

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM
SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Akademik Untuk Menyelesaikan Studi
Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara**

DIAJUKAN OLEH:

NAMA MAHASISWA : RAGIL PAHLAWAN
NPM : 71190311029
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
**KONSENTRASI : EKONOMI REGIONAL DAN
KEUANGAN DAERAH**



UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MEDAN

2023

LEMBAR PERSETUJUAN SKIRPSI

**PENGARUH BELANJA *ONLINE* DAN LITERASI KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

DIAJUKAN OLEH:

NAMA MAHASISWA : RAGIL PAHLAWAN
NPM : 71190311029
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S-1)
PROGRAM STUDI : EKONOMI PEMBANGUNAN
**KONSENTRASI : EKONOMI REGIONAL DAN KEUANGAN
DAERAH**

DISETUJUI OLEH:

Pembimbing I

Pembimbing II

(M. Sahnan, S.E.,M.M)

(Azhar Apriandi,S.E.,M.M)

Ketua Program studi

(Dr. Zulkifli Siregar,S.E.,M.Si)

TANGGAL SIDANG MEJA HIJAU:

UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

MEDAN

2023

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah hirabbil 'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala, yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna untuk memenuhi syarat mengikuti ujian Skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara dengan judul **Pengaruh Belanja Online dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara**. Shalawat beserta salam tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Selama proses pembuatan Skripsi ini penulis menyadari bahwa atas tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orangtua saya atas limpahan kasih sayang, do'a dan dukungan baik secara moril maupun materi. Terima kasih telah membesarkan, mendidik dan mengajarkan banyak hal. Terimakasih untuk semua hal baik yang sampai saat ini masih belum terbalaskan. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan ridho, nikmat, serta rahmatnya kepada orangtua.

2. Ibu Dr.Hj.Safrida.S.E.,M.Si selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara.
3. Bapak Dr.Nur M Ridha Tarigan, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatra Utara, semoga bapak selalu diberikan kemudahan oleh Allah SWT untuk membangun dan mengembangkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU dengan lebih baik lagi.
4. Bapak Dr. Zulkifli Siregar,S.E.,M.Si selaku ketua jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan yang telah memberikan pengarahan dan saran yang sangat berguna bagi Penulis, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Bapak M. Sahnan, S.E.,M.M dan Bapak Azhar Apriandi,S.E.,M.M selaku Dosen pembimbing saya, yang telah memberikan arahan serta motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyelesaian penyusunan Skripsi ini.
6. Seluruh Jajaran Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berguna dan berharga dalam menyampaikan materi selama perkuliahan.
7. Seluruh jajaran Staff Administrasi di Fakultas ekonomi yang telah membantu Penulis dalam mengurus segala kebutuhan administrasi selama masa perkuliahan.
8. Seluruh keluarga besar yang telah mendo'akan dan memberikan semangat dalam pengerjaan skripsi.
9. Teman-teman saya Aisyah, Sutan Pathum Pane, Parlagutan Lubis yang selalu memberikan dukungan untuk terus maju bersama-sama.

10. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan angkatan 2019, terima kasih untuk semua dukungan, momen kebersamaan, canda dan tawa. Semoga ini semua dapat menjadi momen serta pengalaman berharga bagi kita semua.

11. Semua pihak yang telah berjasa dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Hal ini dikarenakan keterbatasan kemampuan pada diri penulis. Pada akhirnya Penulis berharap semoga Skripsi ini memberikan manfaat bagi pihak yang berkepentingan. Untuk itu penulis akan menerima dengan senang hati segala kritis dan saran yang diberikan oleh pembaca untuk memperbaiki dan menyempurnakan skripsi.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Mei 2023

Penulis

Ragil Pahlawan

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	9
1.3 Batasan dan Rumusan Masalah	9
1.3.1 Batasan Masalah	9
1.3.2 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Uraian Teoritis	12
2.1.1 Teori Perilaku Konsumtif	12
2.1.2 Pengertian Belanja Online	14
2.1.3 Pengertian Literasi Keuangan	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19
2.3 Kerangka Konseptual	20
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Lokasi, Objek, dan Waktu Penelitian	24

3.1.1 Lokasi	24
3.1.2 Objek Penelitian	24
3.1.3 Waktu Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel/Sumber Data	25
3.2.1 Populasi Penelitian	25
3.2.2 Sampel/Sumber Data Penelitian	26
3.3 Operasional Variabel	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5 Teknik Analisis Data	29
3.5.1 Uji Validitas	30
3.5.2 Uji Reabilitas	30
3.5.3 Uji Asumsi klasik	30
3.5.4 Regresi Linear Berganda	32
3.5.5 Pengujian Hipotesis	33

**BAB IV GAMBARAN UMUM FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA 35**

4.1 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Sumatera Utara.....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Islam Sumatera Utara	35
4.1.2 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi Dan Bisnis	36
4.2 Struktur Organisasi	37
4.2.1 Visi (Wijhah) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas	

Islam Sumatera Utara.....	38
4.2.2 Misi (Khiththah) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.....	38
BAB V ANALISIS DAN EVALUASI	39
5.1 Analisis Data.....	39
5.1.1 Karakteristik Responden.....	39
5.1.2 Deskripsi Data Variabel X-Y.....	43
5.1.3 Hasil Uji Data	48
5.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	51
5.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54
5.1.6 Uji Hipotesis	55
5.2 Evaluasi Data	57
5.2.1. Pengaruh Belanja <i>Online</i> terhadap Perilaku Konsumtif	57
5.2.2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.....	58
5.2.3. Pengaruh Belanja <i>Online</i> dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif	60
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1 Kesimpulan	62

6.2 Saran 63

DAFTAR PUSTAKA..... 65

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Tingkat Penetrasi Kontribusi Internet Berdasarkan Pulau Pada Periode 2021-2022	2
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu	19
Tabel III.1	Waktu Penelitiian	25
Tabel III.2	Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi T.A 2021/2022	26
Tabel III.3	Penetapan Skor Atas Jawaban Angket	29
Tabel V.1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
Tabel V.2	Responden berdasarkan Usia	41
Tabel V.3	Responden berdasarkan Asal Program Studi	42
Tabel V. 4	Responden berdasarkan Asal Angkatan	43
Tabel V.5	Deskripsi Data Variabel X_1 , X_2 dan Y	44
Tabel V.6	Keputusan Validitas Variable Belanja Online (X_1)	49
Tabel V.7	Keputusan Validitas Variable Literasi Keuangan (X_2)	49
Tabel V.8	Keputusan Validitas Variable Perilaku Konsumtif (Y)	50
Tabel V.9	Reliability Statistics	51
Tabel V.10	Tabel Uji Normalitas	52
Tabel V.11	Tabel Uji Multikolinearitas	53
Tabel V.12	Tabel Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel V.13	Tabel Regresi Linier Berganda	54

Tabel V.14	Tabel Uji Dterminasi (R^2)	55
Tabel V.15	Tabel Uji Hipotesis (t)	56
Tabel V.16	Tabel Uji Simultan (F)	57

DAFTAR GAMBAR

I.1	Data Pengunjung Website E-Commerce Terbanyak	4
II.1	Kerangka Konseptual	20

DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. (2013) *Teori-Teori Pembangunan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi dan Pertumbuhan wilayah*, cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Aditya, Christian. Kusmantini, Titik. Liestyana, Yuli. (2020). *Analisis Faktor-Faktor Yangmempengaruhipenentu Belanja Online*. *Dialektika Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, Vol. 5 No. 2. 130-142.
- Aini, Farhatul. (2020). *Lembar Pengesahan Pembimbing Pengaruh Perkembangan E-Commerce Dan Infrastruktur Telekomunikasi Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Aini, Firda Nur., & Susanti. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kepercayaan, dan Keamanan Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 10 No. 11
- Anifah, Siti (2020) *Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga)*
- Budiwati, N. (2014). *Analisis Literasi Ekonomi dan Perilaku Konsumen*. Disertasi. Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Chalisa, Devia. (2021). *Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Uin Ar-Raniry Banda Aceh)*, Banda Aceh: UIN Ar-raniry.
- Dianingsih, Fera Rian, (2020) *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Dan Fasilitas Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntansi Syariah Di IAIN Surakarta*. Skripsi. IAIN Surakarta
- https://apjii.or.id/berita/d/apjii-di-indonesia-digital-outlook-2022_857
- <https://feb.uisu.ac.id/sejarah-singkat/>
- <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>
- <https://www.uisu.ac.id/sejarah/>

- Iqbal, Muh Ibnu. (2020). *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Manado*, Manado: IAIN Manado.
- Mujahidah, A. Nooriah (2020). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makassar)*. S1 Thesis, Universitas Negeri Makassar.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103-110. Retrieved from <http://ejurnal.id/index.php/jsm/article/view/173>
- Ramadhani, Indah. (2018). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berbelanja Online Dikalangan Mahasiswa Iain Padangsidempuan Khususnya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Padangsidempuan: IAIN Padangsidempuan.
- Rohini, Desti (2018) *Pengaruh Belanja Online di Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Sswa-Siswi SMA Muhammadiyah Imogiri Bantul*. Skripsi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Shidarta, I., & Suzanto, B. (2015). *Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta Perilaku Konsumen Pada E-commerce*. *Jurnal Computech dan Bisnis*, 9(1), 23-36.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum warahmatullahi wabarokatuh

Kuesioner ini berkaitan dengan pemahaman dan intensi Saudara/i dalam Belanja *Online*, Pengelolaan Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Hasil dari Kuesioner ini akan menjadi data untuk penelitian dengan judul "**Pengaruh Belanja Online dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara**". Penelitian ini dilakukan oleh Ragil Pahlawan, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sumatera Utara.

Terima kasih saya ucapkan atas kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Nama Lengkap :

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Program Studi :

Angkatan : 2019/ 2020/ 2021/ 2022 (pilih salah satu)

Usia :

Keterangan Pengisian

1 = Sangat Setuju

4 = Tidak Setuju

2 = Setuju

5 = Sangat Tidak Setuju

3 = Kurang Setuju

VARIABEL X₁

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya memilih berbelanja online karena mudah dijangkau					
2	Saya berbelanja online karena tersedia banyak pilihan metode pembayaran					
3	Berbelanja online memudahkan proses pencarian barang yang akan dibeli					
4	Belanja online selalu memberikan pelayanan yang berkualitas					
5	Saya memilih belanja online karena saya bisa melakukan pembelian kapan saja selama 24 jam					
6	Saya melakukan belanja online karena saya bisa mendapatkan informasi produk secara online					
7	Saya melakukan belanja online karena tersedia banyak pilihan produk dan penawaran terbaik					
8	Belanja online memberikan fasilitas berupa kemudahan dalam membandingkan harga					
9	Saya berbelanja online karena bisa mendapatkan ulasan mengenai produk yang akan saya beli					
10	Saya berbelanja online untuk membeli produk yang unik atau produk yang belum tersedia di toko konvensional.					

VARIABEL X₂

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	saya membuat catatan kecil setelah melakukan pembelanjaan					
2	Saya mampu membuat catatan keuangan					
3	saya menyisihkan uang untuk ditabung demi keperluan yang mendesak sewaktu -waktu apabila diperlukan					
4	Saya mengetahui investasi jangka panjang					
5	Saya mengetahui cara mencapai kesejahteraan dan memenuhi tujuan keuangan					
6	Jika saya memiliki uang, maka saya berusaha untuk hemat dalam pengeluaran anggaran					
7	Saya menyisihkan sebagian uang yang saya miliki untuk kebutuhan yang tak terduga					
8	Saya akan mengevaluasi setian investasi yang akan saya lakukan					
9	Saya akan menganalisis keuntungan dan kerugian jika saya berhutang					
10	Saya akan jelaskan cara untuk menghindari atau memperbaiki masalah utang kepada taman					

VARIABEL Y

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk karena keinginan					
2	Saya membeli produk karena kemasannya menarik					
3	Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi					
4	Membeli produk karena pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya					
5	Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain					
6	Saya membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri					
7	Membeli produk karena adanya iming-iming hadiah					
8	Membeli produk karena kemasannya menarik/lucu					

LAMPIRAN II: TANGGAPAN RESPONDEN**Tanggapan Responden Tentang Belanja Online (X₁)**

Resp	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL X1
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
7	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
8	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	45
9	5	4	4	3	5	4	4	4	4	3	40
10	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	42
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	45
14	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	38
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	41
17	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	41
18	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	45
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
21	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
22	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	40
23	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	44
24	5	4	2	3	5	3	3	3	3	3	34
25	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	46

54	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
55	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
56	4	4	4	5	4	4	5	5	2	3	40
57	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	44
58	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	46
59	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	44
60	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	46
61	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	46
62	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	45
63	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
64	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
66	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	45
67	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
70	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
71	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
72	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45
73	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
74	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
75	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
76	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	40
79	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
80	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
81	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47

82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
85	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
91	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Tanggapan Responden Tentang Literasi Keuangan(X₂)

Resp	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	TOTAL X2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	42
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
10	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	40
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	46

14	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
16	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	37
17	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	42
18	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	36
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
20	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	44
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
22	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5	44
23	3	5	5	5	5	5	5	5	1	5	44
24	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
25	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	38
26	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
30	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
32	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
35	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	46
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33

Tanggapan Responden Tentang Perilaku Konsumtif (Y)

Resp	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	TOTAL Y2
1	3	3	3	3	3	3	3	3	24
2	4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	3	3	2	2	2	3	3	4	22
4	5	3	5	5	5	5	5	5	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	3	4	3	3	3	3	3	3	25
8	4	4	4	4	3	4	2	4	29
9	4	3	3	3	2	2	2	2	21
10	3	3	2	2	1	3	3	3	20
11	4	3	2	3	2	3	3	3	23
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	3	3	5	3	3	4	4	30
14	3	3	2	3	2	2	3	3	21
15	5	5	5	5	5	5	5	2	37
16	2	4	1	3	1	1	1	4	17
17	5	3	4	4	4	3	3	3	29
18	3	3	2	3	2	2	2	3	20
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	5	3	3	3	3	4	3	4	28
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	3	2	2	3	3	3	3	3	22
23	3	1	3	1	1	1	1	1	12
24	5	3	3	3	3	3	3	3	26
25	4	3	4	4	4	4	2	2	27
26	2	2	4	4	4	3	2	2	23
27	4	4	3	3	3	3	3	3	26

58	4	5	5	5	4	5	5	5	38
59	5	4	5	5	5	4	5	5	38
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	5	5	4	4	4	4	4	4	34
62	5	4	5	5	4	5	5	5	38
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	5	3	3	3	3	3	3	5	28
65	3	4	3	3	3	3	3	4	26
66	4	4	5	5	4	5	5	5	37
67	4	5	5	5	5	5	5	4	38
68	4	4	5	5	5	5	5	5	38
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	4	4	4	4	4	4	32
76	4	4	4	4	3	4	2	4	29
77	4	4	4	4	3	3	3	4	29
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	5	4	3	4	3	3	2	4	28
80	4	4	4	4	3	3	4	4	30
81	5	5	3	3	3	4	4	5	32
82	5	5	3	3	3	2	5	5	31
83	5	5	3	2	2	2	5	5	29
84	5	5	2	2	2	2	5	5	28
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
82	5	5	2	2	5	5	5	5	34
87	4	3	4	3	4	4	4	4	30

88	5	5	5	5	5	5	5	4	39
89	5	5	4	4	4	4	4	4	34
90	5	5	5	5	5	5	4	4	38
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32
93	5	5	5	5	4	4	5	4	37

X2.4	Pearson Correlation	.499**	.331**	.567*	1	.649*	.506**	.467**	.461*	.404*	.525*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.5	Pearson Correlation	.573**	.469**	.476*	.649**	1	.596**	.568**	.338*	.272*	.440*	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.008	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.6	Pearson Correlation	.443**	.478**	.573*	.506**	.596*	1	.687**	.430*	.407*	.439*	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.7	Pearson Correlation	.330**	.562**	.729*	.467**	.568*	.687**	1	.578*	.352*	.459*	.789**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.8	Pearson Correlation	.427**	.533**	.480*	.461**	.338*	.430**	.578**	1	.532*	.417*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.9	Pearson Correlation	.455**	.237*	.363*	.404**	.272*	.407**	.352**	.532*	1	.401*	.617**
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000	.000	.008	.000	.001	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
X2.10	Pearson Correlation	.310**	.420**	.518*	.525**	.440*	.439**	.459**	.417*	.401*	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
LITERA SI_KEU	Pearson Correlation	.692**	.712**	.785*	.742**	.742*	.761**	.789**	.721*	.617*	.675*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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

Uji Validitas Y

		Correlations								PERILAKU_KONSU MTIF_Y
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	
Y.1	Pearson Correlation	1	.536**	.420*	.294**	.369*	.335**	.392**	.447*	.620**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.000	.001	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.2	Pearson Correlation	.536**	1	.406*	.369**	.375*	.499**	.613**	.489*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.3	Pearson Correlation	.420**	.406**	1	.741**	.656*	.648**	.438**	.287*	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.4	Pearson Correlation	.294**	.369**	.741*	1	.571*	.517**	.417**	.301*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000	.000	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.5	Pearson Correlation	.369**	.375**	.656*	.571**	1	.800**	.516**	.327*	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.6	Pearson Correlation	.335**	.499**	.648*	.517**	.800*	1	.640**	.421*	.830**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.7	Pearson Correlation	.392**	.613**	.438*	.417**	.516*	.640**	1	.607*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
Y.8	Pearson Correlation	.447**	.489**	.287*	.301**	.327*	.421**	.607**	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.003	.001	.000	.000		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93
PERILA KU_KO	Pearson Correlation	.620**	.714**	.786*	.726**	.790*	.830**	.788**	.647*	1

NSUMTI	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
F_Y	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

Uji Reliabilitas X₁

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.865	10

Uji Reliabilitas X₂

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.897	10

Uji Reliable Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	93	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.881	8

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.25720188
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.040
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	BELANJA_ONLINE_X1	.878	1.139
	LITERASI_KEUANGAN_X2	.878	1.139

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF_Y

3. Uji heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.605	3.730		1.771	.080
	BELANJA_ONLINE_X1	-.106	.079	-.149	-1.334	.185
	LITERASI_KEUANGAN_X2	.056	.068	.091	.813	.418

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Regresi Linier

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.915	6.374		.771	.443
	BELANJA_ONLINE_X1	.293	.136	.224	2.162	.033
	LITERASI_KEUANGAN_X2	.289	.117	.256	2.475	.015

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF_Y

UJI DETERMINASI (R)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 ^a	.155	.137	5.315

a. Predictors: (Constant), LITERASI_KEUANGAN_X2, BELANJA_ONLINE_X1

UJI HIPOTESIS (t)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	4.915	6.374		.771	.443
	BELANJA_ONLINE_X1	.293	.136	.224	2.162	.033
	LITERASI_KEUANGAN_X2	.289	.117	.256	2.475	.015

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF_Y

UJI SIMULTAN (F)**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	468.019	2	234.010	8.283	.000 ^b
	Residual	2542.712	90	28.252		
	Total	3010.731	92			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF_Y

b. Predictors: (Constant), LITERASI_KEUANGAN_X2, BELANJA_ONLINE_X1

Tabel r

df = (N-1)	Tingkat Signifikansi untukuji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi untuk uji Dua arah				
	0.01	0.05	0.02	0.01	0.001
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274