

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Data Deskripsi

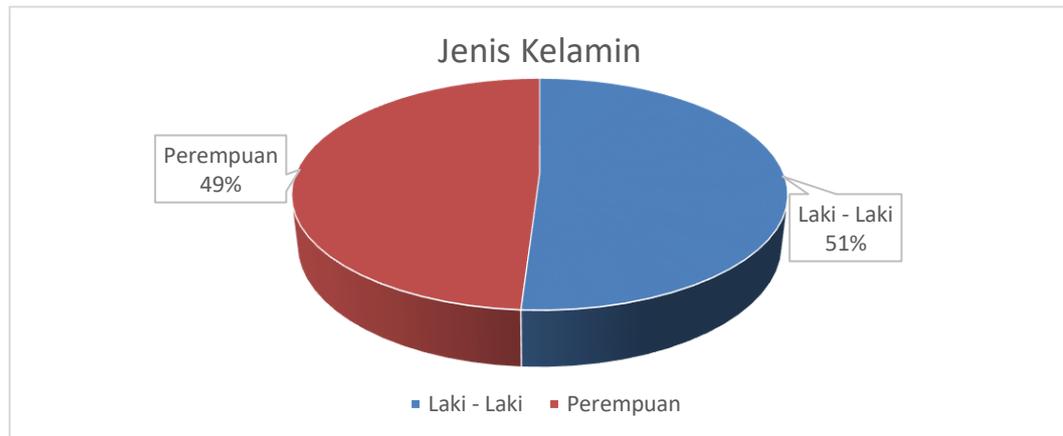
Deskripsi data adalah proses menyajikan informasi dan karakteristik tentang data yang telah dikumpulkan dari responden atau objek penelitian. Tujuan dari deskripsi data adalah memberikan gambaran tentang variabel penelitian, sehingga peneliti dapat memahami karakteristik dan distribusi data yang digunakan dalam analisis. Dalam penelitian ini deskripsi data digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik responden yang menjadi sampel, meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan atau pendapatan, Seberapa sering menggunakan *E-Commerce* untuk belanja produk fashion dalam sebulan. Uraian data ini dapat berupa tabel, grafik, atau ringkasan statistik yang memuat nilai mean, median, standar deviasi, dll. untuk setiap variabel.

#### 4.2 Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah Gen Z yang usia 18-25 tahun di Bandar Lampung. Subjek penelitian ini adalah Gen Z yang mengikuti tren fashion, memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan seperti membuat anggaran dan menabung. Jumlah responden penelitian ini adalah 100 Gen Z di Bandar Lampung, setelah data dikumpulkan dari responden melalui kuesioner, langkah selanjutnya adalah menganalisis data untuk mendapatkan informasi yang relevan.

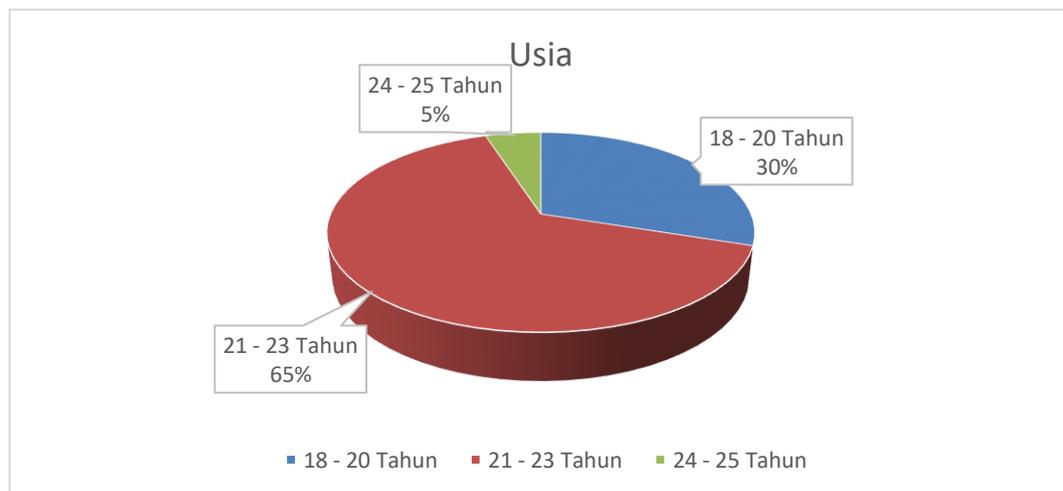
##### 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini peneliti akan membuktikan hipotesis yang diajukan dan penelitian dilakukan pada Gen Z di Bandar Lampung, untuk data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Grafik 4.1 Karakteristik berdasarkan Jenis Kelamin**

*Sumber : Hasil data diolah, Tahun 2025*

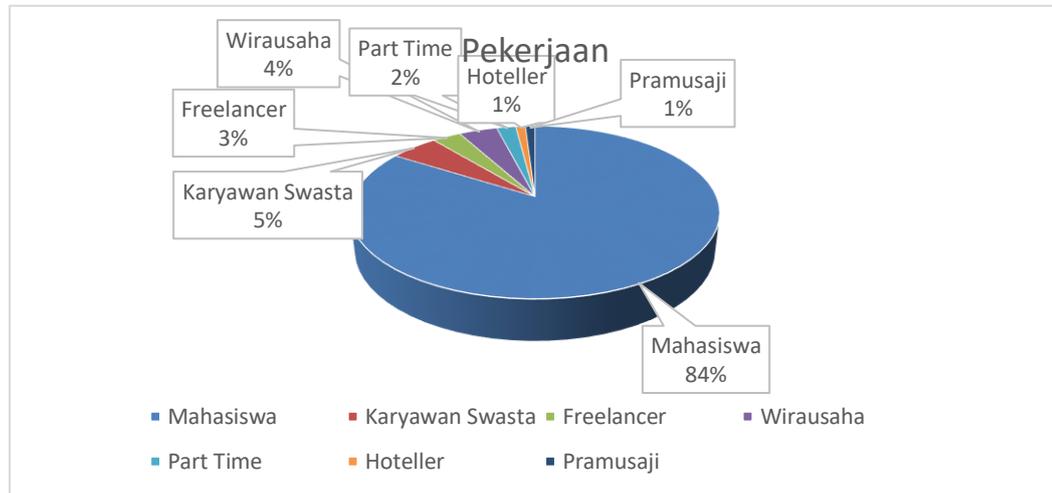
Berdasarkan data pada grafik 4.1 dapat disimpulkan bahwa Gen Z di Bandar Lampung dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 51 responden (51%), Gen Z di Bandar Lampung dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 49 responden (49%), sehingga dapat diketahui jenis kelamin didominasi laki-laki yaitu sebanyak 51 responden (51%).

**Grafik 4.2 Karakteristik berdasarkan Usia**

*Sumber : Hasil data diolah, Tahun 2025*

Berdasarkan data pada grafik 4.2, disimpulkan bahwa, usia yang termuda Gen Z di Bandar Lampung yang paling mendominasi adalah 21-23 Tahun yaitu sebanyak 65 responden (65%) dan Gen z, dan paling terendah adalah usia 24-25 Tahun yaitu sebanyak 5 responden (5%).

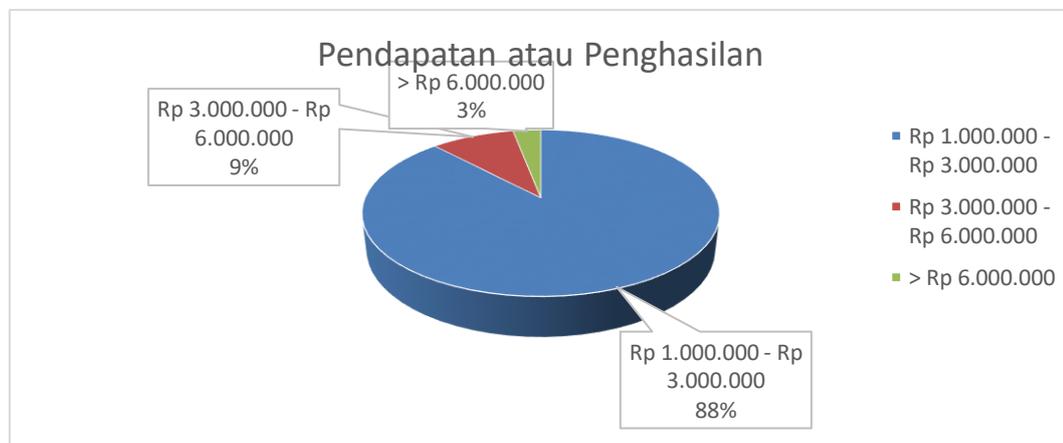
**Grafik 4.3 Karakteristik berdasarkan pekerjaan**



*Sumber : Hasil data diolah, Tahun 2025*

Dari data Grafik 4.3, di karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, yang paling mendominasi adalah Mahasiswa sebesar 84% atau sebanyak 84 orang, dan yang terendah adalah Hoteller dan Pramusaji yaitu sebesar 1% atau sebanyak 1 orang.

**Grafik 4.4 Karakteristik berdasarkan Pendapatan atau Penghasilan**



*Sumber : Hasil data diolah, Tahun 2025*

Dari data Grafik 4.4, di karakteristik responden berdasarkan Pendapatan atau Penghasilan, yang paling tinggi adalah Rp. 1.000.000 – 3.000.000 sebesar 88% atau sebanyak 88 orang, dan yang terendah adalah penghasilan perbulan Rp. > 6.000.000 yaitu sebesar 3% atau sebanyak 3 orang.

**Grafik 4.5 Karakteristik berdasarkan Penggunaan E-Commerce untuk belanja produk fashion dalam sebulan**



*Sumber : Hasil data diolah, Tahun 2025*

Dari data Grafik 4.5, di karakterisrik responden berdasarkan Penggunaan E-Commerce untuk belanja produk fashion dalam sebulan, yang paling tinggi adalah sering (2-5 kali) sebesar 43% atau sebanyak 43 orang, dan yang terendah adalah sangat sering (>5 kali) yaitu sebesar 36% atau sebanyak 36 orang.

### 4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

Menurut Ismail (2021), analisis deskriptif tersebut dijabarkan dalam rentang skala sebagai berikut:

$$RS = \frac{m - n}{B}$$

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = Jumlah Skor Tertinggi

n = Jumlah Skor Terendah

B = Jumlah Kategori

yang dibuat Perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

$$RS = \frac{6 - 1}{6} = 0,71$$

Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

5,17 – 6,00 = Sangat Tinggi

5,16 – 4,33 = Tinggi

4,32 – 3,49 = Sedang

3,48 – 2,65 = Rendah

2,64 – 1,81 = Sangat Rendah

#### 4.3.1. Deskriptif Jawaban Responden FOMO (X1)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisinoer yang dilakukan kepada responden, didapatkan informasi mengenai jawaban responden terkait dengan FOMO. Berikut hasil deskripsi jawaban responden dalam penelitian ini:

**Tabel 4.1 Hasil Jawaban Responden Variabel Fomo (X1)**

NO	CODE	PERTANYAAN	Jawaban														RATA - RATA
			SS (6)		S (5)		CS (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		TOTAL		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Ketakutan</b>																	
1	FM1	Saya takut ketinggalan tren fashion terbaru sehingga selalu membeli produk fashion model terkini.	23	23,0	30	30,0	29	29,0	14	14,0	3	3,0	1	1,0	100	100,0	4,5300
2	FM2	Saya takut dianggap ketinggalan zaman jika tidak membeli produk fashion yang sedang viral	29	29,0	30	30,0	25	25,0	11	11,0	5	5,0			100	100,0	4,6700
<b>Kekhawatiran</b>																	
3	FM3	Saya khawatir tidak diterima dalam pergaulan jika tidak mengikuti tren fashion tertentu	32	32,0	21	21,0	29	29,0	13	13,0	5	5,0			100	100,0	4,6200
4	FM4	Saya khawatir dianggap tidak update jika tidak membeli produk fashion yang sedang viral	42	42,0	25	25,0	21	21,0	10	10,0	2	2,0			100	100,0	4,9500
<b>Kecemasan</b>																	
5	FM5	Saya merasa cemas jika tidak bisa membeli barang yang sedang ramai dibicarakan	35	35,0	20	20,0	25	25,0	16	16,0	4	4,0			100	100,0	4,6600
6	FM6	Saya cemas kehilangan kesempatan mendapatkan produk fashion diskon/flash sale.	47	47,0	19	19,0	15	15,0	18	18,0	1	1,0			100	100,0	4,9300
7	FM7	Saya cemas dijauhi teman-teman jika tidak mengikuti tren saat ini	31	31,0	31	31,0	22	22,0	14	14,0	4	4,0			100	100,0	4,6700
<b>TOTAL RATA RATA</b>																4,718571429	

Sumber : Hasil data diolah tahun 2025

Berdasarkan data table 4.1 diatas diperoleh hasil jawaban dari 100 Responden, terlihat bahwa variabel FOMO dipersepsikan “Tinggi” oleh responden, dapat dilihat dari total Mean dari 7 pernyataan sebesar 4,71. Dapat dilihat bahwa pada variabel FOMO mendapatkan pernyataan sangat setuju paling banyak dari responden yang diambil dari pertanyaan FM4 ”Saya khawatir dianggap tidak update jika tidak membeli produk fashion yang sedang viral.” Terdapat 42 responden (42%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 25 responden (25%) menyatakan setuju, sebanyak 21 responden (21%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 10 responden (10%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 reponden (2%) menyatakan tidak setuju, FM4 memperoleh nilai mean 4,95 yang artinya “Tinggi”. Pernyataan yang paling rendah direspon oleh responden yaitu pertanyaan FM1 “Saya takut ketinggalan tren fashion terbaru sehingga selalu membeli produk fashion model terkini.” Terdapat 23 responden (23%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 responden (30%) menyatakan setuju, sebanyak 29 responden (29%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 14 responden (14%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 3 reponden (3%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 responden (1%) meyakini sangat tidak setuju, FM1 memperoleh nilai mean 4,53 yang artinya “Tinggi”. Berdasarkan 7 pernyataan diatas bahwa FOMO memiliki nilai mean sebesar 4,71 maka dapat disimpulkan FOMO dikategorikan Tinggi.

#### 4.3.2. Deskriptif Jawaban Responden Variabel literasi keuangan (X2)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisinoer yang dilakukan kepada responden, didapatkan informasi mengenai jawaban responden terkait dengan literasi keuangan. Berikut hasil deskripsi jawaban reponden dalam penelitian ini:

**Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Variabel Literasi Keuangan (X2)**

NO	CODE	PERTANYAAN	Jawaban														TOTAL	RATA - RATA
			SS (6)		S (5)		CS (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		F	%		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
<b>Financial Knowledge (Pengetahuan Keuangan)</b>																		
1	LK1	Saya mengetahui perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam berbelanja	35	35,0	51	51,0	12	12,0			2	2,0			100	100,0	5,1700	
2	LK2	Saya memahami pentingnya membuat anggaran belanja sebelum berbelanja	34	34,0	52	52,0	11	11,0	1	1,0	1	1,0	1	1,0	100	100,0	5,1400	

Financial Attitudes (Sikap Keuangan)																	
3	LK3	Saya selalu mempertimbangkan manfaat jangka panjang sebelum membeli suatu barang	38	38,0	49	49,0	9	9,0	1	1,0	3	3,0			100	100,0	5,1800
4	LK4	Saya mengutamakan menabung daripada membeli barang yang sedang tren.	31	31,0	49	49,0	13	13,0	5	5,0	2	2,0			100	100,0	5,0200
5	LK5	Saya bersikap hati-hati dalam menggunakan uang untuk berbelanja	39	39,0	42	42,0	15	15,0	2	2,0	2	2,0			100	100,0	5,1400
Financial Behavior (Perilaku Keuangan)																	
6	LK6	Saya mencatat setiap pengeluaran belanja saya	29	29,0	34	34,0	22	22,0	12	12,0	3	3,0			100	100,0	4,7400
7	LK7	Saya membandingkan harga di berbagai toko sebelum membeli suatu produk	52	52,0	36	36,0	7	7,0	2	2,0	2	2,0	1	1,0	100	100,0	5,3100
8	LK8	Saya menyisihkan uang untuk tabungan sebelum berbelanja	41	41,0	38	38,0	16	16,0	2	2,0	2	2,0	1	1,0	100	100,0	5,1100
Financial Ability (Kemampuan Keuangan)																	
9	LK9	Saya mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik.	29	29,0	43	43,0	24	24,0	2	2,0	1	1,0	1	1,0	100	100,0	4,9400
10	LK10	Saya dapat mengontrol pengeluaran sesuai dengan pendapatan yang saya miliki	32	32,0	46	46,0	17	17,0	3	3,0	1	1,0	1	1,0	100	100,0	5,0200
11	LK11	Saya mampu membedakan pengeluaran prioritas dan non-prioritas	34	34,0	54	54,0	8	8,0	2	2,0	1	1,0	1	1,0	100	100,0	5,1500
<b>TOTAL RATA RATA</b>																	5,0836

Sumber : Hasil data diolah tahun 2025

Berdasarkan data table 4.2 diatas diperoleh hasil jawaban dari 100 Responden, terlihat bahwa variabel Literasi Keuangan dipersepsikan “tinggi” oleh responden, dapat dilihat dari total Mean dari 11 pernyataan sebesar 5,08. Dapat dilihat bahwa pada variabel Literasi Keuangan mendapatkan pernyataan sangat setuju paling banyak dari responden yang diambil dari pertanyaan LK7 ” Saya membandingkan harga di berbagai toko sebelum membeli suatu produk.” Terdapat 52 responden (52%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 36 responden (36%) menyatakan setuju, sebanyak 7 responden (7%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 2 responden (2%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 2 reponden (2%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 1 responden (1%) meyatakan sangat tidak setuju menyatakan tidak setuju, LK7 memperoleh nilai mean 5,31 yang artinya “sangat tinggi”. Pernyataan yang paling rendah direspon oleh responden yaitu pertanyaan LK6 “Saya mencatat setiap pengeluaran belanja saya” Terdapat 29 responden (29%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 responden (34%) menyatakan setuju, sebanyak 22 responden (22%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 12 responden (12%) menyatakan kurang

setuju, sebanyak 3 reponden (3%) menyatakan tidak setuju, LK6 memperoleh nilai mean 4,74 yang artinya “tinggi”. Berdasarkan 11 pernyataan diatas bahwa Literasi Keuangan memiliki nilai mean sebesar 5,08 maka dapat disimpulkan Literasi Keuangan dikategorikan tinggi.

#### 4.3.2. Deskriptif Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuisinoer yang dilakukan kepada responden, didapatkan informasi mengenai jawaban responden terkait dengan literasi keuangan. Berikut hasil deskripsi jawaban reponden dalam penelitian ini:

**Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

NO	CODE	PERTANYAAN	Jawaban														RATA - RATA
			SS (6)		S (5)		CS (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		TOTAL		
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Membeli produk karena penawaran khusus</b>																	
1	PK1	Saya sering membeli produk fashion karena ada promo "beli 1 gratis 1".	6	6,0	62	62,0	20	20,0	8	8,0	2	2,0	2	2,0	100	100,0	4,5600
2	PK2	Saya tertarik membeli produk fashion ketika ada diskon besar-besaran	39	39,0	33	33,0	20	20,0	7	7,0	1	1,0			100	100,0	5,0200
3	PK3	Saya membeli produk fashion karena ada bonus tambahan yang ditawarkan	14	14,0	54	54,0	21	21,0	9	9,0	2	2,0			100	100,0	4,6900
<b>Produk dibeli dengan tujuan menjaga citra diri dan gengsi</b>																	
4	PK4	Saya membeli produk fashion branded untuk meningkatkan status sosial	19	19,0	44	44,0	18	18,0	14	14,0	3	3,0	2	2,0	100	100,0	4,5600
5	PK5	Saya merasa lebih dihargai ketika menggunakan produk fashion bermerek terkenal	23	23,0	33	33,0	22	22,0	16	16,0	4	4,0	2	2,0	100	100,0	4,4900
6	PK6	Saya rela mengeluarkan uang lebih untuk produk fashion yang dapat meningkatkan status sosial	15	15,0	34	34,0	23	23,0	19	19,0	6	6,0	3	3,0	100	100,0	4,2400
<b>Membeli Produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan manfaat).</b>																	
7	PK7	Saya membeli produk fashion mahal tanpa mempertimbangkan kegunaannya	10	10,0	31	31,0	29	29,0	5	5,0	18	18,0	7	7,0	100	100,0	3,8900
8	PK8	Saya rela mengeluarkan uang lebih banyak untuk membeli produk fashion meskipun fungsinya sama	27	27,0	24	24,0	20	20,0	17	17,0	7	7,0	5	5,0	100	100,0	4,3200

Membeli produk karena idolnya menjadi bintang iklan produk tersebut																	
9	PK9	Saya membeli produk fashion karena diiklankan oleh idol/artis favorit	8	8,0	42	42,0	26	26,0	16	16,0	7	7,0	1	1,0	100	100,0	4,2500
10	PK10	Saya tertarik membeli produk fashion yang direkomendasikan influencer terkenal	16	16,0	39	39,0	29	29,0	13	13,0	2	2,0	1	1,0	100	100,0	4,5100
11	PK11	Saya mengikuti gaya hidup artis favorit saya dengan membeli produk fashion yang mereka gunakan	10	10,0	43	43,0	23	23,0	13	13,0	8	8,0	3	3,0	100	100,0	4,2500
membeli produk mahal untuk meningkatkan kepercayaan diri																	
12	PK12	Saya merasa lebih percaya diri ketika menggunakan produk fashion bermerek mahal	10	10,0	48	48,0	18	18,0	16	16,0	4	4,0	4	4,0	100	100,0	4,3200
13	PK13	Saya merasa lebih dihormati ketika menggunakan produk fashion premium	9	9,0	46	46,0	20	20,0	17	17,0	5	5,0	3	3,0	100	100,0	4,2800
ingin mencoba lebih dari dua produk serupa yang berbeda merek																	
14	PK14	Saya suka membeli beberapa merek berbeda untuk produk fashion yang sama	12	12,0	50	50,0	16	16,0	15	15,0	6	6,0	1	1,0	100	100,0	4,4400
15	PK15	Saya membeli produk fashion serupa dengan merek berbeda untuk membandingkannya	10	10,0	40	40,0	25	25,0	19	19,0	4	4,0	2	2,0	100	100,0	4,2700
Membeli produk karena trend																	
16	PK16	Saya selalu membeli produk fashion yang sedang viral di sosial media.	8	8,0	37	37,0	21	21,0	24	24,0	8	8,0	2	2,0	100	100,0	4,0700
17	PK17	Saya membeli produk fashion karena sedang populer di kalangan teman-teman	6	6,0	38	38,0	31	31,0	15	15,0	8	8,0	2	2,0	100	100,0	4,1300
18	PK18	Saya mengikuti tren terbaru dalam membeli produk fashion	3	3,0	43	43,0	26	26,0	17	17,0	9	9,0	2	2,0	100	100,0	4,0800
TOTAL RATA RATA																4,3539	

Sumber : Hasil data diolah tahun 2025

Berdasarkan data table 4.3 diatas diperoleh hasil jawaban dari 100 Responden, terlihat bahwa variabel Perilaku Konsumtif dipersepsikan “Tinggi” oleh responden, dapat dilihat dari total Mean dari 18 pernyataan sebesar 4,35 Dapat dilihat bahwa pada variabel Perilaku Konsumtif mendapatkan pernyataan sangat setuju paling banyak dari responden yang diambil dari pertanyaan PK2 ” Saya tertarik membeli produk fashion ketika ada diskon besar-besaran.” Terdapat 39 responden (39%)

menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 responden (33%) menyatakan setuju, sebanyak 20 responden (20%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 7 responden (7%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju PK2 memperoleh nilai mean 5,02 yang artinya “tinggi”. Pernyataan yang paling rendah direspon oleh responden yaitu pertanyaan PK7 “Saya membeli produk fashion mahal tanpa mempertimbangkan kegunaannya” Terdapat 10 responden (10%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 31 responden (31%) menyatakan setuju, sebanyak 29 responden (29%) menyatakan cukup setuju, sebanyak 5 responden (5%) menyatakan kurang setuju, sebanyak 18 responden (18%) menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 responden (7%) menyatakan sangat tidak setuju PK7 memperoleh nilai mean 3,24 yang artinya “rendah”. Berdasarkan 11 pernyataan diatas bahwa Perilaku Konsumtif memiliki nilai mean sebesar 3,50 maka dapat disimpulkan Perilaku Konsumtif dikategorikan sedang.

#### 4.4 Hasil Pengujian Persyaratan Instrumen

##### 4.4.1 Uji Validitas Uji

Uji validitas adalah suatu konsep yang berkaitan dengan sejauh mana suatu tes atau alat ukur telah mengukur apa yang seharusnya diukur atau mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat secara tepat mengukur variabel atau konstruk yang sedang diteliti.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan oleh peneliti dengan memberikan pernyataan kepada 100 responden diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden variabel FOMO (X1)**

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
pertanyaan 1	0.715	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 2	0.771	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 3	0.835	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 4	0.822	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 5	0.854	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 6	0.792	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 7	0.771	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.4 hasil hasil uji validitas untuk variabel FOMO (X1) sebanyak 7 pernyataan nilai Signfikansi < Alpha (0,05), dan seluruh pernyataan nilai r hitung

lebih > nilai r tabel (0,195), maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel FOMO (X1) data dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

**Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden variabel Literasi Keuangan (X2)**

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
pertanyaan 1	0.675	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 2	0.787	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 3	0.713	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 4	0.706	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 5	0.735	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 6	0.470	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 7	0.699	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 8	0.647	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 9	0.667	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 10	0.738	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 11	0.775	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.5 hasil hasil uji validitas untuk variabel Literasi Keuangan (X2) sebanyak 11 pernyataan nilai Signfikansi < Alpha (0,05), dan seluruh pernyataan nilai r hitung lebih > nilai r tabel (0,195), maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel Literasi Keuangan (X2) data dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

**Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

Butir Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Kesimpulan
pertanyaan 1	0.557	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 2	0.249	0.195	r hitung > r tabel	0,012	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 3	0.408	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 4	0.656	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 5	0.637	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 6	0.520	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 7	0.719	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 8	0.721	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 9	0.596	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 10	0.528	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 11	0.749	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 12	0.746	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 13	0.729	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 14	0.577	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 15	0.555	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 16	0.623	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 17	0.723	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid
pertanyaan 18	0.681	0.195	r hitung > r tabel	0.001	0.05	Sig < Aplha	Valid

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.6 hasil hasil uji validitas untuk variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebanyak 18 pernyataan nilai Signfikansi  $< \text{Alpha } (0,05)$ , dan seluruh pernyataan nilai  $r$  hitung lebih  $>$  nilai  $r$  tabel  $(0,195)$ , maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel Perilaku Konsumtif (Y) data dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

#### 4.4.2 Uji Reabilitas

Setelah dilakukan uji validitas untuk memastikan validitas kuesioner, langkah selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur seberapa konsisten dan stabil alat ukur atau kuesioner dalam mengukur variabel-variabel yang ingin diteliti. Dalam penelitian ini, untuk mengukur reliabilitas kuesioner, peneliti menggunakan Alpha Cronbach, yang merupakan salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas. Alpha Cronbach menghitung konsistensi internal dari kuesioner dengan mengukur seberapa erat hubungan antara setiap item pertanyaan dalam kuesioner. Dalam penentuan tingkat reliabilitas, suatu instrument penelitian dapat dinyatakan di terima bila dalam kisaran Cronbach's Alpha  $> 0,60$  sampai dengan  $0,80$  (di anggap baik atau reliable. Hasil uji reliabilitas dikonsultasikan dengan daftar nilai  $r$  alpha indeks korelasi sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelas**

<b>Koefisien r</b>	<b>Reliabilitas</b>
<b>0,8000 – 1,0000</b>	<b>Sangat Tinggi</b>
<b>0,6000 – 0,7999</b>	<b>Tinggi</b>
<b>0,4000 – 0,5999</b>	<b>Sedang</b>
<b>0,2000 – 0,3999</b>	<b>Rendah</b>
<b>0,0000 – 0,0199</b>	<b>Sangat rendah</b>

Dari data dari tabel 4.7 diatas, dengan ketentuan reliable, maka dapat dilihat hasil pengujian yang telah disebarkan kepada 100 responden dalam penelitian ini diperoleh nilai seperti tabel dibawah ini :

**Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach Alpha</b>	<b>Kondisi</b>	<b>Simpulan</b>
FOMO (X1)	0,903	$0,903 > 0,06$	Reliable
LITERASI KEUANGAN (X2)	0,886	$0,886 > 0,06$	Reliable
PERILAKU KONSUMTIF (Y)	0,903	$0,903 > 0,06$	Reliable

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.8, hasil uji reliabilitas dengan masing – masing nilai Alpha Cronbach yaitu pada variabel FOMO (X1) sebesar 0,903 dengan tingkat Reliable Sangat Tinggi, variabel Literasi Keuangan (X2) sebesar 0,886 dengan tingkat Reliable Sangat Tinggi dan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,903 dengan tingkat Reliable Sangat Tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari keseluruhan pernyataan kuesioner pada masing – masing variabel telah memenuhi syarat reliabilitas.

#### **4.5. Hasil Uji Persyaratan Analisis Data**

##### **4.5.1 Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data yang berdistribusi normal dikatakan valid dalam uji statistik. Untuk menguji uji normalitas pada penelitian ini, penulis menggunakan program SPSS 27 , dan menggunakan One Sample Kolomogrov-Smirnov Test.

Hipotesis :

Ho : Data“residu terdistribusi secara normal

Ha : Data residu tidak terdistribusi secara normal

Kriteria pengambilan sampel :

1. Apabila (Sig)  $> 0,05$  maka Ho diterima (Normal)
2. Apabila (Sig)  $< 0,05$  maka Ho ditolak (Tidak Normal)

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas**

Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
0,200	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.9, hasil uji normalitas ditunjukkan pada nilai Asymp.Sig (2-tailed) diperoleh nilai Sig sebesar  $0,200 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data residu terdistribusi secara normal.

#### 4.5.2 Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk memastikan apakah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi linier memang bersifat linier atau tidak.

Berikut merupakan hasil dari uji linieritas :

**Tabel 4.10 Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
FOMO (X1) terhadap Perikau Konsumtif (Y)	0.251	0,05	Sign >Alpha	Linear
Literasi Keuangan (X2) terhadap Perikau Konsumtif (Y)	0.339	0,05	Sign >Alpha	Linear

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari hasil tabel 4.10, bahwa perhitungan ANNOVA didapat nilai Sig pada baris Deviantion from linierity, pada variabel variabel FOMO (X1) diperoleh nilai Signifikansi sebesar  $0,251 > 0,05$  (Alpha), maka  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa model regresi berbentuk linier, dan pada variabel Literasi Keuangan (X2) diperoleh nilai Signifikansi sebesar  $0,339 > 0,05$  (Alpha), maka  $H_0$  diterima yang menyatakan bahwa model regresi berbentuk linier.

#### 4.5.3 Hasil Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah salah satu tahap penting dalam analisis regresi linier berganda untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel

independen (prediktor) dalam model regresi. Multikolonieritas terjadi ketika dua atau lebih variabel independen saling berkorelasi tinggi, yang dapat menyebabkan masalah dalam interpretasi hasil analisis dan dapat mengganggu validitas dan keandalan model regresi. Dalam penelitian uji multikolonieritas menggunakan program SPSS 27. Hasil uji multikolonieritas yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Collinearity Tolarance	Statistik VIF	Kondisi	Simpulan
FOMO (X1)	0.990	1,001	VIF < 10	Tidak ada Gejala Multikolonieritas
LITERASI KEUANGAN (X2)	0.990	1,001	VIF < 10	Tidak ada Gejala Multikolonieritas

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Berdasarkan dari data hasil tabel 4.11 diatas mengenai hasil uji multikolonieritas dimana nilai tolarance menunjukkan tidak ada variabel independent yang memiliki nilai tolarance 0,990 yang berarti tidak ada kolerasi antar variabel dan hasil perhitungan VIF juga menunjukkan hal yang sama tidak ada variabel independent yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan Ho diterima yang menyatakan bawa tidak ada gejala multikolonieritas antar variabel independent dalam model regresi.

#### **4.6 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data**

##### **4.6.2 Metode Regresi Analisis Berganda**

Analisisregresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh Variabel FOMO (X1), Literas Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 4.12 Hasil regresi berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	46,941	12,023
FOMO (X1)	0,832	0,184
LITERASI KEUANGAN (X2)	0,070	0,173

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengetahui nilai variabel dependen perlu pembuktian terhadap kebenaran hipotesis. Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$PK = \alpha + \beta_1 FM + \beta_2 LK$$

Keterangan :

PK : Perilaku Konsumtif

FM : FOMO

LK : Literasi Keuangan

$\alpha$  : konstanta

$$PK = 46,941 + 0,832FM + 0,070LK$$

1. Nilai Konstanta sebesar 46,941 berarti apabila FOMO ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_2$ ) tidak mengalami perubahan atau tetap maka besarnya Perilaku Konsumtif (Y) adalah 46,941
2. Nilai koefisien FM ( $\beta_1$ ) sebesar 0,832 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap FOMO ( $X_1$ ) sebesar 1 kali maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,832 dengan asumsi variabel yang lain konstan.
3. Nilai koefisien LK ( $\beta_2$ ) sebesar 0,070 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap Literasi Keuangan ( $X_2$ ) sebesar 1 kali maka Perilaku Konsumtif (Y) akan meningkat sebesar 0,070 dengan asumsi variabel yang lain konstan.

## 4.7 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.7.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan. Pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai FOMO (X1) terhadap Keputusan Perilaku Konsumtif (Y), Literasi Keuangan (X2) terhadap Keputusan Perilaku Konsumtif (Y).

**Tabel 4.13 Hasil Uji t**

	t hitung	t tabel	kondisi	sig	alpha	kondisi	keterangan
Fomo (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)	4.515	1,9844	t hitung > t tabel	0.001	0.05	sig < alpha	berpengaruh positif signifikan

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.13 pada variabel FOMO (X1) diperoleh dari nilai t hitung sebesar 4,515 sedangkan nilai t tabel dengan ( $df = n-2 = 100- 2 = 98$ ) adalah 1,9844 sehingga nilai t hitung  $4.515 > t$  tabel 1,98447 dan sig  $0,001 < \alpha$  0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variable FOMO (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsmtif (Y).

**Tabel 4.14 Hasil Uji t**

	t hitung	t tabel	kondisi	sig	alpha	kondisi	keterangan
Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)	0.405	1,9844	t hitung < t tabel	0.687	0.05	sig > alpha	berpengaruh negatif signifikan

Sumber : Data Diolah Tahun 2025

Dari data tabel 4.14 pada variabel Literasi Keuangan (X2) diperoleh dari nilai t hitung sebesar 0,405 sedangkan nilai t tabel dengan ( $df = n-2 = 100- 2 = 98$ ) adalah 1,9844 sehingga nilai t hitung  $0,405 < t$  tabel 1,9844 dan sig  $0,687 > \alpha$  0,05. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Literasi Keuangan (X2) Tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsmtif (Y).

## 4.8 Pembahasan

### 4.8.1 Pengaruh FOMO (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Hasil pengolahan pada penelitian ini menjelaskan bahwa variabel FOMO ( $X_1$ ) diperoleh bahwa nilai  $t$  hitung  $8,183 > t$  tabel  $1,98447$  dan  $\text{sig } 0,001 < \alpha 0,05$ . Sehingga disimpulkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Tingkat FOMO yang tinggi sering kali mendorong individu untuk menghabiskan uang lebih banyak demi memenuhi kebutuhan sosial atau mengikuti tren. Hasil penelitian yang menunjukkan dampak positif dari FOMO terhadap perilaku konsumtif.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya oleh (Nurjanah et al. 2023), yang menyimpulkan bahwa FOMO memengaruhi perilaku konsumtif dan memberikan kontribusi signifikan dalam memahami perilaku konsumen milenial. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh temuan (Ratnaningsih & Halidy, 2022), yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara FOMO dan perilaku konsumtif di masyarakat. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat FOMO seseorang, semakin besar kemungkinan individu tersebut menunjukkan perilaku konsumtif (Nurfatimah and Jatmika, 2024).

*FOMO* merupakan rasa cemas jika tidak mengikuti acara, pengalaman, atau perbincangan yang menyenangkan pada peristiwa tersebut atau tidak terlibat secara langsung, karena rasa *FOMO* dapat memicu dorongan untuk segera berpartisipasi dalam suatu hal yang dianggap penting atau takut melewatkan kesempatan yang sedang berlangsung. Seseorang yang memiliki Tingkat FOMO yang tinggi sering kali mendorong individu untuk menghabiskan uang lebih banyak demi memenuhi kebutuhan sosial atau mengikuti tren.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori perilaku hedonik yang menjelaskan bahwa Perilaku konsumtif terjadi karena individu memiliki kecenderungan hedonisme yang dipengaruhi oleh motif hedonik, yaitu dorongan untuk memenuhi kebutuhan akan kesenangan atau kenikmatan materi sebagai tujuan utama. Motif hedonik dalam berbelanja tercipta karena adanya gairah seseorang yang

dipengaruhi oleh tren terbaru. Menurut (Indra Bayu & Destiwati, 2022; Wirasukessa and Sanica, 2023) bahwa teori perilaku hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif seseorang

#### **4.8.2 Pengaruh Literasi Keuangan (X<sub>2</sub>) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)**

Hasil pengolahan pada penelitian ini menjelaskan bahwa variabel Literasi Keuangan (X<sub>2</sub>) diperoleh bahwa nilai  $t$  hitung  $0,898 < t$  tabel  $1,98447$  dan  $\text{sig } 0,371 > \alpha 0,05$ . Sehingga artinya bahwa Literasi Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dengan Literasi Keuangan yang baik hal tersebut tidak menjamin perilaku konsumtif akan berkurang. Meskipun responden memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang pengelolaan keuangan, mereka tetap cenderung melakukan pembelian impulsif dan mengikuti tren konsumsi terkini. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor sosial dan psikologis, seperti tekanan teman sebaya dan keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial, memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif dibandingkan dengan literasi keuangan semata.

Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya dalam judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Manado“ menyimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Fungky *et al.*, 2021). Kemudian oleh (Romadloniyah & Setiaji 2020) membahas tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Fadhilah and Abadi, 2023). Dengan kata lain Literasi Keuangan yang baik hal tersebut tidak menjamin perilaku konsumtif akan berkurang.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori perilaku hedonik yang menjelaskan perilaku hedonik merupakan perilaku berbelanja yang didasarkan semata-mata pada keinginan, tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Sebagai bentuk sikap yang muncul secara spontan dari dalam diri konsumen, perilaku

hedonik diakui sebagai salah satu motivasi pembelian yang berasal dari dorongan internal konsumen. Hal ini disebabkan oleh kesenangan yang dirasakan konsumen dalam memenuhi keinginan untuk mendapatkan pengalaman menyenangkan, kebebasan, fantasi, atau bahkan pelarian dari masalah (Wirasukessa and Sanica, 2023). Literasi Keuangan yang baik tidak menjamin perilaku konsumtif akan berkurang. Ada faktor yang memiliki peran yang lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif dibandingkan dengan literasi keuangan semata.