

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN  
STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :  
**AYU DANING SAPUTRI**  
**NIM. 19.52.31.175**

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID  
SURAKARTA  
2023**

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN  
STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA**

SKRIPSI

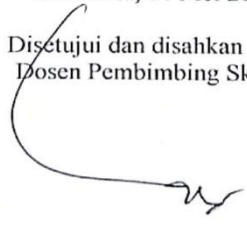
Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh :

**AYU DANING SAPUTRI**  
**NIM. 19.52.31.175**

Surakarta, 04 Mei 2023

Disetujui dan disahkan oleh :  
Dosen Pembimbing Skripsi

  
**Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.**  
**NIP. 19791111200604 1 003**

Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

**NOTA DINAS**

Hal : Skripsi  
Sdr : Ayu Daning Saputri

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas  
Said Surakarta  
Di Surakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

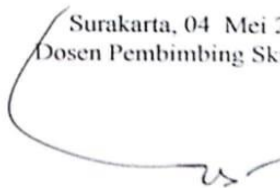
Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Ayu Daning Saputri NIM 195231175 yang berjudul : **“PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, LITERASI KEUANGAN DAN STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA”**

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 04 Mei 2023  
Dosen Pembimbing Skripsi



Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I.  
NIP. 19791111200604 1 003

**PENGESAHAN**

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN  
DAN STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA**

Oleh :

**AYU DANING SAPUTRI**

**NIM. 19.52.31.175**

Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
pada hari Rabu tanggal 17 Mei 2023 M / 26 Syawal 1444 H dan dinyatakan  
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Rizky Nur Ayuningtyas Putri, S.E., M.E.  
NIP. 19890105 202012 2 013




---

Penguji II  
Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19791218 200901 1 010



---

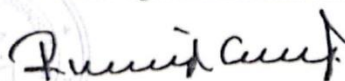
Penguji III  
Mokhamad Zainal Anwar, S.H.I., M.S.I.  
NIP. 19801130 201503 1 003



---

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si  
NIP.19720304 200112 1 004

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Daning Saputri  
NIM : 195231175  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA”**.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 08 Mei 2023



Ayu Daning Saputri

## SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ayu Daning Saputri  
NIM : 195231175  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGGUNAAN E-MONEY, LITERASI KEUANGAN DAN STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan mengambil data dari pengguna *E-Money*. Apabila dikemudian hari skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat, dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 08 Mei 2023

  
Ayu Daning Saputri

## **MOTTO**

“Rawatlah ikhlasmu. Karena dengan begitu kamu akan terbiasa untuk lebih banyak mengizinkan takdir memainkan peran tanpa kamu perlu khawatir tentang keadaan dan perasaanmu”.

“Berdamailah dengan hal-hal yang tidak bisa di ubah”.

“Jika hari ini belum terwujud, maka jagalah baik-baik semangatmu. Jangan biarkan esok hari terusik oleh keraguanmu”.

## **PERSEMBAHAN**

Dengan rasa syukur yang mendalam, dengan telah diselesaikannya Skripsi ini,  
saya persembahkan untuk :

Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Suratno dan Ibu Dwi Sukamti, yang telah  
bekerja keras, mendukung, mendoakan, menasehati dan menyayangi dengan  
sepenuh hati.

Sahabatku dan semua yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat dan  
kasih sayang yang tulus pada proses penyelesaian Skripsi ini.



## **KATA PENGANTAR**

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Penggunaan *E-Money*, Literasi Keuangan dan Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Surakarta. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu dan tenaga. Maka dari itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Suratno dan Ibu Dwi Sukamti, terimakasih atas doa, cinta dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya, kasih sayang mu takkan pernah ku lupakan.
6. Adikku, yaitu Merdiko Utama Putra yang dengan tulus memberikan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Abdul Wahid Mustofa, terimakasih telah mendengarkan keluh kesah penulis serta memberikan doa, dukungan, dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini, serta sehat selalu untukmu.
8. Sahabatku, Tasna Nafisah Inas Hasna dan Winda Lestari serta teman-teman Angkatan 2019 terimakasih sudah menjadi tempat berkeluh kesah selama empat tahun ini. Semoga nanti kita bertemu kembali dalam keadaan yang serba baik dan sehat selalu.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Surakarta, 04 Mei 2023

Penulis

## **ABSTRACT**

*This study aimed to determine how e-money, financial literacy, and social status affected the consumptive behaviour of Surakarta's Muslim community. This study focused on Surakarta's Muslim community with e-money.*

*The research is quantitative. This study's population was the Muslim community in Surakarta with e-money. The study employed a purposive sampling technique, and the samples comprised 100 respondents. The data was collected using questionnaires.*

*The study's findings indicated that neither the e-money variable nor the social status variable significantly affected the consumptive behaviour of Surakarta's Muslim community. On the other hand, the financial literacy variable significantly affected the consumptive behaviour of Surakarta's Muslim community.*

**Keywords :** *e-money, financial literacy, social status, consumptive behavior.*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-money*, literasi keuangan dan status sosial terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Masyarakat muslim Surakarta dalam penelitian ini difokuskan pada yang menggunakan *e-money*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat muslim Surakarta yang menggunakan *e-money*. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-money* dan variabel status sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Sedangkan variabel literasi keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.

**Kata kunci :** *e-money*, literasi keuangan, status sosial, perilaku konsumtif.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	v
HALAMAN PERNYATAAN MELAKUKAN PENELITIAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	8
1.3 Rumusan Masalah .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	9
1.5 Batasan Penelitian .....	9

1.6 Manfaat Penelitian .....	10
1.7 Jadwal Penelitian .....	10
1.8 Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen .....	13
2.1.2 <i>E-Money</i> .....	14
2.1.3 Literasi Keuangan .....	18
2.1.4 Status Sosial .....	20
2.1.5 Perilaku Konsumtif .....	21
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan .....	23
2.3 Kerangka Berfikir .....	26
2.4 Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	28
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	28
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	28
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel .....	29
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.4 Data dan Sumber Data .....	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.6 Variabel Penelitian .....	32

3.7 Definisi Operasional Variabel .....	33
3.8 Teknik Analisis Data .....	34
3.8.1 Uji Instrumen Penelitian .....	34
3.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	35
3.8.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
3.8.4 Uji Ketepatan Model .....	37
3.8.5 Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>40</b>
4.1 Pengujian dan Analisis Data .....	40
4.1.1 Deskripsi Data Responden .....	40
4.1.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	43
4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	45
4.1.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	47
4.1.5 Hasil Uji Ketepatan Model .....	49
4.1.6 Hasil Uji Hipotesis .....	51
4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data .....	53
4.2.1 Pengaruh <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif .....	53
4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif ..	54
4.2.3 Pengaruh Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif .....	54
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	57
5.3 Saran .....	57

DAFTAR PUSTAKA .....	58
LAMPIRAN .....	63



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan .....	23
Tabel 2.2 Kerangka Berfikir .....	26
Tabel 3.1 Presentase Jumlah Masyarakat Beserta Agama .....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	33
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Alamat .....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Agama .....	41
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4.6 Reaponden Berdasarkan Penghasilan .....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas .....	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	49
Tabel 4.14 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis .....	52

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Uang Elektronik.....	2
Gambar 1.2 Piramida Kelas Sosial .....	5
Gambar 1.3 Observasi Perilaku Konsumtif Masyarakat Surakarta .....	6

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian .....	63
Lampiran 2. Kuesioner.....	65
Lampiran 3. Data Penelitian .....	69
Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian.....	74
Lampiran 5. Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	86
Lampiran 6. Hasil Uji Instrumen .....	88
Lampiran 7. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	93
Lampiran 9. Hasil Uji Ketepatan Model.....	93
Lampiran 10. Hasil Uji Hipotesis .....	94
Lampiran 11. Daftar Riwayat Hidup.....	95
Lampiran 12. Bukti Cek Plagiasi .....	96
Lampiran 13. Dokumentasi .....	97

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

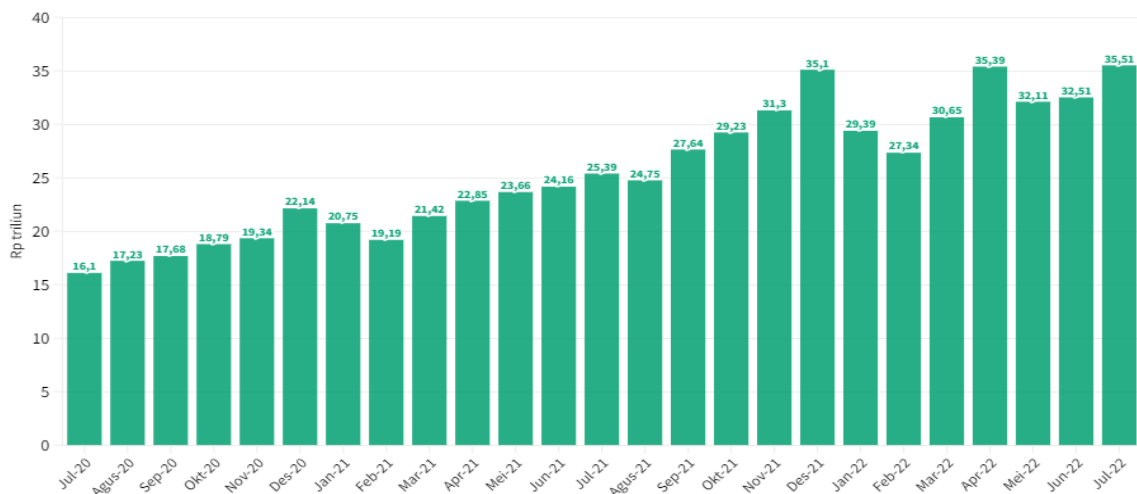
### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang pesat di era digital saat ini memungkinkan merubah pola hidup masyarakat. Dimana masyarakat diharuskan untuk cerdas dan efektif dalam mengikuti perkembangan teknologi di era ini. Berbagai inovasi dalam berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat ikut andil dalam perkembangan zaman yang semakin modern. Perkembangan bisnis *financial technology (fintech)* juga ikut mempengaruhi dalam munculnya *star up* yang berada di sektor keuangan digital. Salah satu produk *financial technology* di sektor keuangan digital adalah *e-money*. Pesatnya perkembangan industri telekomunikasi dan *fintech* membuat *e-money* menuju ke arah yang positif di kalangan masyarakat (Rahmatika & Fajar, 2019).

Sistem pembayaran non tunai banyak diminati oleh masyarakat, karena proses pembayaran yang lebih cepat dan mudah. Meskipun demikian, masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dibuktikan dengan masih banyaknya orang menggunakan uang cash. Padahal sasaran utama dari Bank Indonesia dalam menerbitkan uang elektronik adalah untuk meminimalkan penggunaan uang tunai di kalangan masyarakat dalam transaksi sehari-hari. Yang dimana banyaknya uang yang beredar di masyarakat dapat memicu meningkatnya inflasi. Dengan munculnya uang elektronik akan memungkinkan masyarakat untuk melakukan transaksi finansial tanpa menggunakan uang tunai (Rahmatika & Fajar, 2019).

Perkembangan uang elektronik bukan disebabkan oleh Bank Indonesia, namun disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang mengendalikan pasar untuk menggunakan uang elektronik tersebut. Uang elektronik menjadi salah satu alternatif pembayaran dalam segmen mikro, seperti pembayaran tol, pembelian tiket dan juga pembayaran di merchant yang sudah menggunakan sistem pembayaran uang elektronik. Uang elektronik menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam melakukan transaksi (Tazkiyyaturrohmah, 2018).

**Gambar 1.1**  
Grafik Nilai Transaksi Uang Elektronik  
(Juli 2020 – Juli 2022)



Sumber : Bank Indonesia

Menurut data dari Bank Indonesia, nilai transaksi belanja uang elektronik pada Juli 2022 sebesar Rp35,51 triliun. Jumlah tersebut meningkat jika dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebanyak Rp32,51 triliun. Nilai transaksi belanja uang elektronik pada Juli 2022 juga masih lebih tinggi dibandingkan setahun sebelumnya. Pada Juli 2021, nilai transaksi uang elektronik

tercatat sebesar Rp25,39 triliun. Peningkatan penggunaan e-money dalam sistem pembayaran ini setidaknya memberikan indikasi bahwa para pengguna memiliki kepercayaan dan mendapatkan banyak manfaat (keuntungan), terutama dalam melakukan transaksi pembayaran dengan mudah dan cepat tanpa perlu membawa uang tunai (Nizar & Hanifah, 2021).

Ada banyak faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu, faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal seperti iklan, keluarga dan lingkungan sedangkan faktor internal seperti motivasi, proses belajar dan konsep diri. Proses belajar dapat diartikan sebagai pengetahuan individu untuk memahami sesuatu. Pengetahuan yang berhubungan dengan keuangan dinamakan *financial literacy*. Perkembangan *financial literacy* memberikan dampak positif terhadap perkembangan ekonomi secara mikro maupun makro (Imawati, 2013). *Financial literacy* yang baik akan menjadikan konsumen yang cerdas, dapat memilah barang, dapat mengatur keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan. Jadi, menurut Imawati (2013) *financial literacy* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.

Perilaku keuangan yang sehat ditunjukkan oleh aktivitas perencanaan, pengelolaan serta pengendalian keuangan yang baik. Bijak tidaknya pengelolaan keuangan pribadi ini sangat berkaitan dengan kemampuan serta pengetahuan seseorang akan konsep-konsepp keuangan yang dikenal dengan literasi keuangan. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kecerdasan atau kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan mempengaruhi hampir semua aspek yang berhubungan dengan perencanaan dan pengeluaran uang seperti

pendapatan, penggunaan kartu kredit, tabungan, investasi, manajemen keuangan dan pembuatan keputusan keuangan (Laily, 2016).

Literasi keuangan dikalangan masyarakat masih sangat rendah, dimana masih banyak masyarakat yang lebih mementingkan keinginannya dari pada kebutuhannya. Seseorang yang mampu mengelola keuangan dengan baik dan benar kecil kemungkinannya dalam melakukan perilaku konsumtif. Minimnya pengetahuan masyarakat tentang investasi juga berdampak pada rendahnya literasi keuangan masyarakat. Hal ini didorong dengan adanya masyarakat yang terkena penipuan investasi. Sehingga minat masyarakat untuk menginvestasikan uangnya semakin rendah (Laily, 2016).

Masyarakat Muslim merupakan kelompok manusia yang bekerja sama dan hidup bersama berasaskan prinsip Al Qur'an dan Hadist dalam kehidupannya. Bukanlah disebut masyarakat Islam apabila selalu diliputi perasaan dendam, yang muncul akibat kezaliman sosial dan perlakuan buruk sebagian orang terhadap sebagian yang lainnya. Bentuk interaksi seperti ini tidak diakui keberadaannya dalam Islam (Diponegoro, 2020).

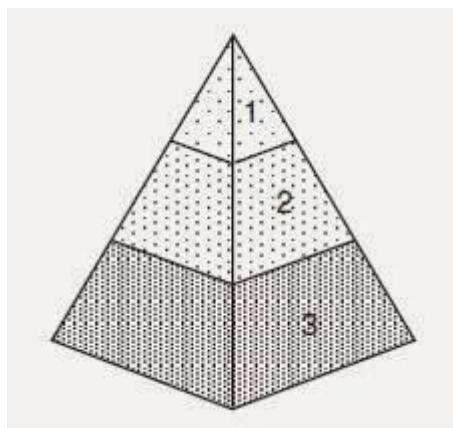
Ada faktor eksternal yang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif, yaitu status sosial ekonomi orang tersebut. Pada dasarnya status sosial ekonomi seseorang akan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sebab, seseorang didukung oleh sarana dan prasarana yang mudah diakses dan juga atas dukungan finansial pendapatan seseorang yang cukup tinggi, sehingga mereka mudah untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan dan berusaha untuk mengikuti mode atau *trend* yang sedang berkembang (Nahiyah, 2017).

Status sosial ekonomi seseorang yang tinggi akan sangat berbeda dalam memilih suatu barang atau jasa dibandingkan dengan seseorang yang status sosial ekonominya rendah. Namun, lebih baiknya kita dalam memilih suatu barang atau jasa perlu memperhatikan dari pemasukan serta pengeluaran. Status sosial juga berperan penting dalam proses interaksi sosial. Seseorang yang memiliki status sosial dalam golongan mampu, kemungkinan akan melakukan interaksi sosial dengan baik, berbeda dengan seseorang yang status sosialnya dalam golongan kurang mampu (Sugeng Widodo, 2013).

Status merupakan perwujudan atau pencerminan dari hak dan kewajiban individu dalam tingkah lakunya. Status sosial sering pula disebut sebagai kedudukan atau posisi, peringkat seseorang dalam kelompok masyarakatnya. Menurut Aristoteles sendiri membagi masyarakat secara ekonomi menjadi kelas atau golongan sebagai berikut :

### **Gambar 1.2**

Piramida Kelas Sosial Aristoteles



Sumber : Heriyanto C (2016).



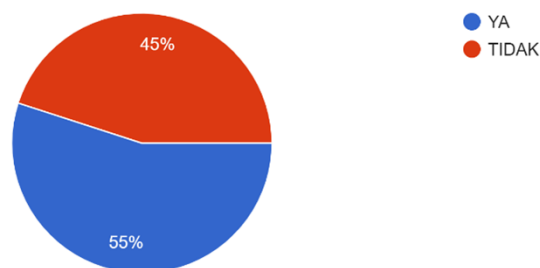
Penjelasan dari piramida diatas sebagai berikut :

- a. Golongan pertama : merupakan kelompok terkecil dalam masyarakat. Mereka terdiri dari pengusaha, tuan tanah dan bangsawan.
- b. Golongan kedua : merupakan golongan yang cukup banyak terdapat di dalam masyarakat. Mereka terdiri dari para pedagang, dsbnya.
- c. Golongan ketiga : merupakan golongan terbanyak dalam masyarakat. Mereka kebanyakan rakyat biasa.

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang telah terjadi cukup lama. Namun, hingga saat ini perilaku tersebut masih menjadi momok di kalangan masyarakat. Perilaku konsumtif paling banyak dilakukan oleh kalangan remaja (Nahiyah, 2017).

**Gambar 1.3**

Observasi Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Surakarta



Sumber : data diolah

Berdasarkan hasil observasi perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta diatas dengan mengambil 20 responden, diketahui presentase masyarakat muslim Surakarta yang berperilaku konsumtif sebesar 55% atau sebanyak 11 orang

dari 20 responden masyarakat muslim Surakarta. Sedangkan masyarakat muslim Surakarta yang tidak berperilaku konsumtif sebesar 45% atau sebanyak 9 orang dari 20 responden.

Menurut Triyaningsih (2011), kebanyakan orang berperilaku konsumtif dikarenakan : 1). Mereka telah terpengaruh penampilan produk atau kemasan produk juga iklan yang bermunculan di media-media, baik elektronik maupun cetak, 2). Mereka telah terhegemoni akan *hypermarket* maupun supermarket yang ada di lingkungan mereka, 3). Keinginan mengikuti trend dan mode yang ada di masyarakat, 4). Mendapatkan penghargaan sosial terhadap kehormatan mereka.

Berdasarkan faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif tersebut, akhirnya berbelanja juga dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

Penelitian terdahulu oleh (Melina & Wulandari, 2018) tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi menghasilkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi, literasi ekonomi mempengaruhi perilaku konsumtif secara langsung sebesar 0,899%, memiliki arti bahwa jika mahasiswi menerapkan teori ekonomi dalam kehidupan sehari-hari maka akan meminimalisir pola perilaku konsumtif dalam berkonsumsi. Namun, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Imawati, 2013b) tentang pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa yang

hasil penelitiannya adalah terdapat korelasi negatif dan signifikan antara *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa.

Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Rohayati, 2015) tentang pengaruh pendidikan keuangan di keluarga, sosial ekonomi orang tua, pengetahuan keuangan, kecerdasan spiritual, dan teman sebaya terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa bahwa variabel pendidikan keuangan di keluarga, sosial ekonomi orang tua, pengetahuan keuangan, kecerdasan spiritual, dan teman sebaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Mintarti, 2016) tentang pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang mendapatkan hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, terdapat perbedaan hasil penelitian oleh para peneliti sebelumnya. Mengingat banyaknya masyarakat yang berperilaku konsumtif, maka peneliti tertarik melakukan penelitian lanjutan apa sajakah faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang atau masyarakat umum dalam berperilaku konsumtif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Peneliti mengidentifikasi beberapa masalah berdasarkan pemaparan latar belakang yang sudah tertera di atas, yakni sebagai berikut :

1. Banyaknya masyarakat muslim Surakarta yang berperilaku konsumtif dibanding yang tidak.
2. Terdapat research Gap pada penelitian terdahulu.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang dipaparkan diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta?
3. Apakah status sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditarik tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh status sosial terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Agar pembahasan masalah yang tidak terlalu luas, maka penulis membatasi masalah dengan ruang lingkup yang lebih sempit. Objek kajian dalam penelitian ini

dibatasi hanya pada pengguna *e-money*, khususnya untuk masyarakat muslim Surakarta.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan akan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik praktis maupun teoritis antara lain sebagai berikut :

### 1. Bagi penulis

Bagi penulis penelitian ini bermanfaat untuk memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan tentang penerapan teori mata kuliah yang didapat selama kuliah.

### 2. Bagi kalangan akademisi

Dapat digunakan sebagai sarana referensi mahasiswa atau penulis lain untuk melakukan penelitian yang serupa.

### 3. Bagi masyarakat

Dapat dijadikan sebagai edukasi dan referensi masyarakat serta dijadikan sebagai bahan bacaan baik untuk penelitian lanjut maupun sebagai media informasi.

## **1.7 Jadwal Penelitian**

Terlampir.

## **1.8 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disajikan untuk memberikan gambaran secara keseluruhan isi penelitian. Adapun sistematika pembahasan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu :

**BAB I PENDAHULUAN**, pada bab ini berisikan pembahasan latar belakang masalah tentang pengaruh penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan penelitian.

**BAB II LANDASAN TEORI**, dalam bab ini berisi pemaparan tinjauan pustaka yang mendukung penelitian yakni teori-teori tentang pengaruh penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumtif sebagai acuan dalam menganalisis permasalahan, penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran penulis.

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**, pada bab ini terdapat penjelasan mengenai waktu dan wilayah umum penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis yang digunakan.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**, pada bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian, uraian hasil analisa penelitian dengan teori-teori yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan status sosial .

**BAB V PENUTUP**, dalam bab terakhir ini adalah rangkaian dari penelitian yang berisi kesimpulan dan keterbatasan penelitian serta saran yang diuraikan peneliti.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Teori Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut (Wigati, 2011). Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa semua yang dilakukan oleh konsumen termasuk motivasi, persepsi pembelajaran, keyakinan, sikap dan lain-lain, dianggap sebagai perilaku yang berdasar pada proporsi dalam filosofi psikologi (Tribuana, 2020).

Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat faktor (Wigati, 2011). Faktor-faktor tersebut antara lain :

##### **1. Faktor Budaya**

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas pada keinginan dan perilaku konsumen. Orang pemasaran perlu memahami peran dari budaya, subbudaya dan kelas sosial pembeli.

##### **2. Faktor Sosial**

Perilaku konsumen jugadipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, serta aturan dan status sosial konsumen.



### 3. Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

### 4. Faktor Psikologis

Pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi lagi oleh empat faktor psikologi yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

#### **2.1.2 E-Money**

Pengertian *e-money* menurut Neda Popovska-Kamnar merupakan instrumen terbaru dalam sistem pembayaran, dan menurut salah satu definisi yang lebih luas ini adalah uang yang ditransfer secara elektronik. Tapi tetap saja, definisi *e-money* lebih kompleks dan lebih tepat, dan itu adalah masalah “untuk menggambarkan fenomena dinamis dalam kerangka yang relatif statis” (Soemitra, 2014). Lalu pengertian uang elektronik menurut Prasetya & Putra (2020), adalah Uang elektronik merupakan suatu alat pembayaran atau transaksi yang berbentuk elektronik yang dimana nilai uangnya tersimpan di dalamnya.

Serta, di dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Uang Elektronik (*e-money*) pasal 1 ayat 3 Uang Elektronik (*Electronic Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut : diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media *server* atau *chip*. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut dan nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan

merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang yang mengatur mengenai perbankan (H. Ramadhan, 2016).

*E-money* adalah suatu produk *stored-value* atau *prepaid* yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik (Hermin, 2017). Berikut ini merupakan indikator-indikator penggunaan *e-money* yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Manfaat apa yang diperoleh.
2. Kemudahan yang diberikan.
3. Rasa kepercayaan ketika menggunakan.
4. Keuntungan apa yang diperoleh.

**a. Jenis-Jenis *E-Money* di Indonesia.**

Bersumber dari Bank Indonesia, di Indonesia sendiri memiliki beberapa jenis *e-money* dalam bentuk kartu maupun *server*. *E-money* dalam bentuk kartu antara lain :

- Bank Mandiri dengan produk Mandiri *E-Money*.
- BCA dengan produk *Flazz*.
- BRI dengan produk *Brizzi*.
- BNI dengan produk TapCash.
- Bank Mega dengan produk Mega Cash.
- Bank DKI dengan produk JakCard.
- Bank Nationalnobu dengan produk Nobu *E-Money*.

Sedangkan *e-money* dalam bentuk *server* antara lain :

- Gopay.

- OVO.
- LinkAja/LinkAja Syariah
- DANA.
- ShopeePay.

**b. Kelebihan dan Kelemahan *E-Money***

*E-money* tentu saja memiliki kelebihan serta kelemahan masing-masing.

Berikut merupakan beberapa kelebihan dari *e-money* :

1. Ringkas.

Keringkasan menjadi kelebihan *e-money* yang pertama. Dengan hanya menggunakan *e-money*, kita dapat membawa uang kurang lebih satu juta rupiah tanpa harus membuat dompet menjadi terlalu tebal dan berat. Selain itu, *e-money* juga tidak memerlukan PIN atau *Personal Identification Number* saat melakukan transaksi pembayaran, hanya perlu menempelkannya saja pada mesin pembaca (Nur, 2013).

2. Memudahkan Transaksi.

Uang elektronik yang ringkas juga membuat transaksi menjadi lebih mudah. Dengan menggunakan *e-money* merupakan solusi yang tepat untuk melakukan pembayaran dengan kecepatan yang tinggi dalam hal transaksi, seperti pembayaran gerbang tol (Nur, 2013).

Adapun beberapa kelemahan dari *e-money* antara lain :

1. Keamanan.

Dalam proses pembayaran sama sekali tidak ada proses otorisasi untuk meningkatkan risiko keamanan yang ditanggung oleh pihak pengguna atau pemilik

kartu. Proses pembayaran dilakukan dengan menempelkan kartu *e-money* pada alat scan yang disediakan, tanpa melalui proses otorisasi baik berupa PIN atau proses otorisasi transaksi lainnya (Nur, 2013).

## 2. Tidak Dapat Diisi Ulang Melalui Operasi Selular.

Salah satu permasalahan lain yang dihadapi oleh *e-money* adalah ketiadaan fasilitas *refunding* (pengisian saldo) melalui operasi selular dan/atau internet. Saat ini pengisian saldo *e-money* hanya dapat dilakukan dengan datang langsung ke bank atau melalui mesin ATM. Beberapa produk *e-money* juga menambahkan fitur dengan memberikan kemudahan pengisian saldo di *merchant* yang menjadi rekanan. Akan tetapi, di antara seluruh produk *e-money* yang beredar di Indonesia saat ini, belum ada satu pun yang memberikan fasilitas untuk melakukan pengisian saldo melalui operasi selular atau via internet (Nur, 2013).

### c. Perkembangan *E-Money*.

Perkembangan *e-money* di Indonesia dimulai dari dikeluarkannya regulasi dari Bank Indonesia pada tahun 2009. Sejak saat itu penerbit E-Money bermunculan, mulai dari kalangan Bank maupun non-Bank. Dari kalangan Bank ada Bank Mandiri dengan kartu *E-Money*-nya dan BCA dengan kartu Flazz-nya, sementara dari kalangan lembaga non perbankan ada Telkomsel dengan TCash-nya. Untuk menjadi penerbit resmi *e-money* tidaklah mudah. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 dibutuhkan perizinan dari Bank Indonesia untuk dapat menjadi penerbit resmi dari segala bentuk *e-money* yang beredar di Indonesia (Nur, 2013).

Sebelum regulasi Bank Indonesia tersebut diterbitkan sesungguhnya telah dijumpai berbagai bentuk *e-money* sederhana dalam bentuk *single-purpose prepaid card* yang beredar di masyarakat, misalnya kartu telepon, *Blitzmegaplex prepaid card*, kartu voucher di berbagai *foodcourt*, dan sebagainya. Namun demikian, pada saat tersebut belum dijumpai satu pun *e-money* berbentuk *multipurposed prepaid card* yang dapat diakses ke banyak *merchant*, tidak hanya satu *merchant* saja. Namun sekarang keadaan telah berubah sejak hadirnya *e-money*, saat ini pengguna cukup membawa satu kartu *e-money* untuk menangani berbagai transaksi (Nur, 2013).

Oleh karena itulah, perkembangannya saat ini berbagai penerbit *e-money* berlomba-lomba melakukan ekspansi dengan cara bekerja sama mengintegrasikan sistem *e-money* mereka dengan merchant-merchant yang beraneka ragam jenisnya, mulai dari bisnis rumah makan, department store, supermarket, salon, media telekomunikasi, sampai dengan sarana transportasi umum masyarakat seperti *Commuterline*, Transjakarta, dan Transjogja (Nur, 2013).

### **2.1.3 Literasi Keuangan**

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK/07/2016 adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan (Rumbianingrum & Wijayangka, 2018). Literasi keuangan adalah kemampuan masyarakat untuk memproses informasi ekonomi dan membuat keputusan berdasarkan informasi tentang perencanaan

keuangan, akumulasi kekayaan, pensiun, dan utang (Setyawati & Nursyahida, 2017).

Literasi keuangan adalah mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan, dan menanggapi kompeten untuk peristiwa kehidupan yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari, termasuk peristiwa di ekonomi secara umum. Literasi keuangan terjadi manakala seorang individu memiliki sekumpulan keahlian dan kemampuan yang dapat memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan (Novi Yushita Amanita, 2017).

Berikut ini merupakan beberapa indikator literasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Pengetahuan umum keuangan. Seseorang memiliki pengetahuan yang mencakup tentang keuangan pribadi, yaitu bagaimana mengelola pendapatan dan pengeluaran.
2. Pengetahuan manajemen keuangan. Seseorang memiliki pengetahuan atau memiliki cara sendiri dalam mengatur dan mengelola keuangannya.
3. Perencanaan pensiun. Seseorang yang memiliki pekerjaan tertentu yang dimana jika sudah memasuki usia lanjut, maka seseorang tersebut dapat beristirahat dalam pekerjaannya atau biasanya disebut dengan pensiun.
4. Pengetahuan mengenai risiko. Yang dimana seseorang juga harus mengetahui apa saja risiko-risiko yang ada dalam penggunaan keuangannya.

#### **2.1.4 Status Sosial**

Status sosial atau stratifikasi sosial merupakan konsep yang menunjukkan adanya pembeda atau pengelompokan suatu kelompok sosial secara bertingkat. Misalnya, dalam satu kelompok tersebut ada strata tinggi, rendah maupun sedang. Pembeda pengelompokan ini didasarkan pada adanya suatu simbol-simbol tertentu yang dianggap berharga atau bernilai, baik berharga atau bernilai secara sosial, ekonomi, politik, hukum, budaya maupun dimensi lainnya dalam suatu kelompok sosial. Simbol-simbol tersebut misalnya, kekayaan, pendidikan, jabatan, kesalehan dalam beragama, dan pekerjaan (Aji, 2015).

Menurut Amran sistem lapisan dalam masyarakat tersebut dalam sosiologi dikenal dengan *social stratification* yang berarti pembedaan penduduk atau masyarakat ke dalam kelas-kelas secara bertingkat (hierarkis), perwujudannya adalah kelas-kelas yang tinggi dan kelas-kelas yang rendah. Dasar dan inti lapisan masyarakat tidak adanya keseimbangan dalam pembagian hak dan kewajiban, kewajiban dan tanggung jawab nilai-nilai sosial pengaruhnya diantara anggota masyarakat (Amran, 2014).

Indikator-indikator status sosial yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Tingkat pendidikan.
2. Pendapatan atau penghasilan.
3. Pekerjaan.
4. Kekayaan atau kepemilikan.

### **2.1.5 Perilaku Konsumtif**

Menurut Lestarina et al (2017), tindakan membeli barang dengan pertimbangan emosional atau yang diistilahkan dengan (perilaku konsumtif) adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Lalu menurut Mardiah (2019), perilaku konsumtif menjelaskan suatu keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan atau tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan ekonomi-ekonominya sendiri. Teori konsumsi menurut Al Ghazali tidak hanya berorientasi kepada kepuasan saja. Meskipun Al Ghazali tidak menafikan tabiat manusia yang cenderung mengikuti keinginannya. Konsep konsumsi menurut Al Ghazali, konsumsi harus selalu berorientasi kepada Allah SWT, tidak hanya berorientasi pada kepuasan saja. Karena konsumsi yang berlandaskan atas dasar nafsu saja akan terus mendorong manusia untuk berusaha memenuhi keinginan yang tanpa batas. Sedangkan, mengonsumsi barang/jasa harus sesuai dengan kebutuhan (Mufidah et al., 2019).

Aktifitas konsumsi menurut Al Ghazali juga harus didasari dengan niat ibadah dan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT sehingga hati seseorang tidak akan berpaling kepada harta yang ia miliki lalu membuat lalai dan berpaling dari Allah. Dalam mengonsumsi suatu barang dan jasa, manusia seharusnya memenuhi kebutuhannya saja. Keinginan pada dasarnya memiliki sifat yang tanpa



batas, dan hal ini yang akan menyebabkan manusia akan terus terjebak dalam urusan duniawi (Mufidah et al., 2019).

Adapun salah satu perilaku konsumen untuk beribadah kepada Allah SWT adalah dengan memenuhi segala kebutuhan makan, pakaian dan tempat tinggal dengan cukup/tidak berlebihan sebagai kebutuhan dasar. Karena dalam mengonsumsi sesuatu, manusia harus mendapatkan 2 manfaat, yaitu manfaat untuk dunia dan juga akhirat (Mufidah et al., 2019).

Beberapa indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Membeli produk karena *trend*. Membeli produk karena *trend* disini yang dimaksud adalah membeli suatu produk karena pada saat itu, produk tersebut sedang ramai dipergunakan atau sedang marak diperjualbelikan karena banyak orang yang menginginkannya untuk mengikuti gaya yang sedang viral/berlangsung saat itu.
2. Membeli produk karena kemasan yang menarik. Yang dimaksud adalah membeli suatu produk yang dimana hanya karena tertarik dengan kemasan yang menarik perhatian atau unik saja.
3. Membeli produk atas diskon atau iming-iming hadiah. Yang dimaksud adalah dimana konsumen membeli produk hanya karena pada saat itu terdapat potongan harga atau promo menarik dengan membeli produk tersebut konsumen bisa mendapatkan hadiah tertentu.
4. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial. Yang dimaksud adalah membeli suatu produk tertentu hanya untuk memperlihatkan tingkat mampu

atau tidaknya dalam membeli produk tertentu. Dalam arti jika mampu membeli, konsumen tersebut memiliki status sosial yang tinggi dari pada konsumen yang tidak mampu membeli produk tersebut. Atau bisa diartikan dengan membeli hanya untuk mengikuti gengsi saja bukan untuk memenuhi kebutuhannya.

5. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk tersebut. Dimana konsumen tertentu yang membeli produk hanya karena idolanya menjadi bintang iklan atau *brand ambassador* dari produk tersebut dan tidak membeli produk sesuai dengan kebutuhannya.

## 2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penulis menggunakan beberapa penelitian sebelumnya yang telah disajikan pada tabel 2.1 sebagai rujukan dalam penelitian ini.

**Tabel 2.1**  
Penelitian Yang Relevan

No	Peneliti Dan Judul Penelitian	Metode Penelitian		Hasil Penelitian
		Persamaan	Perbedaan	
1.	Gede (2017). Penggunaan <i>E-Money</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri.	Variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini menggunakan <i>e-money</i> (X) dan perilaku konsumtif (Y). metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif.	Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa di Bali.	Penggunaan <i>e-money</i> pada mahasiswa di Bali memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2.	Ramadani (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit Dan Uang	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, uang elektronik ( <i>e-money</i> ) dan	Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa.	Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan uang elektronik ( <i>e-</i>

	Elektronik ( <i>E-Money</i> ) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa.	konsumsi. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif.		<i>money</i> ) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa.
3.	Udayanthi (2018).  Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha)	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.	Objek penelitian yang digunakan adalah mahasiswa S1 jurusan akuntansi universitas Pendidikan Ganesha.	Dapat diketahui bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
4.	Nikita & Hadi (2018).  Pengaruh Status Sosial Ekonomi Rumah Tangga Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas VIII Smp Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, status sosial dan perilaku konsumtif. Metode yang digunakan adalah kuantitatif	Objek penelitian yang digunakan adalah siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018.	Dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.
5.	Mulyani (2018).  The Influence of Student Consumption, Social Status of Family, The Economic Parent Status, and The Economic Education of Family to Consumption Behavior.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>social status</i> (status sosial) dan <i>consumption behavior</i> (perilaku konsumsi). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif.	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah Siswa SMA Negeri 3 Tegal Kelas XII.	Pengaruh status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumsi berpengaruh positif dan signifikan. Status sosial ekonomi orang tua sangat mempengaruhi perilaku konsumsi siswa.
6.	Gunawan & Febri Andani (2020).	Variabel yang digunakan dalam	Objek yang digunakan adalah	Bahwa Status Sosial Ekonomi

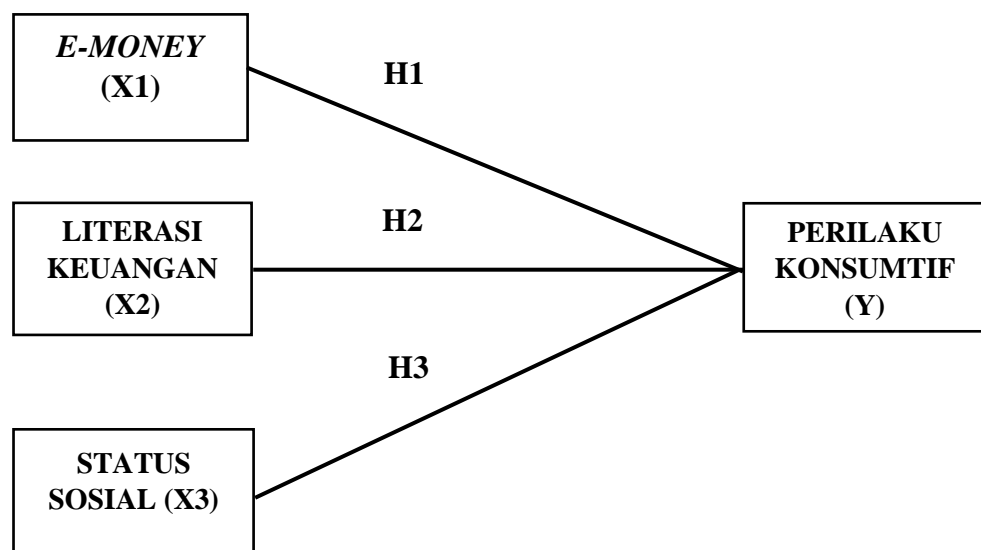
	The Influence Of Parents' Social Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.	penelitian ini yaitu <i>social status</i> (status sosial) dan <i>consumptive behavior</i> (perilaku konsumtif).	Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Utara Sumatera.	Orang Tua berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Utara Sumatera.
7.	Yudiana & Indrayani (2016).  The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>socio-economy status of family</i> (status sosial ekonomi keluarga) dan <i>consumptive behavior</i> (perilaku konsumtif).	Objek yang digunakan adalah Siswa Kelas VI SD Lab Undiksha Singaraja.	Terbukti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan status sosial ekonomi orang tua siswa terhadap perilaku konsumtif
8.	Maulidina & Kurniawati (2020).  The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>e-money</i> dan <i>consumptive behavior</i> . (perilaku konsumtif). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.	<i>E-money</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
9.	Tania (2019).  Effect Of E-Money On Consumptive Behavior Of The Batam Community.	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu <i>e-money</i> dan <i>consumptive behavior</i> (perilaku konsumtif). Metode yang digunakan adalah kuantitatif.	Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Batam.	Penggunaan <i>e-money</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Batam.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hanya menggunakan satu atau dua variabel independen (X) serta menggunakan obyek yang kurang luas, yaitu hanya pada lingkup mahasiswa/mahasiswi maupun siswa.

Sedangkan yang menjadi perbedaan penelitian yang dilakukan penulis menggabungkan antara beberapa variabel independen (X) diatas menjadi satu penelitian, yaitu pengaruh intensitas penggunaan *e-money*, literasi keuangan, dan status sosial terhadap perilaku konsumtif dengan obyek yang lebih luas yaitu, masyarakat muslim di Surakarta. Hal ini juga dapat menjadi suatu kebaruan dari penelitian sebelumnya.

### 2.3 Kerangka Berfikir

Gambar 2.2 Kerangka Berfikir



## 2.4 Hipotesis

Penelitian yang dilakukan oleh (Adiputra, 2017) menyatakan bahwa penggunaan *e-money* mahasiswa di Bali berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Insana & Johan, 2021) menyatakan bahwa penggunaan uang elektronik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H1 : penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Udayanthi et al., 2018) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Dan penelitian yang dilakukan oleh Asisi (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

H2 : literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Nikita & Hadi (2018) dapat diketahui bahwa status sosial ekonomi rumah tangga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa kelas VIII SMP Negeri 1 Karangrejo. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Nurachma Yasin'ta Aulia & Arief Sandy (2017) menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang.

H3 : status sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

### **3.1 Jenis penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang bersifat inferensial dalam arti mengambil kesimpulan berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistika, dengan menggunakan data empiric hasil pengumpulan data melalui pengukuran (Djaali, 2020, p. 3).

### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Oktober 2022 sampai dengan bulan Februari 2023. Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan, dimana penulis akan melakukan penelitian di wilayah Surakarta.

### **3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan suatu “*universe*”, yakni wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik simpulannya. Populasi tidak hanya berupa orang, tetapi bisa juga berupa benda yang lainnya (Asman, 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat muslim di wilayah Surakarta. Menurut data dari DISPENDUKCAPIL Kota Surakarta presentase masyarakat muslim pada tahun 2020 tercatat sebanyak 78,12% atau sebanyak 453.657 jiwa.

**Tabel 3.1**

Presentase Jumlah Masyarakat dan Agamanya Kota Surakarta

NO	AGAMA	LAKI-LAKI		PEREMPUAN		JUMLAH	
		n	%	n	%	n	%
1	ISLAM	225.222	79,44%	228.435	78,12%	<b>453.657</b>	78,77%
2	KRISTEN	38.144	13,45%	41.703	14,26%	79.847	13,86%
3	KATHOLIK	19.246	6,79%	21.313	7,29%	40.559	7,04%
4	HINDU	183	0,06%	190	0,06%	373	0,06%
5	BUDHA	639	0,23%	693	0,24%	1.332	0,23%
6	KONG HUCHU	65	0,02%	68	0,02%	133	0,02%
7	KEPERCAYAAN	12	0,00%	8	0,00%	20	0,00%
<b>JUMLAH</b>		<b>283.511</b>	<b>100,00%</b>	<b>291.934</b>	<b>100,00%</b>	<b>575.921</b>	<b>100,00%</b>

Sumber : Dispendukcapil Surakarta 2020

**3.3.2 Sampel**

Sampel adalah Sebagian dari keseluruhan obyek yang akan diteliti atau dievaluasi yang memiliki karakteristik tertentu dari sebuah populasi (Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, 2015).

Untuk menghitung penentuan jumlah sampel, maka digunakan rumus Slovin dikarenakan jumlah populasi yang sudah diketahui seperti pada tabel di atas.

Rumus Slovin (Aprileoni et al., 2020) sebagai berikut :

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

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : tingkat kesalahan dalam penelitian 10%

Jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah :



$$n = \frac{453.657}{1 + 453.657 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{453.657}{4.537}$$

$n = 99,99$  dibulatkan menjadi 100 orang.

Jumlah sampel berdasarkan hasil rumus di atas sebanyak 99,99 orang dan dibulatkan menjadi 100 orang. Jumlah responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden masyarakat muslim di Surakarta.

### 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengumpulan sampel dari penelitian ini adalah Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel.

Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel bertujuan tidak didasarkan atas strata, random, atau wilayah, tetapi didasarkan atas tujuan tertentu. Penggunaan 30n depe ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, diantaranya karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh (Abdullah, 2015).

### 3.4 Data dan Sumber Data

Data merupakan bentuk jamak dari “*datum*”, berasal dari bahasa Latin yang berarti “sesuatu yang diberikan”. Dalam penggunaan sehari-hari data berarti suatu pernyataan yang diterima secara apa adanya. Pernyataan ini adalah hasil

pengukuran atau pengamatan suatu variabel yang bentuknya dapat berupa angka, kata-kata, atau citra (Asman, 2021). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer.

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber pertama, atau dapat dikatakan pengumpulannya dilakukan sendiri oleh si peneliti secara langsung, seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner atau angket (Asman, 2021). Data primer yang ada dalam penelitian ini merupakan data yang berasal dari penyebaran kuesioner yang bersumber pada responden yang berjumlah 100 orang yang merupakan masyarakat muslim kota Surakarta.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan kuesioner. Mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan *form* kuesioner dan angket yang berisi pertanyaan. Penggunaan kuesioner dan angket bertujuan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan serta mendukung penelitian.

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Menurut Maryuliana (2016), skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuesioner, dan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Sewaktu menanggapi pertanyaan dalam skala Likert, responden menentukan tingkat persetujuan mereka terhadap suatu pernyataan dengan memilih salah satu dari pilihan yang tersedia. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Setuju : skor 1

2. Tidak Setuju : skor 2
3. Kurang Setuju : skor 3
4. Setuju : skor 4
5. Sangat Setuju : skor 5

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berupa skor yang berasal dari kuesioner. Untuk mengetahui hasil penelitian tersebut perlu dianalisis lebih lanjut agar dapat ditarik kesimpulan yang tepat.

### **3.6 Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu atribut, nilai atau sifat dari objek, individu atau kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Variabel independent sering disebut variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam Bahasa Indonesia disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel ini biasa disebut juga variabel eksogen (Nikmatur, 2017). Dalam penelitian ini, variabel independent terdiri atas Penggunaan *E-Money*, Literasi Keuangan, dan Status Sosial.

Sedangkan variabel dependen disebut juga variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam Bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat disebut juga variabel endogen (Nikmatur, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu Perilaku Konsumtif.

### 3.7 Definisi Operasional Variabel

Untuk memudahkan pemahaman yang lebih baik, berikut disampaikan definisi operasional masing-masing variabel secara ringkas :

**Tabel 3.2**  
Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator
1.	<i>E-Money</i> (X1)	<i>E-Money</i> adalah suatu produk <i>stored-value</i> atau <i>prepaid</i> yang digunakan dalam transaksi internet dengan cara elektronik. (Hermin, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Manfaat apa yang diperoleh.</li> <li>2. Kemudahan yang diberikan.</li> <li>3. Rasa kepercayaan ketika menggunakan.</li> <li>4. Keuntungan apa yang diperoleh. (Hermin, 2017)</li> </ol>
2.	Literasi Keuangan (X2)	Suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan dalam pengelolaan keuangan. (Hermin, 2017)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan umum keuangan.</li> <li>2. Pengetahuan manajemen keuangan.</li> <li>3. Perencanaan pensiun.</li> <li>4. Pengetahuan mengenai risiko. (Hermin, 2017)</li> </ol>
3.	Status Sosial (X3)	Manifestasi dari stratifikasi sosial yang berkaitan dengan prinsip yang dianut oleh komunitas dalam mengkonsumsi kekayaannya dan atau gaya hidupnya. (Halal, 2015)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tingkat pendidikan.</li> <li>2. Pendapatan atau penghasilan.</li> <li>3. Pekerjaan.</li> <li>4. Kekayaan atau kepemilikan. (Kusniawati &amp; Kurniawan, 2016)</li> </ol>
4.	Perilaku Konsumtif (Y)	Suatu perbuatan mengkonsumsi barang atau jasa diluar batas kebutuhan tanpa mempertimbangkan rasional dan hanya mementingkan keinginan semata yakni pembelian impulsif,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli produk karena <i>trend</i>.</li> <li>2. Membeli produk karena kemasan yang menarik.</li> <li>3. Membeli produk atas diskon atau iming-imingan hadiah.</li> </ol>

		pembelian tidak rasional, pemborosan dan inefisiensi biaya. (Hermin, 2017)	<p>4. Membeli produk untuk menunjukkan status sosial.</p> <p>5. Membeli produk karena idolanya menjadi bintang iklan produk tersebut. (Hermin, 2017)</p>
--	--	--	--

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui bagaimana menggambarkan data, hubungan data, semantik data dan batasan data yang ada pada suatu sistem informasi (Edi & Betshani, 2017). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Statistika deskriptif adalah statistik yang tingkat pekerjaannya mencakup cara-cara menghimpun, menyusun, atau mengatur, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data angka, agar dapat memberikan gambaran yang teratur, ringkas, dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa, atau keadaan (Sholikhah, 1970).

#### 3.8.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Item pertanyaan dikatakan valid jika memiliki factor loading  $\geq 0,050$  (Janna & Herianto, 2021).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari kuesioner tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kuesioner sebagai alat ukur harus mempunyai reliabilitas yang tinggi. Instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *Conbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Amanda et al., 2019).

### 3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastis pada model regresi. Signifikansi adalah besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam mengambil keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal 5%. Dengan kata lain bahwa 95% keputusan adalah benar (Tala & Karamoy, 2017).

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah apakah data empiric yang didapatkan dari lapangan sesuai dengan distribusi teoritik tertentu. Dalam kasus ini, distribusi normal. Dengan kata lain, apakah data yang diperoleh berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Data berdistribusi normal apabila data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Dimana data memusat pada nilai rata-rata atau dikenal dengan istilah median. data yang membentuk distribusi normal bila jumlah data yang diatas dan dibawah rata-rata adalah sama, begitu pula dengan simpangan bakunya (Haniah, n.d.).

Pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Penerapan pada uji *Kolmogorov Smirnov* adalah bahwa jika signifikansi di bawah 0,05 berarti data yang akan diuji mempunyai perbedaan yang signifikan dengan data normal baku, berarti data tersebut tidak normal (Suliyanto, 2017).

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linier antar 36 depend bebas dalam regresi. Jika model regresi terdapat multikolinieritas maka model tersebut memiliki standar error yang besar sehingga koefisien regresi tidak dapat ditaksir dengan ketepatan tinggi. Model dikatakan memiliki masalah kolinieritas apabila nilai  $VIF > 10$  dan  $Tolerance < 0,01$  (Subando, 2021).

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini menggunakan Uji Park. Uji Park dilakukan dengan cara melakukan pemangkatan transformasi logaritma natural (LN) lalu kemudian melakukan regresi terhadap 36 depend 36 dependent. Uji Park dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas. (Sari, 2012).

### 3.8.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen (X1) dan (X2)

terhadap variabel dependen (Y) (Dewi et al., 2012). Analisis ini juga digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

Keterangan :

a	: Konstanta
Y	: Perilaku Konsumtif
X <sub>1</sub>	: <i>E-Money</i>
X <sub>2</sub>	: Literasi Keuangan
X <sub>3</sub>	: Status Sosial
b <sub>1</sub>	: Koefisien Regresi X <sub>1</sub> terhadap Y
b <sub>2</sub>	: Koefisien Regresi X <sub>2</sub> terhadap Y
b <sub>3</sub>	: Koefisien Regresi X <sub>3</sub> terhadap Y
ε	: Error atau tingkat kesalahan

### 3.8.4 Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)



nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi ( $R^2$ ) semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, selain itu koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel independen (Y) yang disebabkan oleh variabel dependen (X) (Latief et al., 2019).

## 2. Uji F (Simultan)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Rahima & Amrul, 2017). Pada uji F pengambilan keputusan dilakukan dengan menentukan F tabel dan F hitung pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Aturan standar untuk keputusan uji F adalah sebagai berikut :

- **Apabila F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.** Dapat diartikan variabel bebas secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- **Apabila F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.** Dapat diartikan variabel bebas secara bersama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

### 3.8.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui signifikan atau tidaknya suatu variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika nilai

signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan hipotesis ditolak jika nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 (Rahima & Amrul, 2017). Menurut Suparyanto dan Rosad (2020), kegunaan Uji T adalah sebagai alat analisis data untuk menguji satu populasi atau dua populasi, serta membandingkan dua *mean* (rata-rata) untuk menentukan apakah perbedaan rata-rata tersebut perbedaan nyata atau karena kebetulan.

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pengujian Dan Analisis Data

#### 4.1.1 Deskripsi Data Responden

##### 1. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Alamat

**Tabel 4.1**  
Responden berdasarkan alamat :

		Alamat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pasar Kliwon	10	10.0	10.0	10.0
	Laweyan	26	26.0	26.0	36.0
	Jebres	29	29.0	29.0	65.0
	Banjarsari	20	20.0	20.0	85.0
	Serengan	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah masyarakat muslim Kec. Jebres terdapat sebanyak 29 responden atau 29,0%. Sedangkan Kec. Laweyan sebanyak 26 responden atau 26,0%, di Kec. Banjarsari sebanyak 20 responden atau 20,0%. Lalu, di Kec. Serengan terdapat 15 responden atau sebanyak 15,0%, serta di Kec. Pasar Kliwon terdapat 10 responden atau 10,0%.

##### 2. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**  
Responden berdasarkan jenis kelamin :

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	27.0	27.0	27.0
	Perempuan	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden tertinggi adalah perempuan sejumlah 73 responden atau 73,0% dibandingkan dengan laki-laki sejumlah 27% atau 27,0%.

### 3. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Agama.

**Tabel 4.3**

Responden berdasarkan agama :

		Agama			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Islam	100	100.0	100.0	100.0

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3, dapat dinyatakan bahwa 100% responden atau seluruh responden yang berjumlah 100 beragama Islam.

### 4. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia.

**Tabel 4.4**

Responden berdasarkan usia :

		Usia			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	20-25 tahun	86	86.0	86.0	86.0
	26-30 tahun	14	14.0	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4, dinyatakan bahwa sebagian besar responden memiliki umur 20-25 tahun sebanyak 86 responden atau 86,0%. Sedangkan sisa responden sebanyak 14 responden atau 14,0% memiliki umur 26-30 tahun.

5. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.

**Tabel 4.5**

Responden berdasarkan pekerjaan :

		<b>Pekerjaan</b>			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	57	57.0	57.0	57.0
	Buruh	26	26.0	26.0	83.0
	Wiraswasta/Wirausaha	16	16.0	16.0	99.0
	Karyawan	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5, dapat dinyatakan bahwa sebagian besar responden adalah Pelajar/Mahasiswa sebanyak 57 responden atau 57,0%. Lalu sebanyak 26 responden atau 26,0% berprofesi sebagai Buruh. Sedangkan, yang berprofesi Wiraswasta/Wirausaha sebanyak 16 responden atau 16,0%, serta terdapat 1 orang responden atau 1,00% yang berprofesi sebagai Karyawan.

6. Deskripsi Data Responden Berdasarkan Penghasilan.

**Tabel 4.6**

Responden berdasarkan penghasilan :

		<b>Penghasilan</b>			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	52	52.0	52.0	52.0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	45	45.0	45.0	97.0
	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	2	2.0	2.0	99.0
	> Rp. 5.000.000	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan < Rp. 1.000.000 dengan jumlah 52 responden atau 52,0%. Lalu responden yang memiliki penghasilan Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 berjumlah 45 responden atau 45,0%. Dilanjut responden yang memiliki penghasilan Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000 sebanyak 2 responden atau 2,0%. Sedangkan responden yang memiliki penghasilan > Rp. 5.000.000 sebanyak 1 responden atau 1,0%.

#### 4.1.2 Hasil Uji Instrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu 100, jadi untuk  $df$  (*degree of freedom*) =  $n$  (jumlah sampel) – 2. Sehingga  $df$  dapat dihitung  $100 - 2 = 98$  maka  $df = 98$ ,  $\alpha 0,05$  dan  $r$  tabel 0,1966.

**Tabel 4.7**  
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>E-Money (E)</i>	E1	0,896	0,1966	Valid
	E2	0,870	0,1966	Valid
	E3	0,878	0,1966	Valid
	E4	0,889	0,1966	Valid
Literasi Keuangan (LK)	LK 1	0,817	0,1966	Valid
	LK 2	0,818	0,1966	Valid
	LK 3	0,769	0,1966	Valid
	LK 4	0,817	0,1966	Valid
Status Sosial (SS)	SS 1	0,753	0,1966	Valid
	SS 2	0,822	0,1966	Valid
	SS 3	0,848	0,1966	Valid
	SS 4	0,760	0,1966	Valid

Perilaku Konsumtif (PK)	PK 1	0,816	0,1966	Valid
	PK 2	0,780	0,1966	Valid
	PK 3	0,717	0,1966	Valid
	PK 4	0,640	0,1966	Valid
	PK 5	0,786	0,1966	Valid

Sumber : data diolah, 2023

Dilihat dari tabel 4.7, dapat diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , menandakan bahwa pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini valid. Artinya semua item kuesioner yang digunakan mampu mengukur variabel *e-money*, literasi keuangan, status sosial dan perilaku konsumtif.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden atas pernyataannya konsisten dari waktu ke waktu. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha*  $> 0,60$ . Nilai *Cronbach Alpha* dapat dilihat sebagai berikut :

- Cronbach Alpha* nilainya antara 0,00 – 0,20 dapat dinyatakan kurang reliabel.
- Cronbach Alpha* nilainya antara 0,21 – 0,40 dapat dinyatakan agak reliabel.
- Cronbach Alpha* nilainya antara 0,41 – 0,60 dapat dinyatakan cukup reliabel.
- Cronbach Alpha* nilainya antara 0,61 – 0,80 dapat dinyatakan reliabel.
- Cronbach Alpha* nilainya antara 0,81 – 1,00 dapat dinyatakan reliabel.

**Tabel 4.8**

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabel	Keterangan
<i>E-Money</i>	0,904	0,60	Reliabel
Literasi Keuangan	0,817	0,60	Reliabel
Status Sosial	0,801	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,802	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah, 2023

Dari tabel 4.8, dapat diketahui bahwa seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari nilai standar reliabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa item pernyataan kuesioner yang digunakan pada variabel *e-money*, literasi keuangan, status sosial dan perilaku konsumtif dapat dinyatakan reliabel.

#### 4.1.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji statistic nonparametrik *Kolmogrov-Smirnov*. Jika hasil dari uji statistic nonparametrik *Kolmogrov-Smirnov*  $> 0,05$ , maka data tersebut dapat dikatakan terdistribusi normal.

**Tabel 4.9**

Hasil Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.92251093
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.049
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : data diolah, 2023



Berdasarkan tabel diatas, hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* menyatakan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dari *Asymp. Sig. (2-tailed)*, yaitu senilai 0,200 yang dimana nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antarvariabel bebas (independen). Apabila nilai *VIF* < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,01 maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Sebaliknya, jika nilai *VIF* > 10 dan nilai *Tolerance* < 0,01 maka terjadi gejala multikolinieritas. (Sari, 2012).

**Tabel 4.10**  
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	E-Money	.864	1.157
	Literasi Keuangan	.995	1.005
	Status Sosial	.867	1.153
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari seluruh variabel independent lebih besar dari 0,10 dan nilai *VIF* dari seluruh variabel independent lebih kecil dari 10. Artinya, tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam penelitian ini.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan Uji Park, dengan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, sebaliknya jika signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

**Tabel 4.11**  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Sig.
1	(Constant)	.449
	E-Money	.423
	Literasi Keuangan	.096
	Status Sosial	.945
a. Dependent Variable: LN_RES		

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari seluruh variabel independent lebih besar dari 0,05. Artinya, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang didapat lebih besar dari 0,05.

#### 4.1.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). hasil uji analisis regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients
		B
1	(Constant)	5.843
	E-Money	.175
	Literasi Keuangan	.282
	Status Sosial	.148
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif		

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, model regresi linier berganda penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \varepsilon$$

$$= 5,843 + 0,175X_1 + 0,282X_2 + 0,148X_3 + \varepsilon$$

Berikut intepretasi model regresi linier berganda :

1. Konstanta sebesar 5,843, artinya pada saat variabel X dianggap konstan atau bernilai 0, maka variabel Y akan tetap bernilai sebesar 5,843. Maka perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta sebesar 5,843.
2. Koefisien regresi *E-Money* (X1) sebesar 0,175, menunjukkan bahwa setiap variabel X1 meningkat 1 poin, maka *E-Money* mengalami kenaikan, yaitu sebesar 0,175 pada perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.
3. Koefisien regresi literasi keuangan (X2) sebesar 0,282, menunjukkan bahwa setiap variabel X2 meningkat 1 poin, maka literasi keuangan mengalami kenaikan, yaitu sebesar 0,282 pada perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Koefisien regresi status sosial (X3) sebesar 0,148, menunjukkan bahwa setiap variabel X3 meningkat 1 poin, maka status sosial mengalami kenaikan, yaitu sebesar 0,148 pada perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### 4.1.5 Hasil Uji Ketepatan Model

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi, dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.13**

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 <sup>a</sup>	.087	.059	3.98333

a. Predictors: (Constant), Status Sosial, Literasi Keuangan, E-Money

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,87 atau 8,7%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent, yaitu *e-money*, literasi keuangan dan status sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif sebesar 8,7%. Sedangkan sisanya 91,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

## 2. Uji F (Simultan)

Hasil uji f dapat dilihat pada tabel *Anova* dalam kolom sig. Pada uji F pengambilan keputusan dilakukan dengan menentukan F tabel dan F hitung pada taraf signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Aturan standar untuk keputusan uji F adalah sebagai berikut :

- **Apabila F hitung > F tabel, maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.** Dapat diartikan variabel bebas secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
- **Apabila F hitung < F tabel, maka  $H_0$  diterima  $H_a$  ditolak.** Dapat diartikan variabel bebas secara bersama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= F(k ; n-k) \\ &= F(3 ; 100-3) \\ &= F(3 ; 97) \\ &= 2.70 \end{aligned}$$

**Tabel 4.17**

Hasil Uji f

ANOVA <sup>a</sup>			
Model		F	Sig.
1	Regression	3.062	.032 <sup>b</sup>
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif			
b. Predictors: (Constant), Status Sosial, Literasi Keuangan, E-Money			

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh *e-money* (X1), literasi keuangan (X2) dan status sosial (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y) adalah  $0,032 < 0,05$  dan nilai f hitung  $3,062 > f$  tabel 2,70. Hal tersebut membuktikan bahwa secara simultan *e-money*, literasi keuangan dan status sosial secara bersama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

#### 4.1.6 Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh setiap variabel independen dalam menerangkan variabel dependen. Uji hipotesis dilakukan dengan uji t. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* dalam kolom sig. Dikatakan terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial apabila probabilitas signifikansinya  $< 0,05$  dan nilai t hitung  $> t$  tabel. Kaidah keputusannya yaitu sebagai berikut :

- a. Jika t hitung lebih besar dari t tabel maka  $H_0$  ditolak, disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- b. Jika t hitung kurang dari t tabel maka  $H_0$  diterima, disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

$$T \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1)$$

$$a = 5\% = t (0,05/2 ; 100-3-1)$$

$$= 0,025 ; 96$$

$$= 1.984$$

**Tabel 4.18**

Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.954	.054
	E-Money	1.242	.217
	Literasi Keuangan	2.168	.033
	Status Sosial	.980	.329

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : data diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji t dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel *E-Money* memiliki nilai t hitung sebesar 1,242 dan nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ . Nilai signifikansi variabel *E-Money* sebesar 0,217. Artinya, nilai signifikansi sebesar  $0,217 > 0,05$ . Sehingga, dapat diketahui bahwa variabel *E-Money* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung sebesar 2,168 dan nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ . Nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar 0,033. Artinya signifikansi sebesar  $0,033 < 0,05$ . Sehingga, variabel literasi keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Variabel status sosial memiliki nilai t hitung sebesar 0,980 dan nilai t tabel sebesar 1,984, sehingga  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ . Nilai signifikansi variabel status sosial sebesar 0,329. Artinya, signifikansi sebesar  $0,329 > 0,05$ . Sehingga, variabel

status sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.

## **4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data**

Berikut merupakan hasil pembahasan *E-Money* (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Status Sosial (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) masyarakat muslim Surakarta.

### **4.2.1 Pengaruh *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil analisis data menyatakan bahwa nilai t hitung dan signifikansi sebesar 1,242 dan 0,217, yaitu nilai signifikansi variabel *e-money* lebih besar dari 0,05, yaitu  $0,217 > 0,05$ . Selain itu, t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu  $1,242 < 1,984$ . Sehingga variabel *e-money* (X1) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Dengan demikian, hipotesis pertama tidak terdukung.

Berdasarkan hasil penelitian dari Febriansyah & Ramayuniarti (2016), yang menunjukkan bahwa penggunaan uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan uang elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat, namun penggunaan uang elektronik tidak berdampak bagi tindakan konsumtif masyarakat kemungkinan karena masyarakat dapat meminimalisir pengeluaran dan menyesuaikan dengan biaya dan kebutuhan pribadi masing-masing.

Namun, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Insana & Johan (2021) yang menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Artinya, bahwa penggunaan *e-money* dapat



meningkatkan perilaku konsumtif. Penggunaan pembayaran non tunai dapat menyebabkan pengeluaran konsumsi semakin meningkat. Pembayaran menggunakan *e-money* memiliki kemudahan dan kecepatan sehingga penggunaannya semakin meningkat. Oleh sebab itu, penggunaan *e-money* dapat mempengaruhi sifat konsumtif.

#### **4.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil analisis data menyatakan bahwa nilai t hitung dan signifikansi sebesar 2,168 dan 0,004, yaitu nilai signifikansi variabel literasi keuangan lebih kecil dari 0,05, yaitu  $0,033 < 0,05$ . Selain itu, t hitung lebih besar dari t tabel, yaitu  $2,168 > 1,984$ . Sehingga variabel literasi keuangan (X2) berpengaruh positif secara signifikansi terhadap perilaku konsumtif (Y). Dengan demikian, hipotesis kedua terdukung.

Berdasarkan hasil penelitian Asisi (2020) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Banyaknya masyarakat yang tidak mengerti tentang literasi keuangan seperti pengetahuan finansial, sehingga menyebabkan banyak masyarakat yang mengalami kerugian, baik akibat penurunan kondisi perekonomian dan inflasi atau karena berkembangnya sistem ekonomi yang cenderung boros dikarenakan masyarakat semakin konsumtif.

#### **4.2.3 Pengaruh Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil analisis data menyatakan bahwa nilai t hitung dan signifikansi sebesar 0,980 dan 0,016, yaitu nilai signifikansi variabel status sosial lebih kecil dari 0,05,

yaitu  $0,329 < 0,05$  Selain itu,  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel, yaitu  $0,980 > 1,984$ . Sehingga variabel status sosial ( $X_3$ ) tidak berpengaruh dan tidak signifikansi terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ). Dengan demikian, hipotesis ketiga tidak terdukung.

Berdasarkan hasil penelitian Maris & Listiadi (2021) yang menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti, bahwa latar belakang besar-kecilnya pendapatan seseorang, tinggi-rendahnya pendidikan seseorang, serta fasilitas, maupun pekerjaan apapun yang dimiliki seseorang tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat.

Namun, berbeda dengan hasil penelitian Larasati et al (2020), yang menunjukkan bahwa status sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Apabila perekonomian cukup, lingkungan materil yang dihadapi anak di dalam keluarganya lebih luas seperti ia mendapat kesempatan yang lebih luas untuk mengembangkan bermacam-macam kecakapan hidup yang tidak dapat ia perembangkan apabila tidak ada alat-alatnya, selain itu hubungan sosial antara seorang anak dengan orangtuanya juga mempengaruhi perkembangan kecakapan hidup seorang anak. Dapat dikatakan bahwa status sosial ekonomi bersifat relatif sehingga tidak dapat disamakan antara kelompok masyarakat yang satu dengan masyarakat yang lain.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui pengaruh penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan status sosial terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Variabel dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan *SPSS versi 25*. Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. *E-money* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi  $0,217 > 0,05$  dan nilai t hitung serta t tabel sebesar  $1,242 < 1,984$ .
2. Literasi keuangan dapat memberikan pengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi  $0,033 < 0,05$  dan nilai t hitung serta t tabel sebesar  $2,168 > 1,984$ .
3. Status sosial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi  $0,329 > 0,05$  dan nilai t hitung serta t tabel sebesar  $0,980 < 1,984$ .

## **5.2 Keterbatasan Penelitian**

Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, yang dimana keterbatasan penelitian tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel yang digunakan peneliti hanya menggunakan variabel *e-money*, literasi keuangan dan status sosial, maka dari itu tidak menutup kemungkinan masih ada variabel-variabel lainnya yang mampu mempengaruhi terhadap perilaku konsumtif masyarakat muslim Surakarta.
2. Penelitian ini hanya mengambil sampel sebanyak 100 responden saja, dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga peneliti.

## **5.3 Saran**

Dari beberapa kesimpulan diatas, dapat dikemukakan beberapa saran, yaitu sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas ruang lingkup penelitian seperti masyarakat umum Surakarta.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat serta dapat menambahkan variabel lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
- Adiputra, I. M. P. (2017). *Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif*. 32, 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Aji, R. H. S. (2015). Stratifikasi Sosial Dan Kesadaran Kelas. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 2(1), 34–37.
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Amran, A. (2014). Stratifikasi Sosial Masyarakat dan Pengaruhnya Terhadap Pembinaan Masyarakat Islam Oleh : Ali Amran □. *Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 8(1), 15–29.
- Aprileoni, W. P., Rulina, D., & Seftiawan, R. (2020). Pengaruh Kedisiplinan, Pendidikan Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Guru. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, 3(3), 297. <https://doi.org/10.22460/comm-edu.v3i3.4549>
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118.
- Asman, A. (2021). Sumber Data, Populasi dan Sampel Penelitian Hukum Islam. *Institut Agama Islam (AIA) Sultan Muhammad Syafiuddin Sambas*, 15.
- Dewi, S. P., Ekonomi, F., & Negeri, U. (2012). *No Title. I*.
- Diponegoro, M. H. (2020). Al-Qur'an dan Karakteristik Masyarakat Muslim. *Jurnal Keislaman*, 3(2), 148–158. <https://doi.org/10.54298/jk.v3i2.3144>
- Djaali, P. D. H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. PT Bumi Aksara.
- Edi, D., & Betshani, S. (2017). Analisis Data dengan Menggunakan ERD dan Model Konseptual Data Warehouse. *Jurnal Informatika*, 5(1), 71–85.
- Febriansyah, E., & Ramayuniarti, F. (2016). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Nasabah Pengguna Cash Deposit Machine (CDM) (Studi BNI Syariah Cabang Kota Bengkulu). *Babu Al-Ilmi*, 1(2), 62–79.
- Gede, L. (2017). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Gunawan, A., & Febri Andani, T. (2020). The Influence Of Parents' Socioeconomic Status And Self-Control On The Consumptive Behavior Of Management Study Program Students, Faculty Of Economics And Business, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *International Journal of Science, Technology & Management*, 3(4), 819–830. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i4.582>
- Halal, R. (2015). *Stratifikasi Sosial Dan Kesadaran Kelas*. 95.
- Haniah, N. (n.d.). *Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors Uji Normalitas Dengan Metode Liliefors*.
- Heriyanto C., A. (2016). Kelas Sosial, Status Sosial, Peranan Sosial dan Pengaruhnya. In *Module*.
- Hermin, N. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-

- Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Imawati. (2013a). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(1), 2013–2015.
- Imawati, I. & S. & I. (2013b). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe UNS*, 2 No.1(1), 48–58.
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413–434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). Artikel Statistik yang Benar. *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*, 18210047, 1–12.
- Kusniawati, M., & Kurniawan, R. Y. (2016). *Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X Ips Di Sma Negeri 2 Tuban*. 1–9.
- Laily, N. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan. *Journal of Accounting and Business Education*, 1(4). <https://doi.org/10.26675/jabe.v1i4.6042>
- Larasati, D., Sumastuti, E., Prastiyo Hadi, D., & Yunus, M. (2020). Pengaruh Media Sosial Dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Sma Negeri I Gubug. *OIKOS Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, IV, 59–69. <https://doi.org/10.23969/oikos.v4i1.2408>
- Latief, A., Rosalina, D., & Apiska, D. (2019). Analisis Hubungan Antar Manusia terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 1(3), 127–131. <https://doi.org/10.34007/jehss.v1i3.34>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mardiah, A. (2019). Analisis Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Menjelang Idul Fitri Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Al-Iqtishad*, 13(2), 93. <https://doi.org/10.24014/jiq.v13i2.4391>
- Maris, W. Y., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Locus of Control sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel*, 18(3), 574–584.
- Maryuliana, Subroto, I. M. I., & Haviana, S. F. C. (2016). Sistem Informasi Angket Pengukuran Skala Kebutuhan Materi Pembelajaran Tambahan Sebagai Pendukung Pengambilan Keputusan Di Sekolah Menengah Atas Menggunakan Skala Likert. *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika*, 1(2), 1–12.
- Maulidina, Y., & Kurniawati, T. (2020). The Effect of E-Money, Economic Literacy and Parents' Income on Consumptive Behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 11(2), 191–200. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v11i2.54254>
- Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup

- terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 143.
- Mintarti, D. (2016). Citation: Dikria, Okky & Sri Umi Mintarti W (2016) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan. *The Effect of Financial Literacy and Self-Control On*, 09(2), 128–139. <https://doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>
- Mufidah, J. E., Hidayat, A. R., & Hidayat, Y. R. (2019). Tinjauan Teori Konsumsi Menurut Al Ghazali Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung). *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 5(2), 420–427.
- Mulyani, R., Thomas, P., & Semarang, U. N. (2018). The Influence of Student Consumption , Social Status of Family , The Economic Parent Status , and The Economic Education of Family to Consumption Behavior. *Journal of Economic Education*, 7(81), 24–30.
- Nahiyah, F. (2017). *Pengaruh Kultur Sekolah, Konsep Diri, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa*. 4(2), 5–6.
- Nikita, D. A., & Hadi, N. U. (2018). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Rumah Tangga Dan Lingkungan Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Viii Smp Negeri 1 Karangrejo Tahun Ajaran 2017/2018. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 15. <https://doi.org/10.24036/01104480>
- Nikmatur, R. (2017). Proses Penelitian, Masalah, Variabel dan Paradigma Penelitian. *Jurnal Hikmah*, 14(1), 63.
- Nizar, M. A., & Hanifah, A. (2021). Program Penjaminan Uang Elektronik (E-Money). *Fiskal.Kemenkeu.Go.Id*, September. [https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/1638764326\\_penjaminan-uang-elektronik\\_pp-pksk\\_25112021.pdf](https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/berita-kajian/file/1638764326_penjaminan-uang-elektronik_pp-pksk_25112021.pdf)
- Novi Yushita Amanita. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal :Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, VI, 15.
- Nur, F. M. (2013). E-money: Solusi Transaksi Mikro Modern. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 09, 1–38.
- Nurachma Yasin'ta Aulia, & Arief Sandy. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompoktemansebaya Danfinancial Literacyterhadap Perilakukonsumtif Pada Siswakelas Xi Ips Sma Kesatrian 1Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*4, 6(2), 489–500.
- Prasetya, H., & Putra, S. E. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Manfaat Dan Risiko Terhadap Minat Menggunakan Uang Elektronik Di Surabaya. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 17(2), 151–158. <https://doi.org/10.34001/jdeb.v17i2.1340>
- Rahima, & Amrul, A. M. (2017). *Vol. 8 No.1 Juli 2017*. 8(1), 99–111.
- Rahmatika, U., & Fajar, M. A. (2019). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Electronic Money: Integrasi Model Tam – Tpb Dengan Perceived Risk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 8(2), 274–284. <https://doi.org/10.21831/nominal.v8i2.26557>

- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Ramadhan, A. F., & Prasetyo, A. B. (2016). *Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-Money*.
- Ramadhan, H. (2016). Perlindungan Hukum Terhadap Pengguna Uang Elektronik Dalam Melakukan Transaksi Ditinjau Dari Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/Pbi/2014 Tentang Uang Elektronik (E-Money). *Diponegoro Law Review*, 5(2), 1–18.
- Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, M. K. T. (2015). Teknik Pengambilan Sampel. *Ekp*, 13(3), 1576–1580.
- Rohayati, C. C. & S. (2015). Pengaruh Pendidikan Keuangan di Keluarga, Sosial Ekonomi Orang Tua, Pengetahuan Keuangan, Kecerdasan Spiritual, dan Teman Sebaya Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa S1 Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 3(2), 3.
- Rumbianingrum, W., & Wijayangka, C. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 155–165.
- Sari, R. A. (2012). *Jurnal Nominal / Volume I Nomor I / Tahun 2012. I*.
- Setyawati, R. D., & Nursyahida, F. (2017). *Literasi Ok* (Vol. 8, Issue 2, pp. 33–42).
- Sholikhah, A. (1970). Statistik Deskriptif Dalam Penelitian Kualitatif. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 10(2), 342–362. <https://doi.org/10.24090/komunika.v10i2.953>
- Soemitra, A. (2014). *Penggunaan uang elektronik dan dampaknya terhadap kebijakan moneter*. 74(4).
- Subando, D. J. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Penerbit Lakeisha.
- Sugeng Widodo, A. (2013). Harga Diri Dan Interaksi Sosial Ditinjau Dari Status Sosial Ekonomi Orang Tua. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2(2), 131–138. <https://doi.org/10.30996/persona.v2i2.100>
- Suliyanto. (2017). Uji Kolmogorov Smirnov. *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS, 1*, Suliyanto. (2017). Uji Kolmogorov new. Ekonometrik.
- Suparyanto dan Rosad. (2020). Hipotesis Uji T. *Suparyanto Dan Rosad*, 5(3), 248–253.
- Tala, O., & Karamoy, H. (2017). Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Accountability*, 6(1), 57. <https://doi.org/10.32400/ja.16027.6.1.2017.57-64>
- Tania, Candy, K. S., Soveinia, & Stevania, W. (2019). Effect of E-Money on Consumptive Behavior of the Batam Community. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 7(3), 333–343.
- Tazkiyyaturrohman, R. (2018). 1240-3309-1-Pb. *Muslim Heritage*, 3(1), 21–39.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri Dan Konformitas Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Prisma*



- (*Platform Riset Mahasiswa Akuntansi*), 1(1), 145–155.  
<https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Triyaningsih. (2011). Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 11(2), 172–177.
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 9(2), 195–208.
- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen dalam Prespektif Ekonomi Islam. *PrilakuKonsumen*, 01(01), 18.
- Yudiana, K., & Indrayani, L. (2016). The Effect of Socio-Economy Status of Family and Peer Group on the Consumptive Behavior for the Sixth Grade Students of SD Lab Undiksha Singaraja. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 7(24), 66–70.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Jadwal Penelitian

No	Bulan	Oktober				November				Desember			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal				X	X				X			
2	Konsultasi									X	X	X	
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal												
4	Ujian Seminar Proposal												
5	Revisi Proposal												
6	Pengumpulan Data												
7	Analisis Data												
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi												
9	Pendaftaran Munaqosah												
10	Munaqosah												
11	Revisi Skripsi												

No	Bulan	Januari				Februari				Maret			
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal												
2	Konsultasi	X											
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal					X							
4	Ujian Seminar Proposal						X						
5	Revisi Proposal											X	
6	Pengumpulan Data											X	X
7	Analisis Data												
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi												
9	Pendaftaran Munaqosah												
10	Munaqosah												
11	Revisi Skripsi												

No	Bulan	April				Mei							
	Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal												
2	Konsultasi					X							
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal												
4	Ujian Seminar Proposal												
5	Revisi Proposal												
6	Pengumpulan Data	X	X										
7	Analisis Data			X	X								
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi				X								
9	Pendaftaran Munaqosah						X						
10	Munaqosah							X					
11	Revisi Skripsi												

## Lampiran 2 : Kuesioner

### KUESIONER PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.* Bapak/Ibu/Saudara/i

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada Program Studi S1 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, saya :

Nama : Ayu Daning Saputri

NIM : 195231175

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Sedang melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGGUNAAN *E-MONEY*, LITERASI KEUANGAN DAN STATUS SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM SURAKARTA”**, untuk itu peneliti memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya. Segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan saya dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan partisipasinya, saya mengucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Hormat saya,

Peneliti

Ayu Daning Saputri

## **I. Data Responden**

Petunjuk :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda ceklis (✓)

1. Nama :
2. Alamat Domisili :
  - a. ( ) Kec. Pasar Kliwon
  - b. ( ) Kec. Laweyan
  - c. ( ) Kec. Jebres
  - d. ( ) Kec. Banjarsari
  - e. ( ) Kec. Serengan
3. Jenis Kelamin :
  - a. ( ) Laki-Laki
  - b. ( ) Perempuan
4. Agama :
  - a. ( ) Islam
  - b. ( ) Kristen
  - c. ( ) Katholik
  - d. ( ) Hindu
  - e. ( ) Budha
  - f. ( ) Kong Huchu
  - g. ( ) Kepercayaan
5. Usia :
  - a. ( ) 20-25
  - b. ( ) 26-30
  - c. ( ) 31-35
  - d. ( ) > 36, sebutkan
6. Pekerjaan :
  - a. ( ) Pelajar/Mahasiswa
  - b. ( ) PNS
  - c. ( ) Buruh

- d. ( ) Wiraswasta/Wirausaha
  - e. ( ) Lainnya, sebutkan
7. Penghasilan per bulan;
- a. ( ) < Rp. 1.000.000
  - b. ( ) Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000
  - c. ( ) Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000
  - d. ( ) > Rp. 5.000.000

## II. Pernyataan Kuesioner

Petunjuk :

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberi tanda ceklis (✓) pada kotak pilihan yang sudah tersedia!

- 1. **SS : Sangat Setuju** (5)
- 2. **S : Setuju** (4)
- 3. **KS : Kurang Setuju** (3)
- 4. **TS : Tidak Setuju** (2)
- 5. **STS : Sangat Tidak Setuju** (1)

### 1. E-Money

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Fitur <i>e-money</i> mudah dalam melakukan transaksi.					
2.	Cara pemakaian <i>e-money</i> mudah dimengerti.					
3.	Uang aman di dalam <i>e-money</i> .					
4.	<i>E-money</i> lebih efektif untuk aktifitas belanja sehari-hari.					

## 2. Literasi Keuangan

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Mengetahui secara umum tentang keuangan pribadi.					
2.	Mengetahui tentang perencanaan, pengeluaran dan pemasukan keuangan pribadi.					
3.	Mengikuti asuransi untuk mengurangi risiko di masa depan.					
4.	Mengetahui tentang risiko-risiko yang ada dalam penggunaan keuangan.					

## 3. Status Sosial

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Memiliki fasilitas belajar yang lengkap untuk mendukung pendidikan.					
2.	Sudah memiliki pendapatan atau penghasilan.					
3.	Sudah memiliki pekerjaan.					
4.	Mempunyai alat telekomunikasi ( <i>handphone</i> ) dan kendaraan bermotor.					

## 4. Perilaku Konsumtif

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Membeli produk karena sedang <i>trend</i> .					
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik.					
3.	Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah.					
4.	Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status sosial.					
5.	Membeli produk karena idolanya menjadi <i>brand ambassador</i> produk tersebut.					

### Lampiran 3 : Data Penelitian

No	Alamat	Jenis Kelamin	Agama	Usia	Pekerjaan	Penghasilan
1	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
2	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
3	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
4	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
5	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
6	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	< Rp. 1.000.000
7	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
8	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
9	Jebres	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
10	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
11	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
12	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
13	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
14	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
15	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
16	Banjarsari	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
17	Serengan	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
18	Serengan	Laki-Laki	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
19	Serengan	Laki-Laki	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000



20	Serengan	Laki-Laki	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
21	Serengan	Laki-Laki	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 3. 000.000 - Rp. 5.000.000
22	Serengan	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
23	Pasar Kliwon	Laki-Laki	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
24	Pasar Kliwon	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
25	Pasar Kliwon	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
26	Pasar Kliwon	Laki-Laki	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
27	Laweyan	Laki-Laki	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
28	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
29	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
30	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
31	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
32	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
33	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
34	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
35	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
36	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
37	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
38	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
39	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
40	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
41	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
42	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
43	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Karyawan	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

44	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
45	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
46	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
47	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
48	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
49	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
50	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
51	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	< Rp. 1.000.000
52	Laweyan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
53	Jebres	Perempuan	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
54	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
55	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
56	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
57	Jebres	Perempuan	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
58	Jebres	Perempuan	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
59	Jebres	Perempuan	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
60	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
61	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
62	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
63	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
64	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
65	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
66	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 5.000.000
67	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000

68	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
69	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
70	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
71	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
72	Jebres	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
73	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
74	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
75	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
76	Banjarsari	Perempuan	Islam	26-30	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
77	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
78	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
79	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
80	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
81	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
82	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
83	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
84	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
85	Banjarsari	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
86	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
87	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
88	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
89	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
90	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
91	Serengan	Perempuan	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

92	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
93	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
94	Serengan	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
95	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
96	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	20-25	Wiraswasta/Wirausaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
97	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000
98	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
99	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	20-25	Pelajar/Mahasiswa	< Rp. 1.000.000
100	Pasar Kliwon	Perempuan	Islam	26-30	Buruh	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000

#### Lampiran 4 : Tabulasi Data Penelitian

##### 1. Variabel *E-Money* (X1)

No. Responden	<i>E-Money</i> (X1)				Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
1	5	4	5	5	19
2	4	4	4	4	16
3	4	4	3	3	14
4	4	4	3	3	14
5	4	5	3	3	15
6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	4	16
8	4	4	3	4	15
9	2	3	3	2	10
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	2	1	2	2	7
14	4	4	3	3	14
15	4	4	4	4	16
16	4	4	3	3	14
17	5	4	4	4	17
18	4	4	4	4	16
19	5	5	4	5	19
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	5	18
22	5	4	4	3	16
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	3	15
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	2	2	2	3	9
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	5	20
31	4	4	4	4	16
32	4	4	3	3	14
33	5	5	5	5	20

<b>34</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>35</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>36</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>37</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>38</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>39</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>40</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>41</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>42</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
<b>43</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
<b>44</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>45</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>46</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
<b>47</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>48</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>49</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>50</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>51</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>52</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>53</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>54</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>55</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>56</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>57</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>58</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>59</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>60</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>61</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>62</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>63</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>64</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>65</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>66</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
<b>67</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>68</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>69</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>70</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
<b>71</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
<b>72</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>18</b>

<b>73</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>
<b>74</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>75</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>16</b>
<b>76</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>13</b>
<b>77</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
<b>78</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>79</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>80</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>81</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>82</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>83</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>84</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
<b>85</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>86</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>17</b>
<b>87</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>88</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>89</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>90</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>91</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>20</b>
<b>92</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>93</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>94</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>95</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>96</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>97</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>98</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>99</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>100</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>8</b>

2. Variabel Literasi Keuangan (X2)

No. Responden	Literasi Keuangan (X2)				Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
1	3	4	2	3	12
2	2	2	1	1	6
3	4	4	3	1	12
4	4	3	4	4	15
5	4	4	2	4	14
6	2	2	2	2	8
7	4	4	3	3	14
8	3	3	3	2	11
9	3	4	2	3	12
10	2	2	2	1	7
11	3	3	2	4	12
12	4	4	3	1	12
13	3	3	2	3	11
14	4	4	2	3	13
15	4	4	2	2	12
16	1	2	2	2	7
17	4	4	3	2	13
18	4	4	3	3	14
19	2	4	2	4	12
20	4	4	2	2	12
21	3	4	2	3	12
22	4	4	3	3	14
23	4	4	2	4	14
24	4	4	2	3	13
25	4	4	2	4	14
26	2	2	1	2	7
27	4	3	2	4	13
28	4	4	2	3	13
29	4	4	3	3	14
30	4	4	3	3	14
31	3	4	2	4	13
32	2	1	1	2	6
33	4	4	5	5	18
34	3	4	2	2	11
35	4	3	4	4	15



<b>36</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>37</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>38</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>39</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
<b>40</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>41</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>42</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>43</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>15</b>
<b>44</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>45</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>12</b>
<b>46</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>47</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>48</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>49</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>50</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>51</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>52</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>53</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>54</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>55</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>56</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>57</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>58</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>8</b>
<b>59</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>60</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>61</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>62</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>63</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>64</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>65</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>11</b>
<b>66</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
<b>67</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>68</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>14</b>
<b>69</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>70</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>71</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>16</b>
<b>72</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>18</b>
<b>73</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>7</b>
<b>74</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>15</b>

<b>75</b>	4	5	3	4	<b>16</b>
<b>76</b>	3	3	4	4	<b>14</b>
<b>77</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
<b>78</b>	5	5	3	5	<b>18</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>80</b>	3	4	4	4	<b>15</b>
<b>81</b>	5	4	5	4	<b>18</b>
<b>82</b>	2	3	2	2	<b>9</b>
<b>83</b>	4	4	3	4	<b>15</b>
<b>84</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>85</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>86</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
<b>87</b>	4	4	3	4	<b>15</b>
<b>88</b>	4	3	3	3	<b>13</b>
<b>89</b>	2	2	3	2	<b>9</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>91</b>	2	2	3	5	<b>12</b>
<b>92</b>	4	3	2	3	<b>12</b>
<b>93</b>	4	3	4	3	<b>14</b>
<b>94</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>95</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
<b>96</b>	4	4	2	3	<b>13</b>
<b>97</b>	3	4	2	3	<b>12</b>
<b>98</b>	3	3	2	4	<b>12</b>
<b>99</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>100</b>	2	2	2	2	<b>8</b>

### 3. Variabel Status Sosial (X3)

No. Responden	Status Sosial (X3)				Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	4	2	3	4	13
2	3	3	2	1	9
3	3	4	4	4	15
4	4	5	5	4	18
5	4	4	2	4	14
6	4	5	4	4	17
7	4	4	3	4	15
8	4	5	4	4	17
9	4	2	2	4	12
10	4	2	2	5	13
11	4	2	2	4	12
12	4	4	4	4	16
13	3	4	4	4	15
14	4	2	2	4	12
15	4	4	2	4	14
16	4	5	4	4	17
17	4	4	2	4	14
18	4	5	4	4	17
19	2	1	2	2	7
20	1	1	2	3	7
21	4	5	4	4	17
22	4	3	3	4	14
23	4	5	5	4	18
24	4	4	4	4	16
25	3	4	3	4	14
26	4	5	5	5	19
27	4	5	5	4	18
28	4	4	4	4	16
29	5	4	4	4	17
30	4	4	3	4	15
31	5	2	2	5	14
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	4	16
35	4	5	5	5	19

<b>36</b>	4	5	5	4	<b>18</b>
<b>37</b>	5	2	4	5	<b>16</b>
<b>38</b>	4	2	2	4	<b>12</b>
<b>39</b>	4	2	2	4	<b>12</b>
<b>40</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>41</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>42</b>	4	5	3	5	<b>17</b>
<b>43</b>	4	2	2	4	<b>12</b>
<b>44</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>45</b>	4	2	2	4	<b>12</b>
<b>46</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>47</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
<b>48</b>	5	4	5	5	<b>19</b>
<b>49</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>50</b>	4	4	3	4	<b>15</b>
<b>51</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>52</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>53</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>54</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
<b>55</b>	3	2	4	5	<b>14</b>
<b>56</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>57</b>	3	3	3	4	<b>13</b>
<b>58</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
<b>59</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>60</b>	4	4	3	4	<b>15</b>
<b>61</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>62</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
<b>63</b>	3	3	3	3	<b>12</b>
<b>64</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>65</b>	4	4	4	5	<b>17</b>
<b>66</b>	4	4	5	5	<b>18</b>
<b>67</b>	4	4	5	5	<b>18</b>
<b>68</b>	3	4	3	4	<b>14</b>
<b>69</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>70</b>	4	4	4	5	<b>17</b>
<b>71</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>72</b>	4	5	5	5	<b>19</b>
<b>73</b>	2	1	1	2	<b>6</b>
<b>74</b>	4	3	4	4	<b>15</b>

<b>75</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>76</b>	3	3	3	4	<b>13</b>
<b>77</b>	4	4	3	5	<b>16</b>
<b>78</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>80</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>81</b>	3	2	4	4	<b>13</b>
<b>82</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>83</b>	4	3	4	4	<b>15</b>
<b>84</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>85</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>86</b>	3	3	3	5	<b>14</b>
<b>87</b>	3	4	4	5	<b>16</b>
<b>88</b>	2	2	2	2	<b>8</b>
<b>89</b>	5	5	5	5	<b>20</b>
<b>90</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>91</b>	5	3	5	5	<b>18</b>
<b>92</b>	4	4	3	5	<b>16</b>
<b>93</b>	3	2	4	3	<b>12</b>
<b>94</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>95</b>	1	4	3	2	<b>10</b>
<b>96</b>	4	4	3	4	<b>15</b>
<b>97</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>98</b>	4	2	2	4	<b>12</b>
<b>99</b>	4	4	4	4	<b>16</b>
<b>100</b>	4	3	3	4	<b>14</b>

4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No. Responden	Perilaku Konsumtif (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	2	4	4	2	1	13
2	1	2	4	3	1	11
3	2	2	5	2	2	13
4	2	2	2	2	2	10
5	2	4	4	1	1	12
6	3	4	4	2	1	14
7	2	2	5	3	2	14
8	2	2	2	2	2	10
9	2	2	2	2	2	10
10	4	2	2	2	2	12
11	2	2	2	2	2	10
12	1	4	4	1	2	12
13	2	4	4	2	2	14
14	2	2	2	2	2	10
15	2	4	4	3	2	15
16	2	4	3	2	2	13
17	1	2	2	3	1	9
18	3	2	3	3	2	13
19	2	2	2	2	2	10
20	3	4	4	1	2	14
21	4	3	3	2	5	17
22	3	2	2	1	3	11
23	3	5	5	2	3	18
24	2	2	4	2	2	12
25	2	3	4	1	3	13
26	3	3	4	1	3	14
27	3	4	3	2	4	16
28	4	3	3	1	2	13
29	1	2	3	3	2	11
30	4	4	4	2	4	18
31	3	4	4	2	4	17
32	2	3	3	1	5	14
33	2	2	2	2	1	9
34	5	4	4	2	5	20
35	4	4	4	2	5	19

<b>36</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>11</b>
<b>37</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>38</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>39</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
<b>40</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>41</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>17</b>
<b>42</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>43</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>13</b>
<b>44</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>14</b>
<b>45</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>21</b>
<b>46</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>47</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>25</b>
<b>48</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>18</b>
<b>49</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>50</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
<b>51</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>52</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>20</b>
<b>53</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>14</b>
<b>54</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>10</b>
<b>55</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>56</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>24</b>
<b>57</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>16</b>
<b>58</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>12</b>
<b>59</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>19</b>
<b>60</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>11</b>
<b>61</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>62</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>22</b>
<b>63</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>64</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>65</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>15</b>
<b>66</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>21</b>
<b>67</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>13</b>
<b>68</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
<b>69</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>11</b>
<b>70</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>21</b>
<b>71</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>18</b>
<b>72</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>22</b>
<b>73</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
<b>74</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>10</b>

<b>75</b>	4	5	4	4	4	<b>21</b>
<b>76</b>	3	2	3	3	3	<b>14</b>
<b>77</b>	5	3	2	2	5	<b>17</b>
<b>78</b>	3	4	3	3	3	<b>16</b>
<b>79</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>
<b>80</b>	3	4	4	3	3	<b>17</b>
<b>81</b>	5	4	4	5	4	<b>22</b>
<b>82</b>	2	2	2	2	2	<b>10</b>
<b>83</b>	4	4	3	2	3	<b>16</b>
<b>84</b>	2	2	2	2	2	<b>10</b>
<b>85</b>	2	3	3	2	2	<b>12</b>
<b>86</b>	3	4	3	3	3	<b>16</b>
<b>87</b>	4	3	4	3	3	<b>17</b>
<b>88</b>	1	1	1	2	1	<b>6</b>
<b>89</b>	1	3	1	1	1	<b>7</b>
<b>90</b>	2	2	1	2	2	<b>9</b>
<b>91</b>	2	2	2	2	5	<b>13</b>
<b>92</b>	3	3	2	2	2	<b>12</b>
<b>93</b>	3	2	4	3	3	<b>15</b>
<b>94</b>	4	4	4	4	4	<b>20</b>
<b>95</b>	2	4	2	3	5	<b>16</b>
<b>96</b>	2	4	4	2	2	<b>14</b>
<b>97</b>	2	3	4	2	2	<b>13</b>
<b>98</b>	2	3	3	2	4	<b>14</b>
<b>99</b>	1	1	1	1	2	<b>6</b>
<b>100</b>	3	4	3	3	4	<b>17</b>



## Lampiran 5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif

### 1. Alamat

		Alamat			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pasar Kliwon	10	10.0	10.0	10.0
	Laweyan	26	26.0	26.0	36.0
	Jebres	29	29.0	29.0	65.0
	Banjarsari	20	20.0	20.0	85.0
	Serengan	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### 2. Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	27	27.0	27.0	27.0
	Perempuan	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### 3. Agama

		Agama			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Islam	100	100.0	100.0	100.0

### 4. Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25 tahun	86	86.0	86.0	86.0
	26-30 tahun	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## 5. Pekerjaan

		<b>Pekerjaan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	57	57.0	57.0	57.0
	Buruh	26	26.0	26.0	83.0
	Wiraswasta/Wirausaha	16	16.0	16.0	99.0
	Karyawan	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## 6. Penghasilan

		<b>Penghasilan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	52	52.0	52.0	52.0
	Rp. 1.000.000 - Rp. 3.000.000	45	45.0	45.0	97.0
	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000	2	2.0	2.0	99.0
	> Rp. 5.000.000	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 6 : Hasil Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

#### a. *E-Money* (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	E-Money
X1.1	Pearson Correlation	1	.782**	.679**	.730**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.782**	1	.667**	.647**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.679**	.667**	1	.738**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.730**	.647**	.738**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
E-Money	Pearson Correlation	.896**	.870**	.878**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

### 2. Uji Reliabilitas

#### a. *E-Money* (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.904	4

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

b. Literasi Keuangan (X2)

1. Uji Validitas

		Correlations				Literasi Keuangan
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
X2.1	Pearson Correlation	1	.739**	.449**	.483**	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.739**	1	.403**	.538**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.449**	.403**	1	.582**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.483**	.538**	.582**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Literasi Keuangan	Pearson Correlation	.817**	.818**	.769**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

b. Literasi Keuangan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

c. Status Sosial (X3)

1. Uji Validitas

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Status Sosial
X3.1	Pearson Correlation	1	.414**	.453**	.685**	.753**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.414**	1	.671**	.397**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.453**	.671**	1	.490**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.685**	.397**	.490**	1	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Status Sosial	Pearson Correlation	.753**	.822**	.848**	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

c. Status Sosial (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	4

Case Processing Summary		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

d. Perilaku Konsumtif (Y)

1. Uji Validitas

		Correlations					Perilaku Konsumtif
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
Y.1	Pearson Correlation	1	.526**	.411**	.459**	.651**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.526**	1	.571**	.354**	.488**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.411**	.571**	1	.323**	.379**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.459**	.354**	.323**	1	.339**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.651**	.488**	.379**	.339**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.816**	.780**	.717**	.640**	.786**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Uji Reliabilitas

d. Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	5

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

## Lampiran 7 : Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.92251093
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.049
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Uji Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.843	2.991		1.954	.054		
	E-Money	.175	.141	.130	1.242	.217	.864	1.157
	Literasi Keuangan	.282	.130	.212	2.168	.033	.995	1.005
	Status Sosial	.148	.151	.103	.980	.329	.867	1.153

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

### 3. Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-1.345	1.771		-.760	.449
	E-Money	.067	.083	.087	.805	.423
	Literasi Keuangan	.129	.077	.168	1.679	.096
	Status Sosial	.006	.090	.007	.069	.945

a. Dependent Variable: LN\_RES

### Lampiran 8 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.843	2.991		1.954	.054
	E-Money	.175	.141	.130	1.242	.217
	Literasi Keuangan	.282	.130	.212	2.168	.033
	Status Sosial	.148	.151	.103	.980	.329

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

### Lampiran 9 : Hasil Uji Ketepatan Model

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 <sup>a</sup>	.087	.059	3.98333

a. Predictors: (Constant), Status Sosial, Literasi Keuangan, E-Money



## 2. Uji F (Simultan)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	145.777	3	48.592	3.062	.032 <sup>b</sup>
	Residual	1523.223	96	15.867		
	Total	1669.000	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Status Sosial, Literasi Keuangan, E-Money

## Lampiran 10 : Hasil Uji Hipotesis

### Uji T (Parsial)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.843	2.991		1.954	.054
	E-Money	.175	.141	.130	1.242	.217
	Literasi Keuangan	.282	.130	.212	2.168	.033
	Status Sosial	.148	.151	.103	.980	.329

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

## Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

#### Data Pribadi

Nama Lengkap : Ayu Daning Saputri  
Tempat/Tanggal Lahir : Karanganyar, 14 Januari 2001  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Manggung, RT03/RW07, Cangakan, Karanganyar  
No. Telp. : 082136349149  
e-mail : [ayudaning14@gmail.com](mailto:ayudaning14@gmail.com)

#### Pendidikan Formal

1. TK Al-Hidayah : Tahun 2005 - 2007
2. SD Negeri 01 Papahan : Tahun 2007 - 2013
3. SMP Negeri 05 Karanganyar : Tahun 2013 - 2016
4. MA Negeri 01 Karanganyar : Tahun 2016 - 2019
5. UIN Raden Mas Said Surakarta : Tahun 2019 – 2023

## Lampiran 12 : Cek Plagiasi

NEW_SKRIPSI_AYU_TANPA_LAMPIRAN.docx			
ORIGINALITY REPORT			
<b>29%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>19%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	<a href="http://eprints.iain-surakarta.ac.id">eprints.iain-surakarta.ac.id</a> Internet Source	7%	
2	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1%	
3	Submitted to Universitas Bengkulu Student Paper	1%	
4	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	1%	
5	<a href="http://lib.unnes.ac.id">lib.unnes.ac.id</a> Internet Source	1%	
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%	
7	Submitted to stipram Student Paper	1%	
8	<a href="http://repository.uinjambi.ac.id">repository.uinjambi.ac.id</a> Internet Source	1%	
9	Submitted to Universitas Muhammadiyah Semarang Student Paper	1%	
10	<a href="http://journal.uny.ac.id">journal.uny.ac.id</a> Internet Source	1%	
11	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	1%	
12	<a href="http://id.123dok.com">id.123dok.com</a> Internet Source	1%	
13	<a href="http://repository.unair.ac.id">repository.unair.ac.id</a> Internet Source	<1%	
14	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%	
15	Submitted to Southville International School Student Paper	<1%	

### Lampiran 13 : Dokumentasi

