

Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS) Volume 02 Nomor 02 Tahun 2020 (Hal: 56 - 77) DOI: https://doi.org/10.35310/jass.v2i02.671 https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/jass/ ISSN 2685-8347(**Print**) ISSN 2685-8355(**Online**)

PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFE STYLE, LOCUS OF CONTROL DAN DEMOGRAFI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI MILENIAL DI KOTA SUBANG

Dilasari¹, Sri Mulyati², Asep Kurniawan³

¹ STIE Sutaatmadja, Subang - Indonesia Dilasari912@gmail.com

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk: 23 Januari 2021 Tgl. Diterima: 01 Maret 2021 Tersedia Online: 31 Maret 2021

Keywords:

Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi ,Perilaku Konsumtif Generasi Milenial

ABSTRAK/ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial Literacy, Life style, Locus of control and demographics on the consumption behavior of millennial generation in the city of Subang. Consumptive behavior is an action that prioritizes desires rather than needs, therefore consumption activities are actions taken to meet needs, if consumption is excessive, a consumptive behavior will occur. This research was conducted to the millennial generation in the city of Subang, aged 20 - 35 years in 2020. The method used in this study is a quantitative method. The number of samples in this study were 200 people, sampling using nonprobability sampling techniques with a purposive sampling approach. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis.

The results of this study conclude that simultaneous financial literacy, life style, locus of control, and demographics influence the consumptive behavior of millennials in Subang City, Whereas according to the results of the hypothesis partially financial literacy variables, life style, positive and significant influence on consumptive behavior of millennial generation in Subang, locus of control variables have a negative and significant effect on consumptive behavior of millennial generation in Subang, while demographic variables (gender), and demographic (income) does not affect the consumption behavior of millennial generation in the city of Subang.

PENDAHULUAN

Di globalisasi saat era ini perkembangan teknologi berkembang dengan luas dan mendorong ekonomi suatu negara. Salah satunya dapat dilihat dari perkembangan industri yang telah mampu menyediakan segala sesuatu dibutuhkan masvarakat. vana oleh Perkembangan zaman yang semakin modern dan teknologi yang berkembang pesat sangat mempengaruhi perilaku masyarakat. Pola perilaku konsumsi masyarakat saat ini telah konsumsi dari sekedar pemenuhan bergeser. kebutuhan primer berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, tersier bahkan komplementer dan lebih bersikap konsumtif. Pemenuhan kebutuhan yang telah bergeser tersebut sangat penting artinya untuk mengantarkan individu pada kehidupan selaras yang dengan lingkungannya (Rianti Hikmah, 2019).

Namun tanpa adanya batasan tersebut membuat masyarakat memiliki kebutuhan yang semakin beraneka ragam, tidak terbatas dan harus dipenuhi dalam kehidupan setiap harinya. Masyarakat melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya, namun konsumsi tersebut akan menjadi masalah jika masyarakat lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhannya, sehingga mendorong berperilaku konsumtif. Karena perilaku konsumtif adalah sebuah fenomena yang tengah-tengah masyarakat di perkotaan maupun pedesaan.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli barang tanpa adanya suatu pertimbangan yang kuat dan lebih keinginan dari mengutamakan kebutuhan (Fattah, Indriayu dan Sunarto, 2018). Kusumaningtuti S. Soetiono selaku anggota dewan komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengatakan masyarakat Indonesia memiliki uang, mereka akan lebih mengutamakan belania atau konsumsi dibanding menabung (ekonomi.kompas.com, 2015). Apalagi Di zaman era globalisasi saat ini, teknologi telah memanjakan kita dengan cara memudahkan semua kebutuhan masyarakat sehingga kebutuhan dapat cepat dan mudah dijangkau. Namun tanpa adanya pengendalian diri yang baik, di zaman era globalisasi ini ada dampak positif negatif terutama bagi dan masyarakat indonesia khususnya adalah Generasi milenial.

Generasi milenial adalah generasi yang mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi(Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia 2018). Generasi milenial kerap dinilai sebagai generasi yang kreatif dan berani mengambil resiko. internet telah mengambil peran yang sangat siginifikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial yang bisa dilihat dari tingkat konsumsi penggunaan internet 88,4% yang berasal dari kalangan generasi milenial, karena generasi milenial adalah generasi yang secara cepat mengenal teknologi internet, sehingga mereka bisa dikatakan sebagai generasi internet (lilik purwandi dkk, 2020).

Berdasarkan data indonesia Milenial Report Pada tahun 2019 milenial cukup konsumtif menggunakan uangnya mayoritas pengeluaran milenial sebanyak 51,1% uang milenial dihabiskan untuk keperluan rutin sedangkan untuk tabungan menunjukan sebanyak 10.7% dan yang terakhir hanya 2% minat milenial untuk investasi. Oleh karena itu terlihat bahwa milenial generasi lebih banvak membelanjakan uangnya untuk memenuhi konsumtifnya dibandingkan perilaku menyimpan uangnya untuk ditabung.

Berdasarkan 50% pembelania eccomerce merupakan generasi Millenials (berusia antara 25-34 tahun), disusul Generasi-Z (15-24 tahun) sebanyak 31%, Generasi-X (35-44 tahun) sebanyak 16%. dan 2% sisanya merupakan generasi Baby Boomers (usia 45 tahun ke atas) (markeetrs.com.2018). Sehingga Generasi milenial melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupannya mulai dari keperluan transportasi, membeli makanan, jalan-jalan, berbelanja pakaian atau fashion hingga membeli kebutuhan sehari-harinya. (republika.co.id, untuk 2017).

Milenial yang cenderung boros, bisa menabung. lebih suka tidak nongkrong di cofe, beli gadget, beli barang branded dengan harga selangit dan masih banyak lainnya, Karena generasi milenial yang dinilai telah konsumtif, disebabkan oleh kurangnya pengetahuan keuangan dan perencanaan keuangan yang baik dalam kehidupannya, Oleh karena itu perlu sekali dibekali literasi keuangan di kalangan generasi milenial, agar generasi milenial bisa mempunyai perencanaan keuangan dengan baik sehingga bisa meningkatan kesejahteraan untuk dimasa yang akan datang.

literasi keuangan dapat diartikan sebagai suatu rangkaian proses atau program untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (skill), dan keyakinan (confidence) agar mampu mengelola keuangan pribadi

dengan lebih baik (Nurlatifah, 2014). Survei Nasional Literasi Keuangan (SNLIK) ketiga yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada tahun 2019 menunjukkan indeks literasi keuangan mencapai 38,03% dan indeks inklusi keuangan 76,19%. Angka tersebut meningkat dibanding hasil survei OJK 2016 yaitu indeks literasi keuangan 29,7% dan indeks inklusi keuangan 67.8%. Dengan demikian dalam 3 tahun terakhir pemahaman terdapat peningkatan keuangan (literasi) masyarakat sebesar 8,33%, serta peningkatan akses terhadap produk dan lavanan jasa keuangan (inklusi keuangan) sebesar 8.39%. (https://www.ojk.go.id/id/).

Dengan adanya pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang akan membantu indvidu tersebut dalam mengatur perencanaan keuangannya, sehingga individu bisa memaksimalkan waktu, uang dan keuntungan yang didapatkan oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya atau kehidupannya akan lebih sejahtera. (Margaretha & Pambudhi ,2015). literasi keuangan merupakan suatu keharusan bagi tiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu seringkali dihadapkan pada *trade off* yaitu dimana seseorang situasi harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya, sering terjadi saat seseorang hendak membelanjakan uangnya.

gaya hidup (life style) adalah pola hidup seseorang yang ditunjukan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum hidup gaya seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya, seberapa jauh dia peduli dengan hal tersebut dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Sathish & Rajamohan, 2012). Gaya hidup merupakan sesuatu yang menunjukan orang hidup, bagaimana bagaimana membelanjakan uang dan bagimana mengalokasikan waktu. Sehingga bisa disimpulkan bahwa gaya hidup seseorang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang

dan bagaimana mengalokasikan waktu (Mowen & Minor, 2008).

Gaya hidup bisa dilihat dari minat seseorang dalam membeli suatu produk baik fashion atau barang lain yang dipakai, misalnya orang yang mempunyai gaya hidup yang mewah biasanya orang tersebut selalu berminat membeli barangbarang yang bermerek, populer dan selalu mengikuti perkembangan teknologi, opini bisa dilihat dari cara orang tersebut memilih sebuah barang biasanya orang yang mempunyai gaya hidup yang tinggi lebih memilih memakai barang yang branded agar terlihat percaya diri atau menjadi pusat perhatian, sehingga image nya terlihat berkelas, ketiga adalah gaya hidup bisa dilihat dari aktivitas yang orang lakukan dalam kehidupan sehari-harinya, misalnya contoh aktivitas nya adalah lebih suka jalan jalan atau nongkrong di cofeshop mahal.

Kebiasaan gava hidup mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju ke arah berlebihan semenjak berkembangnya teknologi smartphone, social media, dan electronic commerse. Tindakan berlebihan mengkonsumsi barang atau layanan jasa demi memenuhi gaya hidup pemborosan. mengakibatkan Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik mampu mengontrol pengeluaran untuk gaya hidupnya agar terhindar dari perilaku konsumtif. (Rianti Hikmah, 2019)

Locus of control merupakan cara dalam mengontrol individu perilaku, mengontrol kognisi dan mengontrol keputusan. Robbins dalam Nailatul Hidavah (2018) mendefinisikan locus of control (LoC) sebagai tingkat dimana individu yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Individu yang memiliki locus of control (LoC) internal adalah orang yang yakin bahwa mereka merupakan pemegang kontrol dirinya atas apapun yang terjadi pada diri mereka. Sedangkan orang yang memiliki locus of control (LoC) eksternal adalah orang yang yakin bahwa apapun yang terjadi pada diri mereka dikontrol oleh kekuatan luar seperti keberuntungan atau kesempatan.(Nailatul hidayah, 2018).

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor demografi. Demografi sebagai suatu studi yang mempelajari karakteristik, sikap dan perilaku dan pendapatan. Dari keadaan demografi seseorang dapat ditentukan status keuangan individu. (Dyah Rini Prihastuty, 2018).

Penelitian ini merujuk kepada beberapa penelitian sebelumnya. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Zahra Qurotaa'yun, Astrie krisnawati (2019), dan Sri Rahayuningsih (2018), Ramadhani, Rianti Hikmah (2019),Delyana Rahmawany pulungan dan hastina febriaty (2018)menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap konsumtif. perilaku Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Risa Astiningrum (2018), huri liana (2019), anisa nur fauzia, nurdin (2019) literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Risa Astiningrum (2018), Rianti Hikmah (2019),Delyana Rahmawany pulungan dan Hastina Febriaty (2018) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Natasha Shanty Herawati (2015), Penelitian Felicia Claresta Harli et al (2015),menyatakan bahwa demografi (jenis kelamin) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Bashar Ahmad and wasiq (2013) ini demografi (jenis kelamin) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakuka oleh Felicia Claresta Harli et al (2015), oleh Huri, Liana (2017), Bashar Ahmad and wasiq (2013) demografi (pendapatan) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Dyah Rini Prihastuty & Sri Rahayuningsih (2018), menyatakan bahwa pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian terdahulu banyak hasil penelitian yang tidak konsisten, oleh sebab itu peneliti mencoba untuk mengambil kembali faktor, literasi keuangan, gaya hidup, demografi (jenis kelamin), dan demografi (pendapatan) untuk diteliti kembali pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif. Dengan menambahkan variabel locus of control, karena variabel ini masih jarang peneliti yang menelitinya,penelitian ini dilakukan di kota Subang dengan objek generasi milenial.

Berdasarkan latar belakang dan riset gap di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitan "Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang".

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Landasan Teori

1. Theory of Planned Behaviour (TPB)

planned Theory of Behaviour) diperkenalkan oleh icek Azjen tahun 1991 merupakan pengembangan lebih lanjut dari teori perilaku beralasan (Theory of Reasoned Action). TPB merupakan berpikir kerangka konsepual bertujuan untuk menjelaskan determinasi perilaku tertentu secara umum. Teori menjelaskan mengapa seseorang melakukan tindakan tertentu. Theory of planned Behaviour (TPB) Merupakan sebuah teori yang dapat menilai perilaku seseorang berdasarkan faktor dari TPB (Madai hatta dkk, 2017).

Ramdhani (2011) menyatakan bahwa, upaya memahami perilaku individu merupakan topik sentral dalam bidang psikologi. Salah satu teori yang banyak digunakan adalah Theory of Reasoned Action (TRA) yang dikemukan oleh Fishbein dan Ajzen (1975), teori ini dikembangkan lebih lanjut oleh Ajzen menjadi Theory of planned (1985)Behaviour (TPB) yang ditunjuk untuk memprediksi perilaku individu secara lebih spesifik. Teori tindakan yang direncanakan (Theory Planned Behaviour) Of mengemukan bahwa tindakan manusia dibimbing oleh tiga macam faktor yaitu keyakinan (behaviour belief), keyakinan

tentang harapan normatif dari orang lain, motivasi untuk menuruti dari adanya harapan tersebut (normative belief) dan keyakinan tentang hadirnya faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku, serta persepsi adanya power pada faktor tersebut (control belief) (machrus dan purwono, 2010).

2. Generasi Milenial

Generasi milenial adalah Menurut beberapa pendapat para ahli dari berbagai negara dan profesi Generasi milenial adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-2000. (sumber statistik gender tematik: profil generasi milenial indonesia tahun 2018). sedangkan Menurut Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi, (2017) menyebutkan bahwa Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun Generasi milenial adalah generasi yang mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna sosial yang fanatik kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi.

Menurut Desy Arisandy, dkk (2019), Generasi milenial yang disebut generasi Y lahir sekitar 1985 sampai dengan 2000. Generasi milenial pada tahun 2020, yaitu mereka yang berusia 20 - 35 tahun pada tahun 2020. Oleh karena itu penelitian ini meneliti generasi milenial di kota Subang yang berusia 20 tahun sampai 35 tahun pada tahun 2020. Karena usia 20 Sampai 35 tahun merupakan usia yang termasuk pada usia milenial.

Generasi milenial bisa dikatakan sebagai generasi internet (Lilik Purwandi dkk,2020). Ciri-ciri generasi milenial adalah ditandai dengan tingkat pendidikan dari menurut yang baik generasi sebelumnya. Karakteristik lain dari generasi milenial adalah kecanduan internet, percaya diri, dan harga diri tinggi lebih terbuka dan bertoleransi terhadap perubahan. Kilber et al (2014).

3. Financial Literacy (Literasi Keuangan)

Literasi keuangan merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan dimana individu harus memiliki suatu pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber keuangan pribadinya secara efektif demi kesejahteraannya (farah& Reza 2015). Menurut otoritas jasa keuangan (2016)pengertian literasi keuangan yaitu sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keterampilan (confidence) dan kevakinan (skill) masyarakat agar mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik (Palamba, 2018).

Menurut Khrisna, Rofaida dan Sari (2010) bahwa literasi keuangan membantu seseorang agar dapat terhindar dari masalah keuangan. Kehidupan yang baik dan jauh dari masalah keuangan tentunya pasti di inginkan oleh setiap orang. Dalam mencapai kehidupan yang baik dan jauh dari permasalahan keuangan baik dalam setiap pengambilan keputusan. (Dyah Rini Prihastuty dkk, 2019).

4. Life style (Gaya Hidup)

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. Gaya hidup setiap orang menunjukan pada ekspresi akan situasi, pengalaman hidup, nilai-nilai, sikap, harapan (Hariyanto, 2015).

Gaya hidup merupakan atau menunjukan seseorang bagaimana orang hidup, bagaimana orang membelanjakan uang mereka, dan bagaimana orang mengalokasikan waktunyanya. 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, 2008).

5. Locus Of Control

Locus of control (pusat kendali) pertama kali dikemukan oleh julian Rotter, 1966 seorang ahli pembelajaran sosial. Locus of control merupakan sejauh mana orang yakin sebuah peristiwa dalam hidup mereka dipengaruhi atau dikontrol oleh mereka sendiri. Locus of control merupakan faktor psikologis, khususnya pada faktor kepribadian yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Dalam proses pengambilan keputusan seseorang biasanya akan bergantung pada locus of control yang dimilikinya, kepercayaan akan faktor faktor yang menentukan keberhasilan dirinya dimasa depan (Nailatul hidayah dkk, 2018).

Robbins (2008)dalam (nailatul hidayah) mendefinisikan locus of control (LoC) sebagai tingkat dimana individu vakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Menurut Ermawati (2017) adalah sebuah kevakinan seseorang keberadaan kontrol tentang vang dimilikinya terhadap keberhasilan dan kegagalan yang di alaminya serta situasi kejadian vang ada didalam kehidupannya.

6. Demografi

Demografi adalah suatu ilmu yang mempelajari penduduk di suatu wilayah terutama mengenai jumlah, struktur dan proses perubahannya. Loix, pepermans, Hove (2005) menyatakan bahwa ada beberapa karakteristik demografi yaitu. umur, jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, status perkawinan, pekerjaan, jabatan, dan pendapatan. Robb dan Sharpe (2009) mengatakan demografi sebagai suatu studi yang mempelajari karakteristik, sikap dan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti jenis kelamin, status pendidikan dan pendapatan.

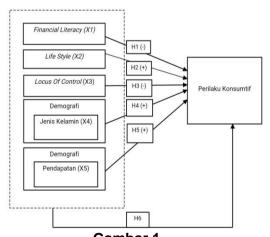
Dalam penelitian ini faktor demografi yang diambil adalah jenis kelamin dan pendapatan, dimana jenis kelamin merupakan segala hal yang diasosiakan dengan jenis kelamin seseorang, tergolong juga peran, tingkah laku,

kecenderungan dan atribut yang lainnya, dimana menjelaskan budaya tertentu (prijatna 2012).

Pendapatan Merupakan nilai maksimun yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode. karena semakin banyak seseorang mempunyai uang maka akan semakin sering juga seseorang tersebut ingin membelanjakan segala sesuatu yang dilihatnya. Hal ini dikarenakan oleh sikap konsumtif yang dimiliki oleh setiap individu.

Kerangka Hipotesis

Dalam penelitian ini terdiri dari lima independen vaitu *Financial* variabel literacy, life style, locus of control, dan demografi (jenis kelamin), demografi (pendapatan) variabel serta satu konsumtif, dependen yaitu perilaku berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah hipotesis kerangka seperti yang digambarkan dibawah ini:



Gambar 1 Kerangka Hipotesis Sumber: Penulis (2020)

Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif

Financial literacy merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan dimana orang harus memiliki suatu pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber keuangan pribadinya secara efektif demi kesejahteraannya

(farah& Reza 2015). Menurut Remund (2010) *financial literacy* memiliki hubungan dengan kemampuan seseorang dalam mengelola uang.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Zahra Qurotaa'yun & Asrie Krisnawati (2019) Hasil penelitian ini menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota bandung. Dengan tingkat literasi keuangan dan perilaku konsumtif vang termasuk dalam kategori sedang. bahwa apabila literasi keuangan semakin meningkat maka perilaku konsumtif akan semakin menurun, dan begitu pula sebaliknya.

Sedangkan menurut Risa Astiningrum (2018) literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena menurut Chen dan Volpe (1998.107) dalam Dikria (2016) berpendapat bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan yang rendah akan membuat keputusan salah dalam keuangan mereka karena dalam berkonsumsi mereka tidak memperhitungkan prioritas kebutuhan, sedangkan seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik dan selektif berkonsumsi mereka dalam memprioritaskan untuk membeli apa yang dibutuhkan dan mengesampingkan apa yang di inginkan. dari beberapa penelitian yang telah disebutkan maka dari itu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut.

H1: Financial literacy berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif

2. Pengaruh Life Style Terhadap Perilaku Kosumtif

Gaya hidup adalah pola hidup dari seseorang di dunia yang diekspresikan 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 menunjukan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana mengalokasikan waktu. Sehingga bisa disimpulkan bahwa gaya

hidup merupakan pola seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan kebiasaan dalam membelanjakan uang dan bagaimana mengalokasikan waktu (Mowen & Minor, 2008).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Danang Krisdiantoro, Dr H.susanto M.S Tri Maryati S.E., M.M (2016) Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Menurut penelitian dari Astiningrum (2018) mengatakan bahwa gaya perilaku hidupberpengaruh terhadap konsumtif, dimana tingkatgaya hidup yang tinggi maka tingkat perilaku konsumtif pun Sedangkan tinaai. penelitian vand dilakukan oleh Delyana Rahmawany pulungan dan hastina febriaty (2018) menujukan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin hedonisme gaya hidup maka meningkatkan perilaku konsumtif mereka. dari beberapa penelitian yang telah disebutkan maka dari itu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: Life style berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

3. Pengaruh Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif

Robbins (2008:138) mendefinisikan locus of control (LoC) sebagai tingkat dimana orang yakin bahwa mereka adalah penentu nasib mereka sendiri. Jadi *locus* of control dapat diartikan sebagai sebuah penentu nasib mereka sendiri jika mereka mempunyai locus of control yang baik mereka mempunyai akan pengelolaan keuangan yang baik. Menurut Ermawati (2017) adalah sebuah keyakinan seseorang tentang keberadaan kontrol yang dimilikinya terhadap keberhasilan dan kegagalan yang di alaminya serta situasi atau kejadian yang ada didalam kehidupannya. Menurut Ida & Dwinta (2013) locus of control adalah bagaimana seorang individu mengartikan sebab dari suatu peristiwa.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nailatul Hidayah, prasetyo Ari Bowo

(2018) menunjukkan locus of control, berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Secara parsial Locus of control negatif berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti apabila locus of control seseorang perilaku meningkat maka konsumtif seseorang tersebut akan menurun. Sebaliknya, jika locus of control seseorang menurun maka perilaku konsumtif akan meningkat, dari beberapa penelitian yang telah disebutkan maka dari itu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3: Locus of control berpengaruh negatif erhadap perilaku konsumtif

4. Pengaruh Demografi (Jenis Kelamin) Terhadap Perilaku Konsumtif

Demografi adalah suatu ilmu yang mempelajari penduduk di suatu wilayah terutama mengenai jumlah, struktur dan proses perubahannya. Loix, pepermans, Hove (2005) menyatakan bahwa ada beberapa karakteristik demografi yaitu, jenis umur, kelamin, usia. tingkat pendidikan, status perkawinan, pekerjaan, jabatan, dan pendapatan. Jenis kelamin merupakan segala hal yang diasosiakan jenis kelamin dengan seseorang, tergolong juga peran, tingkah laku, kecenderungan dan atribut yang lainnya, dimana menjelaskan budaya tertentu (prijatna, 2012)

Bashar, Ahmad and Wasiq (2013) dalam penelitiannya menjelaskan jenis kelamin berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perempuan memiliki perilaku konsumtif yang lebih tiggi dibandingkan dengan laki-laki, dimana ketika melakukan pembelian perempuan lebih sering didasarkan pada keinginan dan kehidupan sosial, sedangkan laki-laki didasarkan pada kebutuhan. dari beberapa penelitian yang telah disebutkan maka dari itu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4 : Demografi (jenis kelamin) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

5. Pengaruh Demografi (Pendapatan) Terhadap Perilaku Konsumtif

Pendapatan Merupakan nilai maksimun yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode. Pendapatan ini berasal dari penghasilan yang dimilikinya. semakin tinggi pendapatan individu, maka individu akan cenderung melakukan pembelian lebih tinggi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian Felicia Claresta Harli (2015) pendapatan berpengaruh positif signifikan perilaku konsumtif artinya terhadap semakin tinggi artinya semakin tinggi pendapatan maka perilaku konsumtif juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian yang Huri dilakukan oleh Liana (2019)menvatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif artinya semakin tinggi pendapatan yang diperoleh maka akan semakin mempunyai keinginan untuk membeli apa yang diinginkan melebihi apa vang butuhkan, dari beberapa penelitian yang telah disebutkan maka dari itu dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H5: Demografi (pendapatan) berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

6. Pengaruh *Financial Literacy, Life*Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh financial literacy, life style, locus of control dan demografi (jenis kelamin), demografi (pendapatan) terhadap perilaku konsumtif dalam penelitian ini didasari oleh teori TPB atau theory of planned behaviour (TPB). Setelah pegujian secara simultan atau secara bersama-sama dengan mengambil hipotesis untuk hubungan financial literacy, life style, locus of control dan demografi pada perilaku konsumtif sehingga ditarik hipotesis sebagai berikut: H6: Pengaruh financial literacy, life style, locus of control dan demografi terhadap perilaku konsumtif

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian

Menurut sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa : "metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode yang dipilih dan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang diartikan sebagai metode penelitian yang dapat memperoleh datanya dalam bentuk angka (Sugiyono 2016).

Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang dimana Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kepada responden tertulis dijawabnya. (Sugiyono, 2016:142). Dalam penelitian ini kuesioner diberikan khusus generasi milenial di kota Subang, berupa angket dan tes pertanyaan yang berhubungan dengan variabel vang dirumuskan berdasarkan indikator vang telah disusun.

Populasi dan Sampel Populasi

merupakan kawasan yang secara umum terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kualitas dan sifat tertentu yang sudah ditentukan oleh peneliti untuk dipahami atau dipelajari agar bisa ditarik atau didapatkan kesimpulanya (Sugiyono, 2014).

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berada di kota Subang

Sampel

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2016) adalah: "bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." Apabila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang berada dikota subang. Penentuan jumlah sampel yang representative menurut Hair et al. (1995 dalam Kiswati 2010) adalah tergantung pada jumlah pertanyaan dikali

5 sampai 10. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

Sampel = jumlah pertanyaan x 5

 $= 33 \times 5$

= 165

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 165 sampel responden yaitu generasi milenal dikota Subang.

Teknik pengambilan sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik pengambilan sampel non probablity sampling dengan jenis teknik pengambilan sampelnya ialah purposive sampling purposive sampling adalah penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu(sugiyono, 2014). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- Generasi milenial yang ber usia 20 -35 tahun
- 2. Generasi milenial yang sudah berpendapatan
- Generasi milenial yang tinggal Di kota Subang

Teknik sampling digunakan dalam penelitian ini adalah kriteria yang memenuhi untuk dijadikan responden dalam penelitian ini adalah generasi milenial di kab Subang.

Instrumen Penelitian Dan Skala Pengukuran

Tabel 1
Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
		pengukuran
Financial	 Pengetahuan 	Skala Likert
literacy	keuangan	1-5
(X1)	dasar	
	Simpanan dan	
	pinjaman	
	Asuransi	
	investatsi	
	(Chen dan Volpe,	
	1998).	
Life style	 Aktivitas 	Skala Likert
(X2)	2. Minat	1-5
	3. Opini	
	(Rianti, 2019)	

Locus of control (X3)	Locus of control 1. kemampuan (Ability) 2. minat (interest) 3. usaha (effort) 4. nasib 5. keberuntunga n 6. sosial ekonomi 7. pengaruh dari orang lain (Hidayah dan Ari ,2018)	
jenis	a. Laki-laki b. Perempuan (Natasha Shanty Herawati ,2015)	Dummy
Demografi pendapata n (X5)		Skala Likert 1-5
Perilaku Konsumtif (Y)	 Membeli produk karena iming-iming hadiah Membeli produk karena kemasannya menarik Membeli produk demi menjaga penampilan diri dari gengsi Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar 	Skala Likert 1-5

5.	manfaat atau kegunaannya Membeli produk hanya	
6.	sekedar menjaga simbol status. Memakai	
	produk karena mengidolakan model yang mengiklankan	
7.	Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya	
8.	diri yang tinggi Mencoba lebih dari dua produk sejenis.	
(Ri	anti, 2019)	
Sumbar nana	i+i 2020	

Sumber: peneliti,2020

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas pada penelitian menggunakan analisis Kolmoggrov-Smirnov, grafik,dan scaterplott.

Tabel 2 Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,65440178
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,032
	Negative	-,056
Test Statistic	ALTONO - MANAGEMENT	,056
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200°,d

Berdasarkan hasil *statistic* di atas menunjukan jika dilihat dari hasil *statistic* bahwa nilai *Test Statistic Kolmogrov-Smirnov* adalah 0.05 dan tingkat signifikan 0.200 hal tersebut menunjukan data tersebut berdistribusi normal karena nilai tersebut lebih dari signifikan 0.05.

Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi dantara variabel independen. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukan adanya multikolineriatas adalah nilai tolerance ≤ 0.10 dan VIF ≥ 10 (Ghozali, 2013). Berikut ini merupakan output uji multikolonieritas menggunakan bantuan program SPSS v22:

Tabel 3
Hasil Uji Multikolinearitas

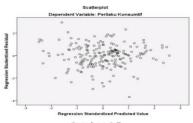
	Model	Collinearity Statistic		Hasil	
		Tolerance	VIF		
	(Con(constant)				
	X1	0.947	1.056	Tidak Terjadi	
1				Multikolinearitas	
	X2	0.843	1.187	Tidak Terjadi	
				Multikolinearitas	
	X3	0.814	1.228	Tidak Terjadi	
				Multikolinearitas	
	X4	0.865	1.156	Tidak Terjadi	
				Multikolinearitas	
	X5	0.871	1.148	Tidak Terjadi	
				Multikolinearitas	

Sumber: SPSS versi 22

Hasil pengujian Multikolinearitas pada table di atas menunjukan bahwa variabel Financial Literacy (X1), Life Style of (X2), variabel Locus Control(X3), Demografi (jenis kelamin) (X4), dan Demografi (Pendapatan) (X5) memiliki nilai tolerance >0.10 dan memiliki nilai VIF< 10. Dengan demkian disimpulkan bahwa variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi Multikolineritas.

Uji heteroskedastisitas

Menurut (2016)Uii ghozali bertujuan Heterokedastisitas menguji apakah dalam regresi teriadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap homokedastisitas dan tidak mengalami heteroskedastisitas. Berikut ini merupakan output uji heteroskedastisitas:



Gambar 4.5 Grafik Uji Heterokedastisitas Scatterplot Sumber: data peneliti, diolah (2020)

Berdasarkan grafik Scatterplot di atas dapat diketahui bahwa titik- titik menyebar secara acak serta tersebar datas maupun di angka 0 pada sumbu Y. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen berdasarkan variabel independen.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara literasi keuanganterhadap pengelolaan keuangan. Persamaan regresinya adalah:

Y= a+ β1X1 + β 2X2 + β 3X3 + β 4X4 + β 4X5 ε

Keterangan

Y : Perilaku Konsumtif

A : Konstanta

β : Koefisien regresi X1 : *Financial Literacy*

X2 : Life Style

X3 : Locus Of Control

X4 : Demografi Jenis KelaminX5 : Demografi pendapatan

e : Tingkat Kesalahan (*error of term*)

Uji Hipotesis

Terdapat tiga pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu koefisien determinan (R2), uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji t) yang masing-masing dijelaskan yaitu sebagai berikut:

a. Uji Simultan (Uji F)

Dalam Ghozali (2016), Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen secara bersama-sama (simultan) dapat berpengaruh terhadap variabel dependen.

kriteria pengambilan keputusan dengan menggunakan angka probabilitas siginifikansi dan F tabel

- Apabila probabilitas siginifikansi >0,05, maka H0 diterima dan H1 ditolak yang artinya Financial Literacy, Life Style, Locus of Control dan Demografi secara simultan atau bersama-sama tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- 2. Apabila probabilitas siginifikansi <0,05, maka H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya *Financial Literacy, Life Style, Locus of Control* dan Demografi secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel perilaku konsumtif (untuk tingkat signifikansi =5%).

b. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2016) "uji statistik t pada dasarnya menunjukan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen".

pengambilan kesimpulan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel pada taraf signifikan 5% atau 0,05. Apabila t hitung ≥ t tabel maka variabel tersebut berpengaruh secara signifikan, sebaliknya apabila t hitung ≤ t tabel maka variabel tersebut tidak berpengaruh secara signifikan.

Jika hasil penelitian tidak sesuai dengan arah hipotesis (positif atau negatif) walaupun berada dibawah tingkat signifikan, maka hipotesis ditolak.

c. Uji koefisien determinasi (R²)

Ghozali (2016)menyatakan "koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemapuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen". Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir sama informasi dibutuhkan untuk yang memprediksi variasi variabel dependen. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah

terhadap jumlah variabel independen, maka R² pasti meningat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel signifikan dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai adjusted R2 pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R², nilai adjusted R² bisa naik atau turun variabel anahila satu independen ditambah kedalam model (Ghozali, 2016)

Dibawah ini merupakan tabel hasil regresi berganda bertujuan untuk membuktikan ada tidaknya pengaruh dari variabel independen yang terdiri dari variabel financial literacy (X_1) , life Style (X_2) , Locus Of Control (X_3) , demografi (Jenis kelamin) (X_4) , dan Demografi (pendapatan) (X_5) , sementara variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y). Berikut merupakan hasil uji rgresi berganda :

Tabel 4. Hasil Uji Berganda Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Т	Sig.
	В	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39,033	3,917		9,965	,000
X1	,175	,070	,133	2,495	,013
X2	,788	,305	,145	2,580	,011
ХЗ	-,626	,060	-,601	-10,480	,000
X4	,050	,718	,004	,069	,945
X5	,321	,253	,070	1,268	,206

Sumber: SPSS versi 22

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis regresi berganda menghasilkan koefisien untuk variabel bebas yaitu X1. = 0.175; X2= 0.788; X3= -0.626; X4= 0.050; dan X5=0.321 dengan konstanta 39.033 Dengan demikian, dapat dihasilkan persamaan regresi berganda sebagai berikut:

Y= 39.033 + 0.175 + 0.788 - 0.626 + 0.050 + 0.321 Y + e

Persamaan Regresi berganda di atas memiliki makna sebagai berikut

 Konstanta (a) sebesar 39.033 artinya apabila Financial literacy, life style, locus off control, demografi (jenis kelamin), dan demografi (pendapatan)

- nilainya 0. Maka perilaku konsumtif nilainya 39.033
- Koefisien regresi variabel Financial Literacy (X1), memiliki nilai sebesar 0.175 artinya jika financial literacy mengalami peningkatan satu satuan maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0.175,dengan asumsi variabel lainnya tetap (konstan).
- 3. Koefisien regresi variabel Life style (X2), Menunjukan nilai sebesar 0.788, jika variabel Life Style mengalami peningkatan satu satuan maka konsumtif variabel perilaku akan meningkat sebesar 0.788, dengan variabel asumsi lainnya tetap (konstan).
- 4. Koefisien Regresi varabel Locus of control (X3), memiliki nilai sebesar 0.626 mengartikan bahwa jika locus of control mengalami kenaikan satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan menurun sebesar 0.626, dengan asumsi variabel lainnya tetap (konstan).
- 5. Koefisien regresi variabel demografi (jenis kelamin) (X4), memiliki nilai sebesar 0.050, artinya jika variabel demografi jenis kelamin mengalami peningkatan satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan meningkat 0.050, dengan asumsi variabel lainnya tetap (konstan).
- 6. Koefisien regresi variabel Demografi (pendapatan) (X5), memiliki nilai sebesar 0.321, artinya jika variabel demografi (pendapatan) mengalami peningkatan satu satuan maka variabel perilaku konsumtif akan meningkat 0.321. dengan asumsi variabel lainnya tetap (konstan).

Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan tiga (3) cara yaitu dilihat dari uji simultan (uji F), uji parsial (uji t), dan koefisien determinasi (R²), berikut adalah penjelasan dari masing-masing pengujian hipotesis:

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X) dan variabel secara simultan. dependen (Y) Berdasarkan tabel dibawah ini menunjukan bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0.000 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 (<0.05), hal tersebut menandakan bahwa variabel independen yang terdiri dari variabel financial literacy, life style, locus of control, demografi (jenis kelamin), dan demografi (pendapatan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berikut ini adalah hasil uji simultan dari semua variabel independen terhadap variabel dependen:

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model		Sum of	Df	Mean	F	Sig.
		Squares		Square		
1	Regression	3992,567	5	798,513	35,934	,000 ^b
	Residual	4311,028	194	22,222		
	Total	8303,595	199			

Sumber: SPSS versi 22

b. Hasil Uii Parsial (Uii t)

Pengujian ini bertujuan mengetahui pengaruh dari variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Dibawah ini adalah hasil uji t dari masing-masing variabel

> Tabel 6 Hasil Uji Simultan (Uji t)

Model		ndardized ficients	Standardized Coefficients	Т	Sig.
	В	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	39,033	3,917		9,965	,000
X1	,175	,070	,133	2,495	,013
X2	,788	,305	,145	2,580	,011
ХЗ	-,626	,060	-,601	-10,480	,000
X4	,050	,718	,004	,069	,945
X5	,321	,253	,070	1,268	,206

Sumber: dengan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) pada masing-masing variabel, di dapatkan hasil bahwa tiga dari lima variabel independen berpengaruh pada variabel dependen dengan membandingkan hitung dengan t tabel diketahui dk (derajat kebebasan) = n - k = 200 - 6 = 194

sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1.65275 dengan tingkat signifikan (0.05). berikut adalah hasil uji t dari setiap variabel

1. Hipotesis pertama (H1)

Variabel *Financial literacy* (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar 2.495 lebih besar dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikan sebesar 0.013 dan dimana nilai tersebut kurang dari 0,05 (<0,05) dan bertanda positif (+), ini menunjukan bahwa variabel *financial literacy* berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis pertama (H1) diterima.

2. Hipotesis kedua (H2)

Variabel Life Style (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar 2.580 lebih besar dari t tabel 1.65275, serta memliki nilai signifikan sebesar 0.011 dan dimana nilai tersebut kurang dari 0,05 (<0,05) positif dan bertanda (+),menunjukan bahwa variabel Life Style berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis kedua (H2) diterima.

3. Hipotesis ketiga (H₃)

Variabel *Locus Of Control*(X₃) memiliki nilai t hitung sebesar -10.480 lebih kecil dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikan sebesar 0.000 dan dimana nilai tersebut kurang dari 0,05 (<0,05) dan bertanda negatif (-), ini menunjukan bahwa variabel *Locus of control* berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis ketiga (H3) diterima.

4. Hipotesis keempat (X4)

Variabel demografi (jenis kelamin) (X₄) memiliki nilai t hitung sebesar 0.069 lebih kecil dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikan sebesar 0.945 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05 (>0,05), ini menunjukan bahwa variabel demografi (jenis kelamin) tidak berpengaruh terhadap Perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis keempat (H4) ditolak karena variabel demografi (jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

5. Hipotesis kelima (H5) Variabel demografi (pendapatan) (X₅) memiliki nilai t _{hitung} sebesar 1.268 lebih kecil dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikan sebesar 0.206 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05 (>0,05) positif bertanda (+),menunjukan bahwa variabel demografi (pendapatan) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian hipotesis kelima (H5) ditolak karena variabel demografi (pendapatan) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) mencerminkan seberapa besar variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (perilaku konsumtif). Berikut adalah tabel hasil koefisien determinasi (R²):

Tabel 7
Koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,693ª	,481	,467	4,714

Sumber: SPSS versi 22

Berdasarkan tabel hasil koefisien determinasi (R²) dibawah ini menunjukan hasil bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0.467 menandakan bahwa variabel independen hanya 46,7% mempengaruhi variabel dependen, dan sisanya yaitu sebesar 53,3% pengaruh berasal dari faktor lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

1. Pengaruh *Financial Literacy*Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik regresi yang telah dilakukan menunjukan variabel financial literacy (X₁) dimana nilai t hitung sebesar 2,495 lebih besar dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikasi sebesar 0.013, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig.<0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+),artinya financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin

tinggi financial literacy yang dimiliki oleh generasi milenial dikota Subang maka akan semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan peneliti ditolak. Karena hasil penelitian tidak sesuai dengan arah hipotesis walaupun berada dibawah tingkat signifikan, maka hipotesis ditolak.

Pada penelitian ini Generasi Milenial dikota subang yang berusia 20 sampai 35 tahun sudah mengetahui tentang pengetahuan keuangan, namun walapun pengetahuan memiliki literasi keuangan yang cukup baik, dan generasi mengetahui cara mengelola milenial keuangan dengan baik jika financial tidak diimplementasikan *literacy* nya dalam kehidupan pribadinya, generasi milenial akan berperilaku konsumtif karena memang pada dasarnya seseorang tersebut memang berbelanja barang - barang yang bermerek yang sering kali di iming-iming oleh diskon, atau seseorang tersebut memang pada dasarnya mempunyai gaya hidup yang tinggi sehingga financial literacy nya tidak di implementasikan di dalam kehidupannya sehari-hari, namun hanya sekedar tahu dan dipahami saja, maka dari itu jika literasi keuanganya tidak ditimplementasikan di dalam kehidupan sehari-hari maka generasi milenial akan berperilaku konsumtif. Sehingga penelitian menjelaskan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahra Qurotaa'yun & Asrie Krisnawati (2019) Hasil penelitian ini menunjukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota bandung. Dengan tingkat literasi keuangan dan perilaku konsumtif yang termasuk dalam kategori sedang yang menyatakan bahwa apabila literasi keuangan semakin meningkat maka perilaku konsumtif akan semakin menurun, dan begitu pula sebaliknya. Namun penelitian ini sejalan dengan penelitian Huri liana (2019),yang menyatakan bahwa variabel financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang menyatakan bahwa literasi keuangan adalah proses atau aktifitas tentang pemahaman dan pengetahuan serta skil tentang bagimana manajemen keuangan pribadi yang tidak hanya dipahami namun tidak diterapkan dalam kehidupannya.

2. Pengaruh *Life Style* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukan adanya pengaruh variabel life style terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukan dengan Variabel *Life Style* (X₂) dimana nilai t hitung sebesar 2,580 lebih besar dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikasi sebesar 0.011, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig.<0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+), maka hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini diterima yang menyatakan bahwa *life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa life style berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota subang. artinya semkain tinggi life style maka akan semakin tinggi tingkat perilaku konsumtifnya

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa generasi milenial di kota Subang vang ber usia 20-35 tahun, dilihat dari jawaban responden bahwa gaya hidup memang harus dipenuhi karena generasi milenial di kota Subang mengikuti perkembangan jaman dan teknologi untuk membeli barang atau fashion keluaran terbaru, karena generasi milenial di kota mengikuti Subang perkembangan teknologi dalam gaya hidupnya sehingga mereka up to date terhadap barang yang sedang populer. Oleh sebab itu maka mereka lebih memilih barang yang up to date, kemasannya menarik dan bermerek dengan cara membeli barang tersebut lewat ecomerce atau online, karena dengan mereka menggunakan barang yang bermerek maka generasi milenial akan tampil lebih percaya diri dan status sosial mereka akan di anggap tinggi di depan publik atau rekan kerjanya, maka dari itu semakin mewah gaya hidup generasi milenial di kota Subang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtinya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Delyana Rahmawany pulungan dan hastina febriaty (2018), Risa Astiningrum (2018), Danang Krisdiantoro, Dr H.susanto M.S Tri Maryati S.E.,M.M (2016),menujukan 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.

3. Pengaruh Locus Of Control Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan menunjukan adanya pengaruh variabel Locus Of control terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi ditunjukan berganda yang dengan Variabel Locus Of Control (X₃) dimana nilai t hitung sebesar -10,480 lebih besar dari t tabel 1.65275, dengan serta memiliki nilai signifikasi sebesar 0.000, nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 (sig.<0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda negatif (-), maka hipotesis ketiga (H3) dalam penelitian ini diterima yang menyatakan bahwa locus of control berpengaruh negatif dan signifikan perilaku konsumtif. terhadap Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa locus of control berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota Subang, artinya semakin tinggi locus of control yang dimiliki generasi milenial dikota Subang maka akan semakin menurun tingkat perilaku konsumtifnya.

Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa locus of control berpengaruh terhadap perilaku konsumtif negatif generasi milenial di kota Subang, yang menunjukan bahwa locus of control milenial dikota Subana generasi meningkat maka perilaku konsumtif nya ini dikarenakan menurun, generasi milenial dikota Subang yang ber usia 20 -35 mempunyai Locus Of control yang baik terhadap konsumsinya baik barang maupun jasa, sehingga mereka bisa

mengendalikan keinginannya untuk membeli barang barang yang bermerek, mahal, meskipun di iming imingi oleh diskon mereka tetap bisa mengendalikan keinginanya sehingga mereka lebih memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginan, oleh karena itu tidak akan mempengaruhi perilaku konsumtifnya. Sehingga penelitian ini menjelaskan bahwa locus of control berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Nailatuh Hidayah,Prasetya Ari Bowo (2018) yang menyatakan bahwa locus of control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, hal ini berarti apabila locus of control meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun, sebaliknya jika locus of control menurun maka perilaku konsumtif akan meningkat.

4. Pengaruh Demografi (jenis kelamin) Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukan tidak adanya variabel demografi pengaruh (jenis kelamin) terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukan dengan variabel demografi (jenis kelamin) (X₄) dimana nilai t hitung sebesar 0.069 lebih kecil dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikasi sebesar 0.945 nilai tersebut lebih besar dari 0.05 (sig.>0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+), maka hipotesis keempat (H4) dalam penelitian ini ditolak yang menyatakan bahwa demografi (jenis kelamin) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa jenis kelamin) demografi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Subang, yang artinya jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan tidak mendorong perilaku konsumtif, karena laki-laki dan perempuan memiliki tidak perbedaan dalam berperilaku konsumtif, Setiap orang mempunyai keinginan, Seorang laki-laki ataupun perempuan akan membeli suatu barang atau jasa tidak hanya didasarkan kebutuhan pada melainkan iuga

keinginan. sehingga jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi mlenial dikota subang.

Penelitian ini menunjukan bahwa variabel demografi (jenis kelamin) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota Subang, hal ini dikarenakan generasi milenial di kota Subang yang ber usia 20-35 tahun menunjukan bahwa jenis kelamin tidak mendorong perilaku konsumtif, karena pada dasarnya laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan dalam berperilaku konsumtif, karena setiap orang memiliki keinginan baik laki-laki maupun perempuan, namun biasanya perempuan memang suka belanja tetapi perempuan biasanya selalu mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membeli suatu barang yang di inginkan, sedangkan lakilaki lebih jarang berbelanja namun laki-laki biasanya mudah terpengaruh perilaku membeli karena tidak sabar dalam memilih, .sedangkan menurut Loix et al (2005) dan Septiani dan Rita (2013) bahwa laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Bashar, Ahmad and (2013)dalam penelitiannya menjelaskan jenis kelamin berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perempuan memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki, dimana ketika melakukan pembelian perempuan lebih serina didasarkan pada keinginan dan kehidupan sosial,sedangkan laki-laki didasarkan pada kebutuhan. Namun Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Felicia Claresta Harli (2015)menyatakan bahwa jenis kelamin tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, artinya antara laki-laki dan perempuan tidak memiliki perbedaan dalam berperilaku konsumtif.

5. Pengaruh demografi (pendapatan) terhadap perilaku konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukan tidak adanya pengaruh variabel demografi (pendapatan) terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil statistik uji regresi berganda yang ditunjukan dengan (X₅) dimana nilai nilai t hitung sebesar 1.268 lebih kecil dari t tabel 1.65275, serta memiliki nilai signifikasi sebesar 0.206 nilai tersebut lebih besar dari 0.05 (sig.>0.05) dan koefisien regresi memiliki tanda positif (+), maka hipotesis kelima (H5) dalam penelitian ini ditolak vang menyatakan bahwa demografi (pendapatan) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini menjelaskan demografi bahwa (pendapatan) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota Subang, Artinya besar kecilnva pendapatan yang diperoleh oleh generasi milenial dikota Subang maka tidak akan menurunkan perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel demografi (pendapatan) tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukan bahwa besar kecilnya pendapatan yang dimiliki seseorang maka tidak akan mempengaruhi penurunan tingkat konsumtif generasi milenial di kota Subang yang ber usia 20 - 35 tahun, jika seseorang mempunyai pendapatan yang besar maupun kecil artinya tingkat pendapatan generasi milenial tidak akan mempengaruhi penurunan tingkat konsumtifnya, hal ini dikarenakan jika generasi milenial dikota Subang mempunyai pendapatan yang besar atau pun kecil maka mereka akan membelanjakan uangnya, dikarenakan setiap orang mempunyai keinginan, dan keinginan ataupun kebutuhan memang harus dipenuhi, namun disebabkan karna hal lain misalnya disebabkan oleh gaya hidup yang tinggi, sehingga penelitian ini menjelaskan pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Subang.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan Felicia Claresta Harli (2015) yang menyatakan pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi pendapatan maka perilaku konsumtif juga akan semakin tinggi. Namun Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Dyah Rini Prihastuty, Sri Rahayuningsih (2019) yang menyatakan bahwa pendapatan tidak berpegaruh terhadap perilaku konsumtif.

6. Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus Of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukan bahwa adanya pengaruh dari variabel financial literacy, life style, locus of control, demografi (jenis kelamin), dan demografi (pendapatan) terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dilhat dari hasil uji statistik regresi yang menujukan bahwa nilai sig. F adalah 0.000 dimana nilai tersebut kurang dari 0.05 (sig<0.05) yang berarti kelima tersebut variabel secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Namun berdasarkan nilai Adjusted R (R^2) sebesar 0.467 menandakan bahwa pengaruh kelima variabel independen terhadap variabel dependen hanya sebesar 46,7% bisa jadi berasal dari faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- Financial literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota subang yang berusia 20-35 tahun. yang menunjukan bahwa tingkat financial literacy yang dimiliki generasi milenial di kota Subang semakin tinggi akan membuat perilaku konsumtif pun tinggi.
- Life style berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota subang. Yang menunjukan semakin tinggi life style generasi milenial di kota subang yang

- berusia 20-35 tahun maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif.
- 3. Locus of control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku generasi milenial dikota subang yang berusia 20-35 tahun, yang menunjukan bahwa semakin tinggi locus of control yang dimiliki generasi milenial di kota Subang yang berusia 20-35 tahun maka akan semakin menurun tingkat perilaku konsumtifnya.
- 4. Jenis kelamin tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota subang yang berusia 20-35 tahun. karena jenis kelamin baik laki-laki ataupun perempuan tidak memiliki perbedaan, karena perempuan biasanya berbelanja selalu mempertimbangkan harga, sedangkan laki-laki biasanya selalu tidak suka belanja melainkan lebih terpengaruh dalam perilaku membeli.
- 5. Pendapatan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota Subang. Yang menunjukan besar kecilnya pendapatan di miliki oleh yang generasi milenial dikota Subang yang berusia 20-35 tahun tidak akan berpengaruh terhadap penurunan tigkat perilaku konsumtif.
- 6. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa variabel financial literacy, life style,locus of control dan demografi (jenis kelamin), demografi (pendapatan) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dikota Subang.

SARAN DAN KETERBATASAN Saran

- Saran bagi peneliti selanjutnya
 - a. Penelitian ini hanya menggunakan lima variabel bebas yaitu financial literacy, life style, locus of control dan demografi (jenis kelamin), demografi (pendapatan), untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambah variabel bebas dengan menambah variabel penggunaan e-money.

- Penelitian ini hanya mengambil objek penelitian generasi milenial dikota subang, tetapi dapat dilakukan dikota kota lain atau bisa dilakukan dengan objek penelitian generasi milenial sejawabarat.
- Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner, bagi peneliti selanjutnya bisa menambahkan dengan metode wawancara.
- 2. Saran bagi generasi milenial di kota subang
 - Seharusnya generasi milenial dapat menerapkan pengetahuan tentang literasi keuangan sehingga dapat mengontrol perilaku belanja mengedepankan dengan cara kebutuhan dari pada keinginan. cara menerapkan pengetahuan keuangannya atau literasi keuangannya di dalam kehidupan pribadinya, misalnya seperti merancang daftar belanja agar dapat membeli barang yang lebih dibutuhkan agar pengelola keuangan bisa terkendali. sehingga meskipun pada saat itu ada barang yang sedang diskon atau promo bisa mengendalikan keinginanya.
 - b. generasi milenial diharapkan lebih banyak menabung dibandingkan belanja, menabung atau menyimpan uang bisa dengan berbagai cara seperti menabung uang di bank, atau dengan cara berinyestasi.
- 3. Saran bagi pemerintah dan lembaga keuangan

Melakukan seminar- seminar atau event pelatihan di kota subang maupun mengenai tentang literasi keuangan yang bisa mengontrol dan mengelola keuangan sehari-hari,menyiapkan dan merancang keuangan jangka panjang untuk kehidupan yang sejahtera dimasa yang akan datang, atau berbagai produk keuangan seperti cara berinvestasi dll. Event atau seminar tersebut dilakukan dengan bekerja sama antara OJK dengan sekolah-sekolah, perguruan

tinggi maupun intansi di subang untuk meningkatkan literasi keuangan dan menerapkan dikehidupan pribadinya.

Keterbatasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan saran sebagai berikut :

- Penelitian ini hanya menggunakan instrumen kuesioner sehingga belum menggambarkan secara utuh kondisi yang terjadi pada objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada saat terjadi nya pandemi di indonesia, terkait adanya virus covid-19 sehingga peneliti tidak terjun kelapangan langsung.
- Penelitian ini merasa kesulitan mencari responden karena hanya menggunakan dan memanfaatkan fasilitas social media dan smarthpone.
- Penelitian ini hanya mengambil sampel generasi milenial yang berada di kota Subang saja, sehingga penelitian ini hanya berlaku untuk dikota Subang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Sugihartono, dkk. 2007. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: UNY Press.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung : Alfabeta

Sugiyono (2015). Metode penelitian kombinasi (mix methods) bandung:Alfabeta

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS* 23.Semarang: Badan
Penerbit Universitas Diponegoro.

Artikel dan jurnal

- Astuti, R. P. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Keuangan dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Edutama*, *3*, 50.
- Anisa N. F. & Nurdin (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. ISSN: 2460-6545
- Achadiyah, B. N., & Laily, N. (2013).
 Pengaruh Locus Of Control
 Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa
 Akuntansi. Jurnal Pendidikan
 Akuntansi Indonesia, Vol.XI No.,
 11–18. Malang: Universitas Negeri
 Malang.
- Bashar, Abu, Ahmad, irshad and Washiq,muhamad (2013). A study factors young. The journal of consummer Affairs. Vol 44 No. 2
- Chita, M. C., David, L., & Pali, C. (2015).
 Hubungan Self-Control dengan
 Perilaku Konsumtif Online
 Shopping Produk Fashion pada
 Mahasiswa Fakultas Kedokteran
 Universitas Sam Ratulangi
 Angkatan 2011. JurnaleBiomedik,
 3(1), 297-302.
- Danang K, Dr H.susanto M.S, Tri Maryati S.E.,M.M (2016) pengaruh iklan online, konformitas dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. 13 Oktober 2016 ,Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Dikria, O., & W, S. U.& Sri Umi Mintarti. (2016).Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. Jurnal Pendidikan Ekonomi, 9(2).

- Dyah R. P, Sri R. (2018). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif. Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya September 2018, Vol. 03, No. 02, hal 121 -134.
- Ermawati, N. (2017). Pengaruh Need for Achivment Dan Locus of Control terhadap Intensi Berwirausaha melalui Sikap Siswa Kelas Xii SMK Negeri Kota Semarang. *Jurnal of Economic Education*, Vol 6 No.1, Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Jurnal pendidikan Bisnis dan Ekonomi,4(1), 12
- Harli, Felicia Claresta dkk. (2015).

 "Pengaruh Financial Literacy dan
 Faktor Sosiodemografi terhadap
 Perilaku Konsumtif". Jurnal.

 Vinesta Vol 3 No 1, halaman 5862.
- Huri, Liana (2017). pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku konsumtif. skripsi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya Bandar Lampung
- Imawati, I., Susilaningsih, & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. Jurnal Pendidikan Ekonomi Universitas Sebelas Maret, 2(1), 48-58.
- Machrus, Hawa'im dan Urip Purwono. (2010). Pengukuran Perilaku Berdasarkan Theory of Planned Behavior. INSAN Media Psikologi. Volume 12(1); hlm. 64-72

- Madani hatta, baihaqi, Resti ramahdaniati, (2017). Perilaku bebagi pengetahuan akuntansi pada dosen akuntansi kota bengkulu: pendekatan theory of planned behaviour (TPB). Jurnal akuntansi, ekonomi dan manajemen bisnis)
- Margaretha, Farah dan Reza Arif P. 2015.Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi.Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan: Vol.17,No. 1.Maret 2015. 76-85
- Kusumaningtyas. I (2017) Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas Xi Ips Di Sma Negeri 1 Taman Sidoarjo Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya
- Krishna, A., Rofaida, R., & Sari, M. (2010).
 Analisis Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya (Survey Pada Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *Proceedingsof The 4th International Conference on teacher Education* (pp. 8-10). Indonesia: Join Conference UPI & UPSI Bandung.
- Krisdiantoro, D., Susanto, & Maryati, T. (2016). Pengaruh Iklan Online,Konformitas, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *JournalManagement*.
- Nurlatifah. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Siswa Dalam Menabung (Studi Kasus Siswa SMA Negeri Di Kota Lubuk Pakam). [Skripsi].Medan (ID): Fakultas Ekonomi dan Bisnis UniversitasSumatera Utara.
- Nailatul Hidayah & Prasetyo Ari Bowo (2018). Pengaruh uang saku. Locus of control dan lingkungan

- teman sebaya terhadap perilaku konsumtif.
- Natasha Shanty Herawati(2015).

 Pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku konsumtif. Artikel Ilmiah Kolaborasi Riset Dosen & Mahasiswa.
- Nungky Irma Triyanti1 &Usman Effendi2 (2017)Consumer Behavior:
 Confidence Relationships And
 Conformity With Consumtive
 Behavior Online Shopping Fashion
 Products Users Instagram
 Applications. Vol. 6 I No. 1, Hal.
 51-56
- Oktafikasari, Eva. 2017. Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. Economic EducationAnalysis Journal Vol. 6, No. 3 hlm. 685
- Palamba, F. G. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Akuntanasi Universitas Sanata Dharma. [Skripsi]. Yogyakarta (ID): Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma. Purwandi I. dkk, 2017,"Milenial Nusantara", PTGramedia Pustaka utama
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018).

 Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jurnal riset sains manajemen, 2 (3), 103-110.
- Purwandi I. dkk, 2017,"Milenial Nusantara", PTGramedia Pustaka utama
- Ramdhani. N. (2009) Model perilaku penggunaan TIK "NR2007" pengembangan dari technologi acceptance model (TAM).

- Ramdhani, Neila (2011).Penyusunan Alat Pengukur Berbasis *Theory of Planned Behavior*.Buletin Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada Volume 19, No. 2, 2011: 55 – 69.
- Ramdhani, Rianti Hikmah (2019).
 Pengaruh literasi keuangan,
 electronic money, gaya hidup dan
 kontrol diri terhadap perilaku
 konsumtif.from Repositori Institusi
 USU, Univsersitas Sumatera Utara
- Sathish, S., & Rajamohan, A. (2012). Consumer Behavior and Lifestyle Marketing. International Journal of Marketing, Financial Services &ManagementResearch, 1(10).
- Sezin, Baysal. Dkk, 2014, "Working With Generations X And Y In Generation ZPeriod: Management Of Different Generations In Business Life", Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy
- Siti fatimah (2019). Pengaruh financial literacy, financial self efficacy, social economic status dan locus of control terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. Skripsi UIN SUKA Riau.
- Utami, Fika Ariani Dan Sumaryono. 2008.
 Pembelian Impulsif Ditinjau Dari
 Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin
 Pada Remaja. Jurnal Psikologi
 Proyeksi, 3(1), pp: 46-57.
- zahra Qurotaa'yun, astrie Krisnawati (2019) pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di kota bandung. Journal Accounting and Finance Edisi Vol. 3 No. 1 Maret 2019
- Zahra Qurotaa'yun Astrie Krisnawati2 (2019,). Generasi Milenial Masih

- Pembelanja Online Terbesar di Indonesia. Retrieved from. https://marketeers.com/generasimilenial masih-pembelanja-onlineterbesar-di-indonesia/ (diakses 5 november 2019)
- Zahra Qurotaa'yun Astrie Krisnawati2 (2019,). Mengapa Generasi Millennials Suka Belanja.
 Retrieved from https://republika.co.id/berita/gayahidup/trend/17/01/31/okn5b2328-mengapa-generasi-millennials-suka-belanja [Diakses 5 Januari 2020)
- Zahra Qurotaa'yun Astrie Krisnawati2
 (2019,)https://www.nielsen.com/id/
 en/press-releases/2016/indonesiakembali-berada-pada-peringkatketiga-negara-paling-optimistis-didunia/

Web

- Badan Pusat Statistik. (2019, Agustus 24).

 Jumlah Penduduk Menurut
 Kelompok Umur dan Jenis Kelamin
 di Kota subang 2017.Retrieved
 from
 https://subangkab.bps.go.id/public_ation/2019/08/16/94f76338bddfaf2_d68e647c4/kabupaten-subang-dalam-angka-2019.html [Diakses 5
- Indonesia Millennial Report 2019
 https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf
- Statistik Gender Tematik: "Profil Generasi Milenial Indonesia 2018". Retrieved from.

 https://www.kemenpppa.go.id/lib/uploads/list/9acde-buku-profilgenerasi-milenia.pdf (Diakses 5 november 2019).
- Otoritas jasa keuangan (2019).

 https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Siaran-Pers-Survei-DJK-2019-Indeks-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-Meningkat.aspx

https://www.cnnindonesia.com/gaya-

hidup/20180418215055-282-291845/alasan- generasi-mileniallebih-konsumtif (Diakses 5 november 2019)

https://ekonomi.kompas.com/read/2015/0

8/08/110746226/OJK.Orang.Indon esia.Makin.Konsumtif itagar.id/artikel/gayahidup/memahami-generasimilenial-yang-gemar-berbelanja

https://money.kompas.com/read/2019/03/

21/161700826/survei--generasimilenial-lebih-boros-ketimbanggenerasi-lain (Diakses 5 Januari 2020)

https://www.topreneur.id/inilah-5-kota-di-

indonesia-dengan-jumlah-pembelionline-terbanyak-dalam-3-tahunterakhir/ (Dikases 15 desember 2019)

https://www.cnbcindonesia.com/news/201 90321091350-4-62001/ct-bicara-milenialkonsumerisme-jadi-gaya-hidup