201417046	UNNES
109	Muhammad Saifuddin Alamsyah	4101418069	UNNES
110	Fathan Masruri	5202418016	UNNES
111	Silfia Fajriati Zidatunnur	4201416003	UNNES
112	Aroh Jazuli	7101415087	UNNES
113	Bunga ifa	641141	UNNES
114	Feti fatikhatul uza	7211418037	UNNES
115	Rima Nuzulun Nikmah	2303415016	UNNES
116	Indri Maulida	2303418032	UNNES
117	Ainun Naim	6411416040	UNNES
118	Nita Pujiasih	4301416072	UNNES
119	Siti Nursholiah	4001416005	UNNES
120	Fahri ulil albab	1102416052	UNNES
121	Sukmawati	7101417093	UNNES
122	Derizda	4101418071	UNNES
123	Fauzan Adhiman	1301416039	UNNES
124	Faidatul Amaliyah	7211417077	UNNES
125	Diana nasywa qothrunnada	1601417022	UNNES
126	Safira Aufi Fauziyah	6411418073	UNNES
127	Lutfiana Qoni'atin	4311416032	UNNES
128	Siti Aminatun	7211416079	UNNES
129	Luma'tun Niswah	4201417069	UNNES
130	kang Sule	2303416001	UNNES
131	Nopiani Dwi Lestari	2303417024	UNNES
132	Nay	3401416014	UNNES
133	Jihan Nabila	6411417073	UNNES
134	Endah Maulidiyah	2201417003	UNNES
135	Maula Qorri 'Aina	4111414028	UNNES

136	Cahyo	416137	UNNES
137	Khoirun Nisak	4401419038	UNNES
138	Opik	1201415054	UNNES
139	Rizqi aulia zhafirah	2201416127	UNNES
140	Iin ainiyah	5403417049	UNNES
141	Dzulkaisi Muthia Sari	3601414040	UNNES
142	Putri Intan A	7101414339	UNNES
143	Sari Nurul Hidayah	3111418045	UNNES
144	Indana Adilatul Ulya	4101418211	UNNES
145	afif farhan	3401417030	UNNES
146	Naola rahma octaviya	4301417019	UNNES
147	Niswatul Arifah	1601416093	UNNES
148	Intan Rohmawati	2303417014	UNNES
149	Ahmad Ihsanudin	4311416026	UNNES
150	Shofiyana noor wijayanti	4101418214	UNNES
151	Siti khotijah	1601418060	UNNES
152	Muthmainah	6411417105	UNNES
153	ALISA QOTRUN NADA	3201418047	UNNES
154	Shoffia janatti	4311417053	UNNES
155	Nuriatul Maftukhah	2303416005	UNNES
156	LU'LUATUL FAWAIDA	4201419085	UNNES
157	Kholifaturohmah	2303418054	UNNES
158	Najikhatul Umniyah	4301419096	UNNES
159	Zahro Shofa Hera Ningrum	18107011062	UNWAHAS
160	Nur Jannah	176050019	UNWAHAS
161	Fitratul Maulidati	1601418021	UNNES
162	Arikatul Ulya	1601418003	UNNES
163	Nazzun Nurin	4101417021	UNNES
164	Mina Arifah	5112416014	UNNES
165	Mochammad Faiq	7101419046	UNNES
166	Dhonni Dwi Prasetyo	2303419013	UNNES
167	maduri nur balhis	4411418038	UNNES
168	Yun Nur A.	2101417026	UNNES
169	Zaki irham	161010104	UNWAHAS
170	Durrotun Nafisah	3111418001	UNNES

171	Siti Mutia Mumtazah	2303419064	UNNES
172	Azmi faqih jauhar fahmi	161010147	UNWAHAS
173	A. Salman al Azizi	711419163	UNNES
174	Sella Ananda Giovany	2201418081	UNNES
175	Fahmi Hidayat	1707016122	UIN WALISONGO
176	Andrian	610141989	UNNES
177	Atika fitriyani	2201417060	UNNES
178	Muhammad Rizqi Abdul Latif	8111419371	UNNES
179	Retnosari Widiastutik	7211417013	UNNES
180	Retnosari Widiastutik	7211417013	UNNES
181	Arifin	5202415049	UNNES
182	Rizka Fauziah Anis Marzizah	7211418218	UNNES
183	Amin Rosyid	3101417045	UNNES
184	Andrian	610141989	UNNES
185	Maghfiratus sholekhah	4101417174	UNNES
186	Muhammad Badrul Munir	2303418053	UNNES
187	Zulfa Aulia	4101418226	UNNES
188	Bayu Adi Luhung	5211417016	UNNES
189	Ahmad khusni	6211417092	UNNES
190	Rizki Agung pamungkas	1201417014	UNNES
191	Wildan Oey	6101417074	UNNES
192	Moh shofal mubarak	7111417128	UNNES
193	Arty Dewi	2401419058	UNNES
194	Salma Rosita Nuringtyas	2101418066	UNNES
195	Ahmad Naefiroja	2303417004	UNNES
196	Dede Rizki Darmawan	4611419004	UNNES
197	Muh. Rizal Alfani	5101417025	UNNES
198	Imron makhtub	5301417041	UNNES
199	Rafiq muntafail	2303417045	UNNES
200	Suyan Abdul Hamid Nur	2211419082	UNNES
201	Ananda Dewi Zaqia	6511417014	UNNES
202	Lial khusna	1601419014	UNNES
203	Hani Al Amini	4101419146	UNNES
204	Ilqia Rahma	4211419061	UNNES

205	Muhammad Ilham Fikrianto	2301417004	UNNES
206	Naili Amanatul Laila	4201419059	UNNES
207	Muh. Rizal Alfani	5101417025	UNNES
208	Nur Halimah	2302416044	UNNES
209	Hasan Nur Iman	2303415024	UNNES
210	Fahmi Hidayat	1707016122	UIN WALISONGO
211	Srimaryani	7101416053	UNNES
212	Muhamad irsad	2411417012	UNNES
213	Nisrina Shufah	4101418165	UNNES
214	Maftuchan	3312417053	UNNES
215	Muhammad Khifni Alan Ridlwan	5111417034	UNNES
216	Ahmad Wahyu Revana	5101417034	UNNES
217	Alisah Qodrunnada Munawaroh	1601417019	UNNES
218	Sigit Supriono	3217110016	Universitas Ivet
219	M. Febriansyah Bachri	5213417007	UNNES
220	Anggit Saputro	2311415042	UNNES
221	Ahmad Fathi Azamilihsan	5201418030	UNNES
222	Roni Mustafik	5201415050	UNNES
223	Ibnu khoirul	6101416007	UNNES
224	Wulan Mega Dewi	2311416044	UNNES
225	Fina mushofatul husna	5401418014	UNNES
226	Vivin Veni Rahmawati	7101416096	UNNES
227	Atika Fitriyani	2201417060	UNNES
228	Melinda Ulin Ni'am Yusron	2101417071	UNNES
229	Dwi Rahmawati	4101416089	UNNES
230	Amilatus shodiqoh	12737738	UNNES
231	Egi Fajar Setiawan	5201413044	UNNES
232	khorido hidayat	1301415064	UNNES
233	Istifaqotul Himmah	1102416054	UNNES
234	Muhammad Arif Mukhson	1401416078	UNNES
235	Adni Rofiqoh	2101416049	UNNES
236	Aditya khoirussai	2302416020	UNNES
237	Ali Muchlisin	2111416014	UNNES
238	Iqbal ifada	2301416032	UNNES

239	Vina Nur O	2501416002	UNNES
240	Moh Alwy	2601416051	UNNES
241	Siti isnaeni	2611416001	UNNES
242	Atik Ulfa	3201416067	UNNES
243	Ridlo Maulana	3211416007	UNNES
244	Aini mar'atul Hasanah	1601416021	UNNES
245	Aminah Asri	2311416001	UNNES
246	Agna Ilmi	2303416033	UNNES
247	Ratna Dewi	2501616022	UNNES
248	Ikhsan Sirot	3111416011	UNNES
249	Dyah Ayu S	3601416004	UNNES
250	Annisa Fitria	1201416005	UNNES
251	Abdul Piqrom	3211416006	UNNES
252	Amaliyatul	4111416002	UNNES
253	Izatul Azalia	4301416040	UNNES
254	Ida Rosida	4301416008	UNNES
255	Fatimah	4201416048	UNNES
256	Muhammad Ainun N	4101416092	UNNES
257	Nur Kholifah C	5214316059	UNNES
258	Nofi Fatimah	5404416006	UNNES
259	Arum Wahyu F	5213416041	UNNES
260	Arif Rahman	6102416020	UNNES
261	Ragil Saputra	6211416020	UNNES
262	Akmal Farabi	6301416025	UNNES
263	Fauzan Adi P	6101416195	UNNES
264	Nidaa Hazima	4112316026	UNNES