

BAB II

LANDASAN TEORI

1.1 Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengatur yaitu perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian dan penyimpanan dana keuangan sehari-hari (Kholilah dan Iramani, 2018). Munculnya Perilaku keuangan merupakan dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sesuai dengan tingkat pendapatan yang diperoleh (Kholilah dan Iramani, 2018).

Perilaku keuangan atau perilaku keuangan berhubungan dengan bagaimana seseorang memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang ada padanya. *Financial behavior* merupakan suatu ilmu yang mempelajari tingkah laku seorang individu tentang bagaimana memperlakukan sumber daya keuangannya dari berbagai tipe-tipe kepribadian individu dalam mengambil keputusan keuangan. Dari perilaku keuangan dapat dilihat bagaimana seorang individu dalam mengelola keuangannya. Perilaku keuangan mempelajari bagaimana manusia secara umum berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan, khususnya mempelajari bagaimana psikologi mempengaruhi keputusan keuangan, perusahaan dan pasar keuangan (Wicaksono, 2020).

Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari empat hal (Dew dan Xiao, 2011) yaitu :

1. Consumption

Konsumsi, adalah pengeluaran oleh rumah tangga atas berbagai barang dan jasa (Mankiw, 2013). Perilaku keuangan seseorang dapat dilihat dari bagaimana ia melakukan kegiatan konsumsinya seperti apa yang di beli seseorang dan mengapa ia membelinya (Ida dan Dwinta, 2020).

2. Cash-flow management

Arus kas adalah pengeluaran utama dari kesehatan keuangan yaitu ukuran kemampuan seseorang untuk membayar segala biaya yang dimilikinya, manajemen arus kas yang baik adalah tindakan penyeimbangan, masukan uang tunai dan pengeluaran. *Cash flow* management dapat diukur dari apakah seseorang membayar tagihan tepat waktu, memperhatikan catatan atau bukti pembayaran dan membuat anggaran keuangan dan perencanaan masa depan (Hilgert dan Hogarth, 2003).

3. *Saving and investment*

Tabungan dapat didefinisikan sebagai bagian dari pendapatan yang tidak dikonsumsi dalam periode tertentu. Karena seseorang tidak tahu apa yang akan terjadi masa depan, uang harus disimpan untuk membayar kejadian tak terduga. Investasi, yakni mengalokasikan atau menanamkan sumberdaya saat ini dengan tujuan mendapatkan manfaat di masa mendatang (Henry, 2019).

4. *Credit management*

Komponen terakhir dari *behavior finance* adalah credit management atau manajemen utang. Manajemen utang adalah kemampuan seseorang dalam memanfaatkan utang agar tidak membuat anda mengalami kebangkrutan, atau dengan lain kata yaitu atau pemanfaatan utang untuk meningkatkan kesejahteraannya (Sina, 2014).

2.2 *Financial Literacy*

secara umum adalah kegiatan baca tulis. Perkembangan abad ini menyebabkan masyarakat harus memiliki enam literasi dasar diantaranya Literasi Keuangan. Menurut UNESCO (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*) bahwa literasi merupakan rangkaian kesatuan dari kemampuan menggunakan kecakapan membaca, menulis, dan berhitung sesuai konteks yang diperoleh dan dikembangkan melalui proses pembelajaran dan penerapan di sekolah, keluarga, masyarakat, dan situasi lain yang relevan untuk remaja dan orang dewasa (Tim Gerakan Literasi, 2017). Keuangan merupakan suatu isu yang penting untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keberlangsungan hidup masyarakat. Literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai keuangan yang berguna untuk pengambilan keputusan pengelolaan keuangan. Terdapat berbagai penelitian dan lembaga yang mendefinisikan literasi keuangan secara berbeda.

Roestanto (2017) menyebutkan bahwa literasi keuangan adalah sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*) dan keyakinan (*confidence*) konsumen maupun masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik” Menurut Krisna (2020) literasi keuangan terjadi manakala seorang individu memiliki sekumpulan keahlian dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Menurut Gerakan Literasi Nasional (2017) “*financial literacy* adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman

tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat”.

Sedangkan Otoritas Jasa Keuangan (2017) menjelaskan bahwa “Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan”. Masyarakat tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga dan produk keuangan saja melainkan sikap pengelolaan keuangan agar lebih bijak dalam pengambilan keputusan sehingga berguna untuk meningkatkan kesejahteraan hidup. Sejalan dengan Otoritas Jasa Keuangan, Tim Gerakan Literasi Nasional (2017) menyatakan bahwa “literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat”.

Dari berbagai pengertian di atas bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan mengenai konsep-konsep keuangan yang mengarahkan individu untuk mengolah, merencanakan dan mengambil keputusan yang tepat sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan.

2.2.1 Aspek-aspek Literasi Keuangan

Dalam kehidupan sehari-hari dibutuhkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi. Pengelolaan keuangan meliputi pendapatan dan pengeluaran setiap individu. Literasi keuangan menurut Chen dan Volpe (1998) dibagi menjadi 4 (empat) aspek sebagai berikut.

1. *General personal Finance knowledge* Pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar keuangan pribadi.
2. *Saving and Borrowing* Pengetahuan yang berkaitan dengan tabungan dan pinjaman seperti penggunaan kartu kredit.
3. *Insurance* Pengetahuan dasar asuransi dan produk-produk asuransi seperti asuransi jiwa dan asuransi kendaraan bermotor.
4. *Investment* Pengetahuan tentang suku bunga pasar reksa dana dan risiko investasi.

Adapun menurut *The organisation for economic Co-operation and development* atau OECD (2017) terdapat 4 aspek literasi keuangan yaitu:

1. Uang dan Transaksi (*money and transactions*) Mencakup kesadaran mengenai berbagai bentuk dan tujuan pengelolaan transaksi keuangan seperti pembayaran, nilai uang, rekening bank dan kartu bank.
2. Perencanaan dan pengelolaan keuangan (*planning and managing finance*), Proses pengelolaan, perencanaan, dan pemantauan pendapatan dan pengeluaran serta memahami cara-cara meningkatkan kesejahteraan keuangan. Penggunaan kredit dan tabungan serta penciptaan kekayaan.
3. Risiko dan Keuntungan (*risk and reward*) Kemampuan untuk mengidentifikasi cara menyeimbangkan dan menutupi resiko serta pemahaman tentang keuntungan dan kerugian potensial dalam konteks keuangan dan produk keuangan, seperti pinjaman dengan bunga ataupun investasi.
4. *Financial Landscape* Berkaitan dengan karakter dan fitur dunia keuangan juga mencakup kesadaran akan peran regulasi dan perlindungan konsumen, mengetahui hak dan tanggung jawab konsumen serta implikasi utama kontrak keuangan.

2.2.2 Indikator *Financial Literacy*

Menurut Zahra dan Anoraga (2021), literasi keuangan adalah pengetahuan untuk mengelola keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan. Pengetahuan keuangan meliputi:

1. Money and transactions
Aspek ini membahas keuangan pribadi terkait pembayaran atau pengeluaran sehari-hari.
2. planning and financial management
Aspek ini membahas mengenai pendapatan dan kekayaan yang membutuhkan perencanaan dan pengelolaan yang baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang
3. risk and profit
Aspek ini membahas mengenai kemampuan dalam mengelolah, menyeimbangkan risiko dan pemahaman tentang keuntungan atau kerugian finansial.
4. financial landscape

Aspek ini membahas mengenai pemahaman atas hak dan kewajiban konsumen dan penjual.

2.3 *Financial Attitude*

Masyarakat modern saat ini dihadapkan pada kehidupan yang serba instan, membuat pola dan tindakan yang dilakukan menjadi kurang bijak terhadap pengelolaan keuangannya. Pada dasarnya, sikap manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, pendidikan dan factor lainnya. Termasuk bagaimana manusia dalam mengatur *financial management behavior* khususnya dalam mencapai target (*goals*) keuangannya sangat dipengaruhi oleh *financial attitude*-nya. *Financial Attitude* mengacu pada keadaan pikiran, pendapat, dan penilaian seseorang tentang keuangan jadi konsep ini sangat mempengaruhi keberhasilan keuangan seseorang. *Financial attitude* didefinisikan sebagai penerapan prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya yang tepat (Rajna, *et al.*, 2011). Sikap keuangan dapat diartikan sebagai keadaan pikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap keuangan pribadinya yang diaplikasikan kedalam sikap. Sikap keuangan adalah kecenderungan psikologis yang diekspresikan ketika mengevaluasi praktik manajemen keuangan yang direkomendasikan dengan beberapa tingkatan kesepakatan dan ketidaksepakatan (Wibowo & Dewi, 2021).

Sikap merupakan penggambaran kepribadian diri baik secara fisik maupun pikiran terhadap keadaan atau objek tertentu (Yulianti, 2018). Sedangkan attitude merupakan sikap terhadap objek, individu maupun peristiwa baik itu yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan (Budiono, 2017). Dengan kata lain sikap terhadap uang seseorang adalah bagaimana seseorang memiliki pandangan mengenai uang yakni uang sebagai sumber kekuatan dan kebebasan, prestasi, ataupun sumber kejahatan. Oleh sebab itu *Financial attitude* sangat berperan penting dalam menentukan *Financial management behavior* seseorang. *Financial attitude* dapat membentuk cara orang untuk menghabiskan, menyimpan, menimbun, dan membuang uang.

Dalam melakukan pengelolaan keuangan, *attitude* juga diperlukan agar memiliki keuntungan untuk masa depan baik dalam modal berinvestasi maupun untuk tabungan masa depan. *Financial attitude* merupakan pertimbangan secara psikologi terhadap kecenderungan dalam memperlihatkan rekomendasi praktek manajemen keuangan berdasarkan pernyataan setuju atau tidak setuju. *Financial attitude* lebih mengarahkan

kepada sebuah keyakinan dan kepercayaan yang berhubungan dengan bermacam konsep dasar keuangan individu seperti apakah pentingnya dalam melakukan penyimpanan uang atau menabung.

Financial attitude menjadi faktor yang signifikan bagi keberhasilan maupun kegagalan dalam mengelola keuangan agar yakin dalam melakukan pembuatan keputusan keuangan yang tepat. Membentuk *financial attitude* yang baik akan memudahkan dalam melakukan pengelolaan keuangan dan apabila tidak, akan berdampak pada perilaku keuangan yang buruk yang dapat menyebabkan berbagai persoalan yang tidak diinginkan terjadi. Hal inilah yang menyebabkan *financial attitude* menjadi salah satu penentu yang membuat seseorang berbeda dengan yang lainnya karena pengaruh dari perilaku keuangan seseorang (Sina, 2018).

Individu yang memiliki *financial attitude* dapat menentukan bagaimana sikap dan perilaku mengenai hal yang berhubungan dengan keuangan seperti pengelolaan, penganggaran maupun keputusan yang akan diambil. Hal ini dikarenakan adanya tujuan yang dicapai dalam merencanakan keuangan baik dalam jangka panjang maupun dalam jangka pendek. Selain itu individu juga memiliki *attitude* yang berbeda dalam melakukan pengelolaan keuangan karena individu berada dalam kondisi keuangan dan target keuangan yang berbeda satu dengan yang lainnya (Yulianti, 2018).

2.3.1 Indikator *Financial Attitude*

Financial attitude seorang individu dapat diukur yaitu:

1. Kualitas
Berbicara tentang uang merupakan sebuah simbol kesuksesan atau simbol kualitas hidup yang mencerminkan prestasi seseorang.
2. Kecemasan
berbicara tentang kecemasan individu terhadap ketidakcukupan uang yang dimilikinya
3. Obsesi
merujuk pada pola pikir seseorang tentang uang dan persepsinya tentang masa depan untuk mengelola uang dengan baik.

2.4 *Lifestyle*

Gaya hidup adalah pola hidup dari individu di dunia yang di ekspresikan melalui

aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut (Kanserina, 2020). Gaya hidup terbentuk dari individu masing-masing gaya hidup terlihat dari aktivitas seseorang yang dilakukan secara rutin dan apa yang dipikirkan dari individu tersebut. Gaya hidup setiap orang menunjukkan pada ekspresi akan situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap, harapan (Hariyanto, 2015). Gaya hidup merupakan atau menunjukkan seseorang bagaimana orang hidup, bagaimana orang membelanjakan uang mereka, dan bagaimana orang mengalokasikan waktunya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan pola seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang dan bagaimana mengalokasikan waktu (Mowen dan Minor, 2018).

Gaya hidup merupakan gambaran tingkah laku dan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (Kusnandar dan Kurniawan, 2018). Menurut Minor dan Mowen (2017), gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Menurut Setiadi (Hariyono, 2015) gaya hidup digolongkan bagaimana orang menghabiskan aktivitas waktu mereka, ketertarikan yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga lingkungan. Menurut pendapat Engel (Hariyono, 2015) gaya hidup atau lifestyle adalah pola hidup, penggunaan dan waktu yang dimiliki seseorang. Menurut Suryani (2018) gaya hidup menunjukkan bagaimana cara seseorang mengalokasikan pendapatnya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika seseorang memilih dalam satu kelompok jenis produk yang ada. Menurut Suyanto (2018) gaya hidup berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.

Gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup manusia dalam dunia yang dilakukan dalam aktivitas, minat, dan opini (Setiawan, 2019) Sedangkan menurut Suyanto (2017) gaya hidup adalah kegiatan yang berhubungan dengan upaya membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain.

Dari definisi yang diuraikan dapat disimpulkan, gaya hidup adalah kegiatan seseorang dalam hidup menurut kepribadian dengan upaya membuat diri eksis dan berbeda dari kelompok lain.

2.4.1 Indikator *Lifestyle*

Menurut Schiffmann dan Kanuk (2015), mengungkapkan indikator gaya hidup adalah:

1. *Activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
2. *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen.
3. *Opinion* (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, moral, ekonomi,

2.5 *Locus Of Control*

Konsep tentang *Locus of control* pertama kali dikemukakan oleh Rotter (2016), seorang ahli teori pembelajaran. Rotter mengemukakan bahwa individu yang memiliki keyakinan yang stabil akan mendapatkan suatu hal penting pada situasi di dalam diri yang akan menentukan perilaku individu tersebut. Elemen utama dari teori yang dikemukakan oleh Rotter merupakan konsep eksternal atau internal dari reinforcement, atau *Locus of control*. Tindakan dari individu akan membuat kemunculan hasil akhir yang diinginkan internal *locus of control* atau tindakan yang dilakukan individu dari luar seperti kemampuan atau kekuatan pada hasil akhir yang diinginkan tersebut akan terjadi eksternal *locus of control*. Menurut Kreitner dan Kinicki (2018), mengemukakan *locus of control* adalah keyakinan seorang individu yang dapat mempengaruhi setiap kejadian yang terjadi didalam hidupnya. *Locus of control* dioperasikan sebagai konstruk internal dan eksternal yang mengukur keyakinan seseorang atas kejadian yang menimpa kehidupannya.

Pengertian pengendalian diri yang dikemukakan oleh Anggreini (2019) ialah pengendalian diri merupakan faktor psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak penting atau penting dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakininya. Widiana (2019) mengungkapkan pengendalian diri adalah perasaan bahwa

seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan. Pengendalian diri melibatkan tiga hal. Pertama, memilih dengan sengaja. Kedua, pilihan antara dua perilaku yang bertentangan; satu perilaku menawarkan kepuasan dengan segera, sedangkan perilaku yang lain menawarkan ganjaran jangka panjang. Ketiga, memanipulasi stimulus agar satu perilaku kurang mungkin dilakukan sedangkan perilaku yang lain lebih mungkin dilakukan.

Robbins (2018) mendefinisikan *locus of control* sebagai tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Individu yang memiliki *locus of control internal* adalah individu yang yakin bahwa mereka merupakan pemegang kendali atas apapun yang terjadi pada diri mereka. Sedangkan individu yang memiliki *locus of control* eksternal adalah individu yang yakin bahwa apapun yang terjadi pada diri mereka dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan atau kesempatan. Antara individu satu dengan yang lainnya memiliki *locus of control* yang berbeda-beda.

Locus of Control adalah cara pandang seseorang terhadap suatu peristiwa apakah dia dapat atau tidak dapat mengendalikan peristiwa yang terjadi padanya. Orientasi *Locus of Control* dibedakan menjadi dua, yakni *Locus of Control internal* dan *Locus of Control eksternal*. Rotter dalam Baker et.al (2017) individu dengan *Locus of Control* internal cenderung menganggap bahwa ketrampilan, kemampuan, dan usaha lebih menentukan apa yang akan mereka peroleh dalam hidup. Sedangkan individu dengan *Locus of Control* eksternal cenderung menganggap bahwa hidup mereka tergantung dari kekuatan luar individu seperti nasib, takdir, keberuntungan, dan orang lain yang berkuasa. Menurut Robbins (2008) *Locus of Control* diartikan sebagai persepsi seseorang tentang sebab-sebab keberhasilan atau kegagalan dalam melaksanakan pekerjaannya.

Sedangkan *locus of control* menurut Ermawati (2017) adalah sebuah keyakinan seseorang tentang keberadaan faktor yang dimilikinya terhadap keberhasilan dan kegagalan yang dialaminya serta situasi atau kejadian yang ada di dalam kehidupannya. Dari beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *locus of control* merupakan suatu keyakinan seseorang atas penyebab segala hal yang menentukan keberhasilan dan kegagalan dalam hidupnya.

2.5.1 Jenis- jenis *Locus Of Control*

Menurut konsep yang dikemukakan oleh Rotter mengenai *locus of control*, terdapat dua tipe *locus of control*, yaitu *locus of control internal* dan *locus of control eksternal*. Menurut Crider (Ghufron & Risnawati 2010) perbedaan karakteristik dari dua tipe tersebut, yaitu:

1. *Locus Of Control Internal*

- a. Pekerja keras
- b. Mempunyai inisiatif atau kreatifitas yang tinggi.
- c. Selalu berusaha untuk dapat memecahkan permasalahan.
- d. Berpikir efektif.
- e. Selalu punya persepsi bahwa usaha harus selalu dilakukan jika ingin mendapatkan kesuksesan.

2. *Locus Of Control Eksternal*

- a. Kurang punya inisiatif atau kreatifitas.
- b. Mudah menyerah
- c. Selalu berpikir jika ada suatu korelasi antara usaha dan kesuksesan.
- d. Kurang dalam mencari informasi.

2.5.2 Indikator *Locus Of Control*

Indikator yang digunakan pada penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sari (2021) yaitu

1. Kemampuan dalam mewujudkan ide adalah kemampuan dalam mewujudkan ide-ide.
2. Kemampuan dalam pengambilan keputusan keuangan adalah berhubungan dengan bagaimana seseorang melakukan tindakan dalam pengambilan keputusan.
3. Peran dalam mengontrol keuangan sehari-hari adalah berhubungan dengan kemampuan dan peran diri dalam mengontrol keuangan sehari-hari.

2.6 Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional. Hal tersebut senada dengan yang dikemukakan oleh Sumartono (Haryani, 2015) bahwa Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda. Atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang

ditawarkan atau membeli produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut. Intinya perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Menurut Dewi (2017) memaparkan bahwa perilaku konsumtif merupakan sebuah kegiatan konsumsi, konsumsi dalam kegiatan tersebut merupakan konsumsi yang berlebihan dimana hanya untuk mementingkan kepuasan semata bukan untuk memenuhi kebutuhan yang memang dibutuhkan. Sedangkan Tribuana (2020) mengemukakan bahwa “perilaku konsumtif merupakan perilaku yang lebih mementingkan untuk memenuhi hasrat keinginannya bukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan yang sangat dibutuhkannya. Seseorang yang cenderung konsumtif ketika membeli sesuatu bukan hanya untuk memenuhi kebutuhannya namun untuk mewujudkan keinginannya secara tidak terkendali atau tidak terencana”. Menurut Palo (2015) menyatakan bahwa “perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana”. Dari penjelasan beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku konsumsi barang atau jasa secara berlebihan, tidak terencana, tanpa adanya pertimbangan yang rasional, dan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan.

2.6.1 Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif timbul dari berbagai faktor yang melatarbelakangi seseorang berperilaku konsumtif. Triyaningsih (2015) menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu hadirnya iklan, konformitas dari kelompok referensi, gaya hidup, dan kepemilikan kartu kredit.

Libuana (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor diantaranya:

1. Faktor kebudayaan, terdiri dari : budaya, sub budaya, dan kelas sosial.
2. Faktor sosial, terdiri dari : kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status
3. Faktor pribadi, terdiri dari : usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian
4. Faktor psikologis, terdiri dari : motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap.

Dari faktor-faktor yang dikemukakan oleh Kolter dua diantaranya mempengaruhi

perilaku konsumtif penelitian ini yaitu, faktor pribadi dan psikologis. Gaya hidup merupakan salah satu faktor perilaku konsumtif kemudian kepribadian merupakan ciri bawaan yang biasanya digambarkan dengan kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kemampuan pertahanan diri. Adapun yang dimaksud pertahanan diri adalah kontrol diri. Faktor psikologis salah satunya adalah pengetahuan, sedangkan literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman mengenai keuangan maka literasi keuangan merupakan faktor psikologis.

2.6.2 Tipe-Tipe Perilaku Konsumtif

Menurut Moningka (2016) ada 3 tipe perilaku konsumtif, yaitu:

1. konsumsi adiktif (*addictive consumption*), yaitu mengkonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
2. konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), yaitu berbelanja secara terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya ingin dibeli.
3. pembelian Impulsif (*impulse buying atau impulsive buying*). Pada impulse buying, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.

Banyaknya supermarket di satu sisi memberi manfaat seperti memberi kesempatan kerja pada sekian banyak orang, mempercepat waktu perolehan barang yang dikehendaki dalam artian orang tidak perlu pergi jauh-jauh ke pusat kota untuk membeli produk. Supermarket atau mal juga dapat digunakan sebagai tempat refreasing, sehingga tidak mengherankan kalau semakin banyak orang yang memilih mal sebagai tempat rekreasi mereka. Suasana indah dan menarik akan selalu menjadi perhatian para pengelola supermarket atau para pemasar dalam rangka mempersuasi konsumen supaya melakukan pembelian atas produk ataupun jasa yang ditawarkan. Kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa keindahan dan kecantikan yang ditawarkan seringkali mendorong orang untuk melakukan pembelian (Indarjati, 2018).

Meningkatnya kecenderungan orang untuk berbelanja di supermarket atau mal mendorong terjadinya pembelian secara tiba-tiba atau pembelian impulsif sebagai contoh, ketika sedang jalan-jalan di mal seseorang melihat ada pakaian model baru yang terpajang bagus di etalase, supaya dirinya dinilai sebagai sosok yang selalu *up to date*, akhirnya memutuskan membeli meskipun ketika berangkat dari rumah tidak ada rencana untuk membeli pakaian. Kondisi ini menunjukkan bahwa produk-produk yang ditawarkan mampu memberikan pengaruh secara psikologis bagi

kehidupan pembelinya.

Verplanken dan Herabadi (2017) menyatakan bahwa *relative*-variabel yang ada dalam lingkungan belanja seperti kemasan produk, cara produk ditampilkan, aroma makanan, warna-warna yang menarik serta yang menyenangkan dapat menimbulkan motif pembelian atau mengarah pada keadaan *mood* yang positif. Beatty dan Ferrel (2017) menyatakan bahwa konsumen yang melakukan *window shopping* dapat menimbulkan *mood* positif dan dorongan untuk membeli. Keduanya dapat mempengaruhi evaluasi menyeluruh pada produk sehingga seringkali membuat konsumen membeli produk yang sebelumnya tidak direncanakan. Dari hasil penelitian Loudon dan Bitta (1993) membuktikan bahwa di pusat perbelanjaan sedikitnya satu produk dibeli tanpa perencanaan yang disebut dengan pembelian

2.6.3 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Gumulya dalam Sumartono (2017) perilaku konsumtif yaitu :

1. Perilaku pengorganisasian adalah pembelian yang dilakukan tanpa rencana
2. Perilaku pengeluaran adalah perilaku membeli dan menggunakan barang yang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas
3. Perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan penghematan
4. Perilaku boros adalah pembelian yang mengeluarkan uang yang lebih besar dari pada pendapatannya yang digunakan untuk

2.6.4 Pola Konsumtif pada Remaja

Menurut Koentjaraningrat (2019) bangsa Indonesia tergolong bangsa yang bergaya hidup boros bila dibandingkan dengan bangsa barat dimana apabila mendapatkan uang lebih biasanya uang tersebut akan disisakan untuk ditabung (bangsa barat), akan tetapi jika mendapat uang lebih akan membelanjakan uang yang dimiliki untuk mentraktir teman-temannya di restoran (bangsa Indonesia). Gaya hidup boros ini adalah gaya yang cukup menonjol di kalangan masyarakat Indonesia.

Menurut Widini (2020) ada beberapa cara untuk mengubah perilaku konsumtif sejak dini antara lain :

1. Menjelaskan manfaat uang pada anak

Adanya informasi yang mudah diterima melalui berbagai media tanpa

disadari anak akan mengikuti gaya hidup yang lagi ngetren, hal ini memicu anak berkeinginan untuk membeli barang tersebut, tanpa disadari akan menimbulkan perilaku konsumtif. Saat itulah perlunya dijelaskan manfaat uang pada anak. Ketika anak mengerti manfaat uang dengan sendirinya akan mampu membatasi dan mengontrol pengeluaran yakni membatasi hanya membeli barang yang benar-benar bermanfaat.

2. Menanyakan kebutuhan anak setiap semester

Pada setiap semester ditanyakan pada anak mengenai kebutuhannya maka kebutuhan anak akan terpenuhi tiap semesternya, sehingga anak akan belajar mengerti bagaimana cara mengelola keuangan, dan kelak mampu hidup dengan tepat guna yang berarti tepat sesuai kebutuhan dan berguna untuk kehidupannya.

3. Menjelaskan kebutuhan dan pengeluaran rumah tangga

Agar anak mengerti kebutuhan keluarga maka perlu dijelaskan kebutuhan dan pengeluaran rumah tangga untuk menghindari anak berpikiran relative kepada orang tua dan tidak membanding-bandingkan dengan orang tua teman anak.

4. Menjelaskan tentang pemasukan keluarga

Anak perlu mengetahui kapan orang tua mendapatkan pemasukan sehingga ketika anak menginginkan sesuatu bisa menyesuaikan dengan pemasukan sehingga tidak terjadi pengeluaran di luar kendali.

Menurut sejumlah penelitian para ahli, ada perbedaan perilaku membeli antara pria dan wanita yaitu :

1) Pola perilaku belanja pria :

- a. Membeli karena mudah sekali terpengaruh oleh bujukan penjual
- b. Sering tertipu karena tidak sabaran dalam memilih barang
- c. Mempunyai perasaan kurang enak atau malu jika tidak membeli sesuatu setelah memasukinya
- d. Kurang menikmati kegiatan berbelanja sehingga sering terburu-buru mengambil keputusan dalam membeli.

2) Pola perilaku belanja wanita :

- a. Lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada hal teknis dan kegunaannya.

- b. Tidak mudah terbawa arus bujukan penjual
- c. Menyenangi hal-hal yang subjektive dari pada obyektif
- d. Senang melakukan kegiatan berbelanja meskipun hanya *window shopping* (melihat-lihat saja tetapi tidak membeli)

2.6.5 Dampak Perilaku konsumtif

Kegiatan konsumsi yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku konsumtif masyarakat. Perilaku konsumtif ini bisa dilihat dari sisi positifnya yakni :

1. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan karena akan membutuhkan banyak tenaga kerja yang lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar
2. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.

Tumbuhnya pusat perbelanjaan menawarkan banyak fasilitas lengkap, memberikan kenyamanan, semua serba praktis sehingga memanjakan masyarakat, termasuk para pelajar. Banyak dijumpai siswa di mal-mal yang tujuannya tidak sekedar berbelanja namun menjadi sarana *representative* untuk menghabiskan waktu luang untuk sekedar cuci mata, dan nongkrong. Situasi dan kondisi tersebut membawa pengaruh konsumtif bagi siswa sebagai pengunjung. Produsen menawarkan berbagai produknya yang menggiring siswa untuk menghabiskan uang sakunya. Siswa dengan memiliki rasa gengsi dan demi penampilan di hadapan teman-temannya membuat siswa melakukan kebiasaan saling mentraktir, mengadakan pesta ulang tahun di mal atau kafe. Karakter manusia konsumtif cenderung boros, tidak bisa berhemat dan suka menghabiskan uang, bertolak belakang dengan manusia produktif yang suka berhemat, pekerja keras, dan menghasilkan sesuatu. Siswa berperilaku konsumtif mempunyai tabiat selalu menuntut dan meminta, bermental ketergantungan, royal, malas bekerja dan mudah sekali tersinggung. Orang yang produktif akan mengandalkan potensi diri, tahan uji, mampu berkreasi dan inovasi serta mampu menciptakan sesuatu untuk orang lain sehingga dapatt tercipta generasi tangguh dan mandiri.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat diketahui bahwa remaja memiliki potensi besar berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dilakukan para remaja

ataupun orang dewasa pada saat ini adalah suatu realita. Salah satu perilaku yang menyimpang yang kebanyakan dilakukan para remaja yakni membeli sesuatu yang bukan lagi sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup, akan tetapi lebih cenderung membicarakan masalah eksistensi diri.

Perilaku konsumtif remaja melanda semua kalangan baik di sekolah maupun di masyarakat. Adanya fenomena pengeluaran keuangan yang tinggi tidak berdasarkan kebutuhan tetapi berdasar keinginan maka diperlukan literasi keuangan yang baik akan menjadikan konsumen yang cerdas, dapat memilah barang, mengatur keuangan dengan baik dan merencanakan masa depan.

Uraian di atas mengindikasikan pentingnya pemahaman literasi keuangan yang baik untuk mencegah perilaku konsumtif keterkaitan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Kenyataan ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Samuel (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi skor literasi keuangannya maka perilaku konsumtifnya tidak terkendali, demikian juga sebaliknya.

2.7 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

No	Nama (Tahun)	Judul	Metode Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator	Hasil
1	Dhea dan Pandji (2021)	<i>The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior</i>	<i>test consisting of the T test, f test and the coefficient of determination</i>	<i>Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics, Consumptive Behavior</i>	<i>Lifestyle</i> 1. <i>Activities (activities)</i> 2. <i>Interests</i> 3. <i>Opinions</i> <i>Financial Literacy</i> 1. <i>Management</i> 2. <i>Knowledge</i> 3. <i>Payment Activities</i> <i>Social Demographics</i> 1. <i>Age</i> 2. <i>Gender</i> 3. <i>Income</i> <i>Consumptive Behaviour</i> 1. <i>Organizing behaviour</i> 2. <i>Expenditure</i>	<i>The results showed that there were positive influence of lifestyle variable on student consumptive behavior; positive influence of financial literacy variable on student consumptive behavior; and positive influence of social demographics on student consumptive behavior. The most dominant variable influencing consumptive behavior is variable X3 (social demographics) with</i>

					<i>behaviour</i> 3.Saving <i>behaviour</i> 4.Wasteful <i>behaviour</i>	<i>a regression</i> coefficient value of 0.510, followed by variable <i>X1</i> (lifestyle) and variable <i>X2</i> (financial literacy).
2.	Dyah dan Sri (2018)	Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji regresi linier berganda	<i>Financial Literacy</i> Perilaku Konsumtif (Y)	<i>Financial Literacy:</i> 1.Pengetahuan keuangan dasar 2.Simpanan dan pinjaman 3.Proteksi 4.Investasi <i>Financial behavior(X2)</i> 1. Membayar tagihan tepat waktu 2. Membuat anggaran pengeluaran dan belanja 3. Menyediakan dana untuk pengeluaran tak terduga 4. Menabung secara periodic 5. Membandingkan harga <i>Financial Attitude (X3)</i> 1. Obsession 2. Power 3. Effort 4. Retention 5. Security Demografi (X4) 1.Pendapatan Perilaku Konsumtif (Y) 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah 2. Membeli produk karena kemasan menarik 3. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi 4. Membeli produk karena pertimbangan harga 5. Membeli produk	berdasarkan olah data menggunakan SPSS 2.0 menunjukkan hasil bahwa variabel <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , Demografi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel <i>Perilaku Konsumtif</i> , hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansinya sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05

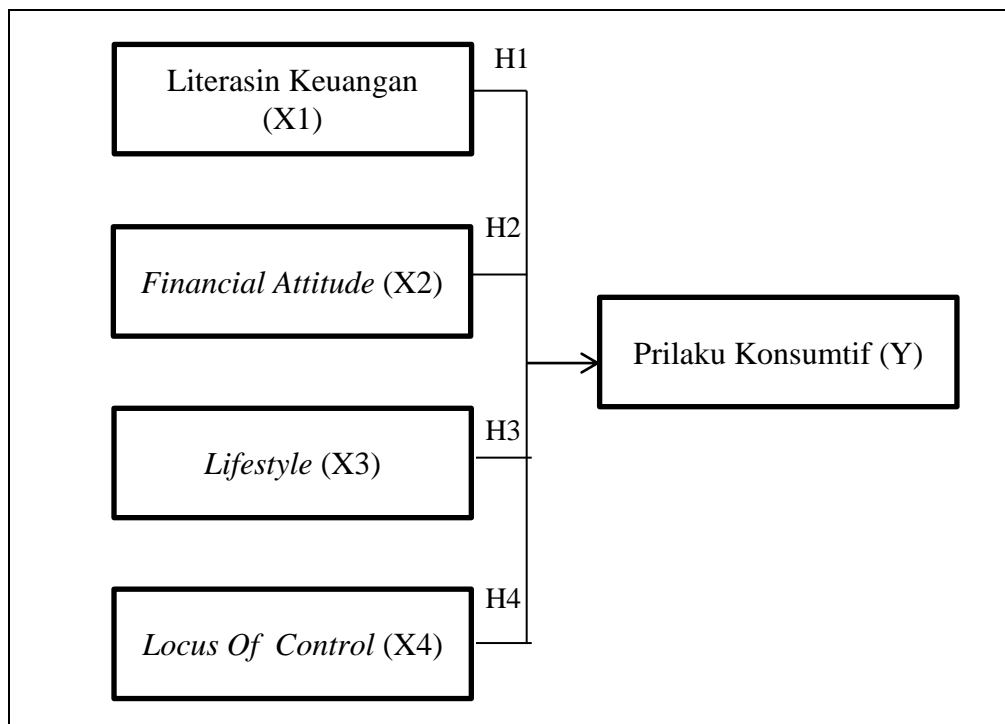
					<p>untuk menjaga simbiolisme</p> <p>6. Memakai produk karena mengidolakan modelnya</p> <p>7. Membeli produk dengan harga mahal</p> <p>8. Mencoba lebih dari satu produk</p>	
3	Dilasar at all (2020)	<p>pengaruh <i>Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control</i> Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang</p>	<p>Hasil Uji Asumsi Klasik Analisis Regresi Linier Berganda Dengan Program SPSS</p>	<p><i>Financial literacy</i> (X1) <i>Life style</i> (X2) <i>Locus of control</i> (X3) Demografi jenis kelamin (X4) Perilaku Konsumtif (Y)</p>	<p><i>Financial literacy</i> (X1) 1 Pengetahuan keuangan dasar 2 Simpanan dan pinjaman 3 Asuransi 4 investasi <i>Life style</i> (X2) 1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini <i>Locus of control</i> (X3) 1.kemampuan (Ability) 2.minat (interest) 3. usaha (effort) 4. nasib 5.keberuntungan 6.sosial ekonomi 7.pengaruh dari orang lain Demografi jenis kelamin (X4) a. Laki-laki b. Perempuan Demografi pendapatan (X5) a.RP. < 1.500.000 b.Rp. 1.500.000 – Rp 2.500.000 c. 2.500.000 – 3.500.000 d.Rp 3.500.000 – 4.500.000 e.Lebih dari Rp 4.500.000 Perilaku Konsumtif (Y) 1.Membeli produk karena iming-iming hadiah 2.Membeli produk karena kemasannya menarik 3.Membeli produk</p>	<p>Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel <i>financial literacy, life style, locus of control, demografi</i> (jenis kelamin), dan demografi (pendapatan) terhadap perilaku konsumtif.</p>

					<p>demi menjaga penampilan diri dari gengsi</p> <p>4.Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya</p> <p>5.Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.</p> <p>6.Memakai produk karena mengidolakan model yang mengiklankan</p> <p>7.Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi</p> <p>8.Mencoba lebih dari dua produk sejenis.</p>	
4	Imawati (2013)	Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program Ips Sma Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013	uji prasyarat analisis, uji normalitas dengan uji Kolomogrov Smirnov, uji heterokedastisit as dan uji linieritas.	X1 : <i>Financial Literacy</i> Y : Perilaku Konsumtif	<p>Indikator Literasi Keuangan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uang dan transaksi 2. Perencanaan dan pengelolaan kaeuangan 3. Risiko dan keuntungan 4. Financial landscape <p>Indikator Perilaku Konsumtif:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian impulsife 2. Pemborosan 3. Pencari kesenangan 4. Penskoran 	<i>financial literacy</i> memiliki pengaruh sebesar -0,464 terhadap perilaku konsumtif siswa dengan signifikansi negatif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa <i>financial literacy</i> cukup berpengaruh dimana ketika <i>financial literacy</i> meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun. Hal ini didukung dengan hasil analisis regresi yaitu apabila <i>financial literacy</i> remaja dinaikkan 1 maka perilaku konsumtifnya akan menurun sebesar 0, 472.
5	Ariadi (2018)	Analisa Hubungan <i>Financial Literacy</i> dan	uji normalitas dengan uji Kolomogrov Smirnov, uji	X1 Financial Literacy X2demogra	<p>Financial Literacy</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Management 2. Knowlage 3. Payment 	ketiga variabel yaitu tingkat <i>financial literacy</i> , jenis kelamin dan

		Demografi Dengan Investasi, Saving dan Konsumsi	heterokedastisitas dan uji linieritas.	fi X3 investasi Y1 saving konsumsi	Activity Demografi 1 Age 2 Gender 3 Income Investasi	<i>allowance</i> mempunyai hubungan dengan investasi, saving dan konsumsi pada mahasiswa UKP Fakultas Ekonomi angkatan 2011 sampai 2013
6	Laily (2019)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan	uji normalitas dengan uji Kolomogrov Smirnov, uji heterokedastisitas dan uji linieritas.	X1 Financial Literacy X2 financial management Y college student's behavior	Literasi keuangan: 1. Uang dan transaksi 2. Perencanaan dan pengelolaan kaeuangan 3. Risiko dan keuntungan 4. Financial landscape Financial Manajemen: 1. Uang 2. Manajemen kredit 3. Tabungan dan investasi	literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa akan tetapi <i>gender</i> , usia, kemampuan akademis dan pengalaman kerja tidak terbukti memiliki korelasi dengan perilaku keuangan mahasiswa. Hasil temuan penelitian ini menunjukkan

2.8 Kerangka Pikir

Variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah variabel literasi keuangan, pendapatan sebagai variabel bebas, sedangkan variabel dependennya adalah perilaku konsumtif. Hubungan antara variabel secara skematik dapat dilihat pada gambar berikutini.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

1. *Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif*

Literasi Keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif mahasiswa. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin rendah. Pada perilaku konsumtif, responden menggunakan skala prioritas saat akan membeli barang dan jasa.

2. *Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif*

Setiap individu khususnya mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang lebih cenderung mempresepsikan uang sebagai alat untuk memenuhi segala keinginan yang dimiliki secara otomatis akan menimbulkan keinginan untuk membelanjakannya.

3. *Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif*

Gaya hidup mahasiswa saat ini sangat cenderung konsumtif sehingga mereka tidak mampu dalam mengontrol keuangannya sendiri. Oleh karena itu dengan semakin berlebihan gaya hidup (*lifesyle*) individu maka perilaku konsumsinya akan semakin konsumtif. Gaya hidup (*lifestyle*) mahasiswa akan selalu berhubungan dengan setiap aktivitas, minat dan opininya hai ini berkaitan dengan aktivitas mereka sehari hari dengan lingkungannya

4. *Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif*

Perilaku mahasiswa berhubungan dengan *locus of control*, mahasiswa memiliki karakteristik yang berbeda-beda oleh sebab itu mahasiswa yang mempunyai *locus of*

control internal mereka akan cenderung bersikap hemat, sedangkan mahasiswa yang mempunyai *locus of control* eksternal mereka akan cenderung boros, namun di dalam era digital ini pada kenyataannya mahasiswa masih sulit untuk mengendalikan dirinya sendiri dalam mengelola keuangannya,

2.9 Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu ide untuk mencari fakta yang harus dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2017) hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini, serta tujuan teori yang telah diuraikan sebelumnya, adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.9.1 Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi setiap individu untuk menghindari masalah keuangan karena individu sering dihadapkan pada *trade off*, yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan satu kepentingan demi kepentingan yang lain. Masalah *trade off* terjadi karena seseorang dibatasi oleh kemampuan finansial (pendapatan) untuk memperoleh semua barang yang diinginkan. Literasi keuangan mempengaruhi hampir semua aspek yang berkaitan dengan perencanaan dan pengeluaran uang seperti pendapatan, penggunaan kartu kredit, tabungan, investasi, pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan keuangan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Imawati (2018) menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah cenderung membuat keputusan yang tidak produktif, menggunakan uang untuk tujuan yang tidak berguna. menurut Pulungan dan Febriaty (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif

H1: *Financial Literacy* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

2.9.2 Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap Perilaku Konsumtif

Masyarakat modern saat ini dihadapkan pada kehidupan yang serba instan, membuat pola pikir dan tindakan yang dilakukan menjadi kurang bijak terhadap pengelolaan keuangannya. Pada dasarnya, sikap manusia sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga, pendidikan dan faktor lainnya. Termasuk bagaimana manusia dalam mengatur financial management behavior khususnya dalam mencapai target (goals) keuangannya sangat dipengaruhi oleh financial attitude-nya. Financial Attitude mengacu pada keadaan pikiran, pendapat, dan penilaian seseorang tentang keuangan jadi konsep ini sangat mempengaruhi keberhasilan keuangan seseorang. Dari hasil penelitian Heni (2017), bahwa *Financial Attitude* berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya bahwa meningkatnya *financial attitude* dapat menaikkan pula perilaku konsumtif. Namun, hal ini tidak sejalan dengan penelitian Prihastuty (2020) bahwa *Financial Attitude* berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif. Artinya *Financial attitude* mempunyai peran dalam pembelian kompulsif di kalangan mahasiswa. Dengan artian seseorang khususnya mahasiswa yang memiliki sikap terhadap uang lebih cenderung mempresepsikan uang sebagai alat untuk memenuhi segala keinginan yang dimiliki, secara otomatis akan menimbulkan keinginan untuk membelanjakan uangnya.

H2 : *Financial Attitude* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

2.9.3 Pengaruh *Lifestyle* Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup adalah pola hidup dari individu di dunia yang di ekspresikan melalui aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut (Kanserina, 2015). Gaya hidup terbentuk dari individu masing-masing gaya hidup terlihat dari aktivitas seseorang yang dilakukan secara rutin dan apa yang dipikirkan dari individu tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan (2018) menunjukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin mewah *hedonisme* gaya hidup maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mereka. Febriaty (2018) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

H3: Lifestyle berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

2.9.4 Pengaruh Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif

locus of control atau tindakan yang dilakukan individu dari luar seperti kemampuan atau kekuatan pada hasil akhir yang diinginkan tersebut akan terjadi *locus of control*. Menurut Kreitner dan Kinicki (2018), mengemukakan *locus of control* adalah keyakinan seorang individu yang dapat mempengaruhi setiap kejadian yang terjadi didalam hidupnya. *Locus of control* dioperasikan sebagai konstruk internal dan eksternal yang mengukur keyakinan seseorang atas kejadian yang menimpa kehidupannya. Dalam penelitian Wasti (2022) menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan *locus of control* pada perilaku pengelolaan keuangan pada mahasiswa baru tahun 2021 program studi manajemen Universitas Muhammadiyah Gresik. Adanya pengaruh positif menunjukkan apabila baiknya *locus of control* yang dimiliki oleh mahasiswa maka makin baik perilaku mengelola keuangan begitupun sebaliknya. Hal ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian Hidayah dan Prasetya (2018) yang menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini berarti apabila *locus of control* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun begitupun sebaliknya.

H4 : Locus Of Control berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.