

## **Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Layanan ShopeePay Pada Generasi Y Dan Z Di Kota Bandung**

Dewi Aprilia <sup>✉</sup> Sita Deliyana Firmialy<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Telkom Bandung

### **Abstrak**

Penelitian ini, memakai sampel *non-probability sampling* Teknik probability yang digunakan *purposive sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan menggunakan kriteria tertentu. Penentuan sample menggunakan rumus bernoulli, Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus bernoulli, maka diperoleh jumlah sampel minimum sebesar 100 orang responden. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial bahwa terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, hal ini didasarkan pada pengujian uji t, diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan signifikansi (*pvalue*)  $< 0.05$ , dan terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji f, diperoleh hasil  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan signifikansi (*pvalue*)  $< 0.05$ . Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z pengguna shopeepay di kota Bandung maka diperoleh kesimpulan, sebagai berikut: terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay, terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay. terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay

**Kata Kunci:** gaya hidup, literasi keuangan, perilaku konsumtif

Copyright (c) 2022 Dewi Aprilia

---

<sup>✉</sup> Corresponding author : [sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id](mailto:sitadeliyanafirmialy@telkomuniversity.ac.id)

## **PENDAHULUAN**

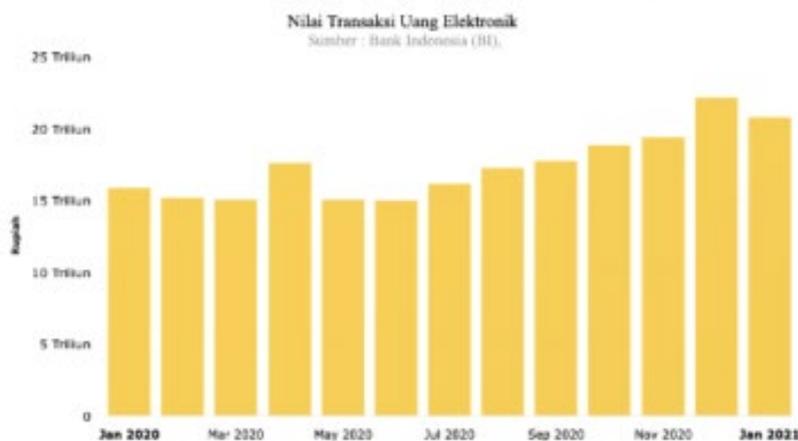
Perkembangan zaman menuju kearah modern menyebabkan terjadinya perubahan pola atau corak kehidupan di masyarakat. Perkembangan teknologi informasi serta meluasnya penyebaran globalisasi membuat corak kehidupan menuju kearah modernitas. Gaya hidup digital merupakan sebuah fenomena bagi masyarakat milenial dewasa ini. Hal ini menjelaskan bahwa gaya hidup digital merupakan revolusi gaya hidup (bahkan budaya hidup) akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat.

Dengan menggunakan peralatan digital, pekerjaan dapat dilakukan dengan lebih efisien dalam arti menghemat biaya dan juga waktu, dapat lebih efektif karena tujuan pekerjaan bisa dicapai lebih cepat dari sebelumnya. Para ahli mengatakan bahwa tujuan utama gaya hidup digital adalah optimalisasi produktivitas dengan menggunakan berbagai perangkat dari manfaat teknologi informasi. (perdimanurungstimkpringsewu, 2016)

Selain itu dalam metode pembayaran di zaman sekarang, orang-orang lebih menyukai pembayaran menggunakan uang elektronik, ada dua jenis metode pembayaran: tunai dan non-tunai. Pembayaran yang dilakukan dengan mata uang seperti koin dan kertas disebut sebagai alat pembayaran tunai. Sedangkan alat pembayaran nontunai adalah sistem atau cara pembayaran transaksi yang tidak memerlukan uang fisik. Kartu kredit, kartu debit, cek, dan uang elektronik, atau E-money, hanyalah beberapa contohnya. Penggunaan alat pembayaran nontunai tidak bisa lagi dihindari mengingat kebutuhan dunia digital yang serba cepat. Alat pembayaran nontunai memiliki banyak manfaat dan keunggulan yang tidak hanya sekedar beradaptasi dengan perkembangan zaman. Praktis dan efisien, mencegah kejahatan, penyimpanan yang aman, riwayat pengeluaran yang lebih terorganisir, dan sejumlah besar promosi dan diskon, yang semuanya dapat dilakukan di mana saja.

Alat pembayaran digital terus berkembang hingga saat ini dikemas dalam aplikasi dompet digital yang menyediakan segala macam transaksi pembayaran, menyimpan dana, ataupun mentransfer uang kepada pengguna lain. Adanya dompet digital dapat mempermudah transaksi baik secara online maupun offline. Dampak adanya covid-19 beberapa bulan terakhir sehingga pemerintah menetapkan peraturan pembatasan kegiatan diluar rumah, masyarakat merubah pola belanja dengan melakukan transaksi menggunakan dompet digital. Berbagai macam aplikasi dompet digital yang tersedia di Indonesia saat ini seperti ShopeePay, GoPay, Link aja, Dana, Ovo yang bekerja sama dengan ratusan ribu merchant online (*official store*) maupun offline.

E-money terus tumbuh popularitasnya, baik dari sisi pengguna maupun transaksinya. Pada Januari 2021, nilai transaksi uang elektronik melampaui Rp 20,7 triliun, menurut Bank Indonesia (BI). Angka ini naik 30,7 persen dari Rp 15,9 triliun pada periode yang sama tahun sebelumnya. Pada masa pandemi, jumlah masyarakat yang menggunakan e-money meningkat 41,2 persen, mencapai 204,9 triliun pada tahun 2020. Hal tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.2 yang menunjukkan grafik survei Bank Indonesia pada tahun 2021.



**Gambar 1** Nilai transaksi Uang Elektronik

Sumber: Bank Indonesia, 2021

Dari grafik diatas mengenai nilai transaksi uang elektronik selalu mengalami kenaikan setiap bulanan dari januari 2020 hingga januari 2021, penurunan transaksi hanya terjadi disaat bulan april 2020 ke bulan mei 2020, dari 17 triliun turun ke 15 triliun, namun setelah bulan mei hingga januari 2021 transaksi uang elektronik selalu mengalami kenaikan.

Untuk menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, seseorang harus mempunyai kontrol diri yang kuat guna untuk mengendalikan diri dalam penggunaan e-money agar tidak terjerumus kearah konsumtif. Pengendalian diri mengacu pada kemampuan seseorang untuk mengatur perilakunya agar dapat melakukan kegiatan yang efektif yang akan mengarahkannya untuk membuat pilihan terbaik dalam hal konsumsi dan menghindari berkembangnya sikap konsumtif (Dikria dan Mintarti, 2016 dalam Dewi, 2021). Tujuannya adalah agar seseorang dapat menahan diri dari melakukan sesuatu yang salah atau bertentangan dengan norma sosial. Kemampuan seseorang untuk mengatur dirinya sendiri sebanding dengan tingkat pengendalian dirinya.

Untuk memperkuat data penelitian ini, penulis melakukan prakuesioner yang disebarkan kepada 30 responden, dimana responden dalam penelitian ini memiliki kriteria-kriteria tertentu seperti: termasuk generasi Y ataupun Z, berdomilisi di kota Bandung dan merupakan pengguna shopeepay. Berikut hasil prakuesioner dalam penelitian ini:

Tabel 1. Gaya Hidup

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	Persentase
		5	4	3	2	1			
1	Dengan adanya fitur shopeepay membuat orang tertarik dalam melakukan pembelian di shopee	8	9	4	7	2	104	150	69%
2	Penggunaan shopeepay memiliki keuntungan dalam mendapatkan voucher gratis ongkir tanpa minimal pembelian	7	12	6	5	0	111	150	74%

3	Top up shopeepay dapat dilakukan dengan sehingga memudahkan konsumen	10	6	11	3	0	113	150	75%
4	Selalu menggunakan shopeepay dalam melakukan transaksi pembayaran	10	1 1	8	0	1	119	150	79%
5	Pembayaran Tagihan dapat dilakukan pada aplikasi shopee dengan menggunakan shopeepay	9	1 3	2	6	0	110	150	73%
6	Senang mebuca aplikasi shopee di waktu yang luang	1 6	9	3	2	0	129	150	86%
7	Tertarik menggunakan shopeepay karena kemudahannya saat bertransaksi	15	7	8	0	0	127	150	85%
8	Terpengaruh oleh influencer untuk melakukan pembayaran menggunakan shopeepay	9	8	5	7	1	111	150	74%
9	Shopeepay merupakan e wallet yang aman dan terpercaya	10	4	8	7	1	105	150	70%

*Sumber:* Hasil pengolahan data, 2022

Dari hasil prakuesioner mengenai gaya hidup seperti diatas, maka dapat dideskripsikan bahwa dari 9 kuesioner mengenai gaya hidup, indikator yang memiliki nilai paling besar terdapat pada poin ke 6 yang berisikan "Senang membuka aplikasi shopee di waktu yang luang" dengan total nilai 86%, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi X dan Y di kota Bandung jika terdapat waktu luang lebih memilih untuk membuka aplikasi shopee, baik hanya sekedar melihat-lihat saja atau melakukan pembelian.

Kemudian indikator yang paling rendah terdapat pada poin ke 1 yang berisikan "Dengan adanya fitur shopeepay membuat orang tertarik dalam melakukan pembelian di shopee" dengan total nilai sebesar 69%, sehingga dapat diartikan bahwa semenjak adanya metode pembayaran shopeepay, generasi X dan Y tidak terpengaruh untuk lebih sering melakukan pembelian barang di shopee atau melakukan aktivitas transaksi yang lainnya menggunakan shopeepay.

Kusnandar dan Kurniawan (2018) berpendapat bahwa masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Kehidupan modern telah mendidik orang tak sekedar berusaha memenuhi kebutuhan, tetapi juga berusaha memenuhi gejala keinginan. Banyak orang yang membeli suatu barang yang bukan kebutuhannya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan membeli produk tersebut. Seiring dengan perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat, memberikan pengaruh pada perilaku masyarakat khususnya perilaku konsumtif dalam berbelanja online.

Tabel 2. Literasi Keuangan

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	Persentase
		5	4	3	2	1			
1	Dapat membuat keputusan yang tepat sebelum melakukan transaksi	5	8	9	6	2	98	150	65%

2	Memakai shopee koin untuk mendapatkan potongan harga	7	1 2	6	5	0	111	150	74%
3	Memilih metode pembayaran di shopee yang memberikan keuntungan	17	6	7	0	0	130	150	86%
4	Berbelanja sesuai dengan anggaran yang ditetapkan sebelumnya	10	1 1	8	0	1	119	150	79%
5	Mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam penggunaan Shopeepay	9	1 3	2	6	0	115	150	76%
6	Memilah antara kebutuhan primer dan sekunder	1 0	7	3	6	4	103	150	68%
7	Memiliki anggaran tertentu dalam penggunaan shopeepay	8	9	7	6	0	109	150	72%
8	Membuat anggaran untuk perencanaan pengeluaran dalam berbelanja online	6	1 0	4	5	5	97	150	64%

9	Memilih metode pembayaran dengan menggunakan COD ( <i>Cash On Delivery</i> ) saat melakukan transaksi, guna untuk meminimalisir barang tidak sesuai yang dipesan	5	4	10	7	4	89	150	59%
10	Melakukan pembayaran menggunakan shopeepay dapat meminimalisir tindakan penipuan	6	10	5	7	2	101	150	67%
11	Transaksi menggunakan shopeepay memberi keuntungan bagi penggunaanya	12	13	3	2	0	125	150	83%
12	Mengikuti akun toko untuk mendapatkan voucher potongan harga atau cashback koin	7	4	6	9	4	91	150	60%

*Sumber:* Hasil pengolahan data, 2022

Dari hasil prakuesioner mengenai literasi keuangan seperti diatas, maka dapat dideskripsikan bahwa dari 12 kuesioner mengenai literasi keuangan, indikator yang memiliki nilai paling besar terdapat pada poin ke 3 yang berisikan “Memilih metode pembayaran di shopee yang memberikan keuntungan” dengan total nilai 86%, sehingga

dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi X dan Y di kota Bandung memilih metode pembayaran shopeepay untuk melakukan transaksi karena memberi keuntungan, keuntungan yang diperoleh seperti mendapatkan cashback, gratis ongkir hingga mendapatkan poin shopeepay.

Kemudian indikator yang paling rendah terdapat pada poin ke 9 yang berisikan “Memilih metode pembayaran dengan menggunakan COD (*Cash On Delivery*) saat melakukan transaksi, guna untuk meminimalisir barang tidak sesuai yang dipesan ” dengan total nilai sebesar 59%, sehingga dapat diartikan bahwa semenjak adanya metode pembayaran dengan system COD (*Cash On Delivery*) tidak terlalu menjadi favorit generasi Y dan Z di kota Bandung.

Literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2013) adalah kemampuan memahami, maka dapat diartikan literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam mengelola dana yang dimiliki sehingga lebih berkembang dan berdampak terhadap kesejahteraan dimasa depan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi keuangan diartikan sebagai proses meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*convidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat agar lebih mampu melakukan pengelolaan keuangan dengan baik.

**Tabel 2.** Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Jawaban Responden					Total Skor	Skor Ideal	Persentase
		5	4	3	2	1			
		SS	S	CS	TS	STS			
1	Melakukan pembelian tanpa melihat fungsi atau manfaat jangka panjang barang tersebut	12	6	4	7	1	111	150	74%
2	Senang melakukan pembelian shopee dengan alasan produk yang unik	9	12	6	3	0	117	150	78%
3	Melakukan pembelian shopee dengan alasan flash sale dan promo pada tanggal	11	8	10	1	0	120	150	80%

	kembar								
4	Membeli barang tanpa pertimbangan matang terlebih dahulu	8	4	5	10	3	94	150	62%
5	Membeli barang karena keinginan sesaat	9	9	2	7	3	104	150	69%
6	Melakukan pembelian karena adanya flash sale	11	10	6	3	0	122	150	81%
7	Membeli barang karena kebutuhan tersier	10	9	3	3	5	106	150	70%
8	Lebih memprioritaskan membeli barang untuk kesenangan dibandingkan kebutuhan pokok	12	4	5	6	3	106	150	70%
9	Melakukan pembelian barang untuk mendukung aktivitas hobby	8	4	5	7	6	91	150	60%

Sumber: Hasil pengolahan data, 2022

Dari hasil prakuesioner mengenai perilaku konsumtif seperti diatas, maka dapat

dideskripsikan bahwa dari 9 kuesioner mengenai perilaku konsumtif, indikator yang memiliki nilai paling besar terdapat pada poin ke 6 yang berisikan “Melakukan pembelian karena adanya *flash sale*” dengan total nilai 81%, sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi X dan Y di kota Bandung melakukan barang di shopee karena sedang berlangsungnya *flash sale* atau diskon dalam waktu cepat karena harga akan lebih murah dan terdapat promo-promo menarik lainnya yang dapat menarik minat beli generasi Y dan Z di kota Bandung.

Kemudian indikator yang paling rendah terdapat pada poin ke 9 yang berisikan “Melakukan pembelian barang untuk mendukung aktivitas hobby” dengan total nilai sebesar 60%, sehingga dapat diartikan bahwa sebagian kecil generasi Y dan Z di kota Bandung yang melakukan transaksi pembelian untuk kebutuhan hobby masih tergolong kecil dibanding dengan kebutuhan lain. Wahyudi (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak didasari pemikiran dan pertimbangan yang rasional. Akan tetapi, lebih kepada adanya unsur *matrealistik*, hasrat yang tidak terkendali untuk memiliki benda mewah dan berlebihan, serta sesuatu yang dianggap paling mahal sebagai pemenuhan hasrat kesenangan semata.

Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Rika Wahyuni di tahun 2019 dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang” dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang, literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang dan gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. Dari penelitian terdahulu maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam menggunakan layanan shopeepay pada generasi Y dan Z di kota Bandung”.

## METODOLOGI

Menurut Sugiyono (2017:2) mengatakan bahwa, metode penelitian pada dasarnya merupakan ciri-ciri ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan jenis penelitian, penelitian ini termasuk kedalam penelitian kuantitatif, seperti yang dikemukakan oleh (Sugiyono 2017:8) bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk mengaju hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bersifat deskriptif, menurut Surjaweni (2015:49) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan guna untuk mengetahui nilai masing masing variabel tersebut, baik satu variabel atau lebih yang bersifat independen tanpa membuat hubungan ataupun perbandingan dengan variabel yang lain. Sedangkan hubungan kausal dalam penelitian ini memiliki sebab dan akibat, karena ada variabel yang

mempengaruhi dan variabel yang dipengaruhi. Data dianalisis dengan uji regresi linear berganda dalam aplikasi *software* SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Realibilitas

#### Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:125) validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Untuk mencari validitas sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut. Jika koefisien antara item dengan total item sama atau diatas 0.3 maka item tersebut dinyatakan valid, tetapi jika nilai korelasinya dibawah 0.3 maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian validitas sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Uji Validitas**

<i>Variabel</i>	<i>No Item</i>	<i>Rhitung</i>	<i>Rkritis</i>	<i>Kesimpulan</i>
<i>Gaya Hidup</i>	P1	0.416	0.300	Valid
	P2	0.637	0.300	Valid
	P3	0.647	0.300	Valid
	P4	0.351	0.300	Valid
	P5	0.651	0.300	Valid
	P6	0.377	0.300	Valid
	P7	0.330	0.300	Valid
	P8	0.425	0.300	Valid
	P9	0.439	0.300	Valid
	P10	0.584	0.300	Valid
	P11	0.410	0.300	Valid
	P12	0.525	0.300	Valid
	P13	0.496	0.300	Valid
	P14	0.651	0.300	Valid
	P15	0.621	0.300	Valid
<i>Literasi Keuangan</i>	P1	0.466	0.300	Valid
	P2	0.594	0.300	Valid
	P3	0.775	0.300	Valid
	P4	0.779	0.300	Valid
	P5	0.519	0.300	Valid
	P6	0.319	0.300	Valid
	P7	0.335	0.300	Valid
	P8	0.341	0.300	Valid
	P9	0.324	0.300	Valid
	P10	0.471	0.300	Valid
	P11	0.778	0.300	Valid

<i>Perilaku Konsumtif</i>	P12	0.426	0.300	Valid
	P13	0.441	0.300	Valid
	P14	0.531	0.300	Valid
	P15	0.620	0.300	Valid
	P16	0.358	0.300	Valid
	P17	0.355	0.300	Valid
	P18	0.402	0.300	Valid
	P19	0.731	0.300	Valid
	P20	0.523	0.300	Valid
	P1	0.645	0.300	Valid
	P2	0.619	0.300	Valid
	P3	0.496	0.300	Valid
	P4	0.517	0.300	Valid
	P5	0.479	0.300	Valid
	P6	0.369	0.300	Valid
	P7	0.374	0.300	Valid
	P8	0.359	0.300	Valid
	P9	0.541	0.300	Valid
	P10	0.351	0.300	Valid
	P11	0.509	0.300	Valid
	P12	0.769	0.300	Valid
	P13	0.738	0.300	Valid
	P14	0.700	0.300	Valid
	P15	0.708	0.300	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas, diperoleh hasil bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{kritis}$  sebesar 0.300, sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan pada masing-masing variabel adalah valid.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2019:176) Hasil penelitian yang reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Menurut Sugiyono (2016) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.60 (*Cronbach Alpha* > 0.60). Pada umumnya reliabilitas kurang dari 0.6 dianggap tidak reliabel, jika reliabilitas berada pada kisaran 0.7 akan diterima, dan 0.8 maka dianggap reliabel. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3 Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Kritis	Kesimpulan
Gaya Hidup	0.794	0.700	Reliabel
Literasi Keuangan	0.845	0.700	Reliabel

<i>Perilaku Konsumtif</i>	0.839	0.700	Reliabel
---------------------------	-------	-------	----------

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil uji reliabilitas memiliki nilai koefisien *cronbach alpha* >0.700, sehingga dapat dinyatakan bahwa item pernyataan yang digunakan pada variabel dalam penelitian sudah reliabel.

### Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:147) analisis deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya hidup, literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z pengguna shopeepay di kota Bandung.

### Tanggapan Responden mengenai Gaya Hidup

Tanggapan responden mengenai gaya hidup, diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada generasi Y dan Z yang menggunakan e wallet shopee pay di Kota Bandung yang berjumlah sebanyak 100 orang. Kuesioner mengenai gaya hidup terdiri dari 15 item pernyataan yang telah ditanggapi oleh responden. Berikut merupakan hasil dari tanggapan seluruh responden yang dapat diketahui pada tabel, sebagai berikut:

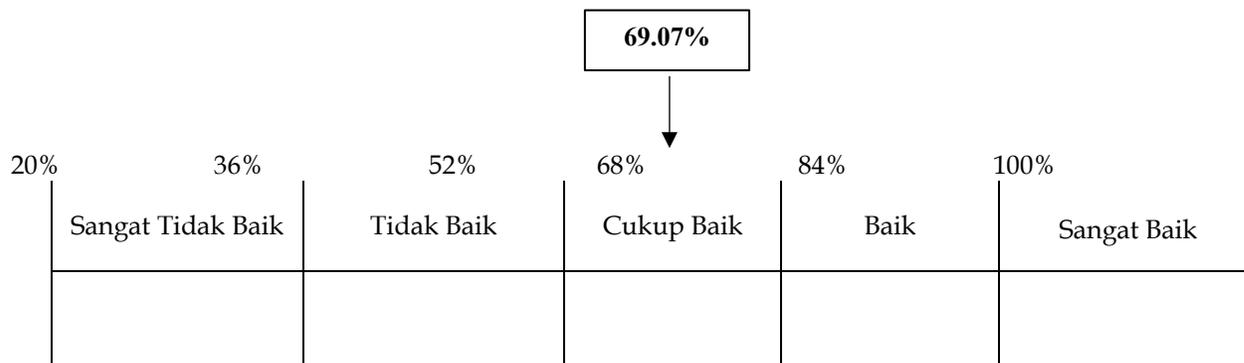
**Tabel 3 .** Tanggapan Responden mengenai Gaya Hidup

<i>Item</i>	<i>Tanggapan Responden</i>					<i>N</i>	<i>ST</i>	<i>SI</i>	<i>%</i>
	<i>SS</i>	<i>S</i>	<i>KS</i>	<i>TS</i>	<i>STS</i>				
<i>P1</i>	15	15	46	21	3	100	318	500	63.60
<i>P2</i>	27	34	28	5	6	100	371	500	74.20
<i>P3</i>	10	28	41	13	8	100	319	500	63.80
<i>P4</i>	18	46	28	6	2	100	372	500	74.40
<i>P5</i>	17	42	27	8	6	100	356	500	71.20
<i>P6</i>	18	57	18	4	3	100	383	500	76.60
<i>P7</i>	9	21	50	15	5	100	314	500	62.80
<i>P8</i>	19	43	26	7	5	100	364	500	72.80
<i>P9</i>	21	45	25	5	4	100	374	500	74.80
<i>P10</i>	23	41	25	4	7	100	369	500	73.80
<i>P11</i>	19	20	32	17	12	100	317	500	63.40
<i>P12</i>	28	24	23	14	11	100	344	500	68.80
<i>P13</i>	17	29	23	16	15	100	317	500	63.40
<i>P14</i>	19	30	23	13	15	100	325	500	65.00
<i>P15</i>	21	30	26	11	12	100	337	500	67.40
<b><i>Skortotal</i></b>							<b>5180</b>	<b>7500</b>	<b>69.07</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Tabel 4 diatas, menjelaskan hasil dari tanggapan generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung sebanyak 100 orang mengenai gaya hidup, dapat diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi berada pada item pernyataan sembilan mengenai penggunaan shopeepay memiliki keuntungan dalam mendapatkan voucher gratis

ongkir tanpa minimal pembelian, dengan hasil persentase skor sebesar 74.80%, sedangkan tanggapan responden terendah berada pada item pernyataan tujuh mengenai banyaknya promo yang menarik membuat orang tertarik dalam melakukan pembelian di shopee, dengan hasil persentase skor sebesar 62.80%. Selanjutnya untuk mengetahui secara keseluruhan gaya hidup, maka peneliti menggunakan garis kontinum, yaitu, sebagai berikut:



**Gambar 4** Garis Kontinum mengenai Gaya Hidup  
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 4 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai gaya hidup sebesar 69.07%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria baik, sehingga dapat dinyatakan adanya gaya hidup yang tinggi dari generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung.

**Tanggapan Responden mengenai Literasi Keuangan**

Tanggapan responden mengenai literasi keuangan, diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada generasi Y dan Z yang menggunakan e wallet shopee pay di Kota Bandung yang berjumlah sebanyak 100 orang. Kuesioner mengenai gaya hidup terdiri dari 20 item pernyataan yang telah ditanggapi oleh responden. Berikut merupakan hasil dari tanggapan seluruh responden yang dapat diketahui pada tabel, sebagai berikut

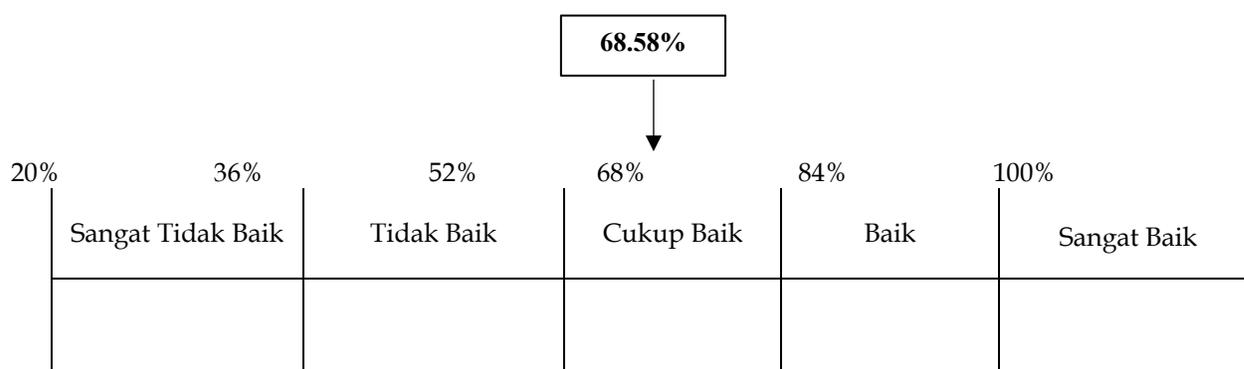
**Tabel 4**Tanggapan Responden mengenai Literasi Keuangan

Item	Tanggapan Responden					N	ST	SI	%
	SS	S	KS	TS	STS				
P1	26	26	22	16	10	100	342	500	68.40
P2	10	29	36	14	11	100	313	500	62.60
P3	21	41	24	7	7	100	362	500	72.40
P4	19	40	26	8	7	100	356	500	71.20
P5	19	34	31	9	7	100	349	500	69.80
P6	19	45	30	5	1	100	376	500	75.20
P7	18	37	36	4	5	100	359	500	71.80
P8	18	45	26	7	4	100	366	500	73.20
P9	21	45	25	6	3	100	375	500	75.00
P10	12	18	45	18	7	100	310	500	62.00
P11	18	42	26	7	7	100	357	500	71.40
P12	13	26	40	18	3	100	328	500	65.60
P13	17	27	26	16	14	100	317	500	63.40
P14	20	30	23	13	14	100	329	500	65.80
P15	22	30	26	11	11	100	341	500	68.20

<b>P16</b>	16	38	22	11	13	100	333	500	66.60
<b>P17</b>	15	33	22	13	17	100	316	500	63.20
<b>P18</b>	11	35	24	14	16	100	311	500	62.20
<b>P19</b>	20	40	23	10	7	100	356	500	71.20
<b>P20</b>	35	20	24	14	7	100	362	500	72.40
<b>Skortotal</b>							<b>6858</b>	<b>10000</b>	<b>68.58</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Tabel 5 diatas, menjelaskan hasil dari tanggapan generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung sebanyak 100 orang mengenai literasi keuangan, dapat diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi berada pada item pernyataan enam mengenai menjadikan shopeepay sebagai pilihan utama dalam melakukan pembayaran, dengan hasil persentase skor sebesar 75.20%, sedangkan tanggapan responden terendah berada pada item pernyataan delapan belas mengenai melakukan perencanaan belanja perbulan melalui aplikasi Shopee dengan hasil persentase skor sebesar 62.20%. Selanjutnya untuk mengetahui secara keseluruhan literasi keuangan, maka peneliti menggunakan garis kontinum, yaitu, sebagai berikut:



**Gambar 5** Garis Kontinum mengenai Literasi Keuangan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 5 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai literasi keuangan sebesar 68.58%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria baik, sehingga dapat dinyatakan adanya literasi kauangan yang baik dari generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung.

### Tanggapan Responden mengenai Perilaku Konsumtif

Tanggapan responden mengenai perilaku konsumtif, diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner kepada generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung yang berjumlah sebanyak 100 orang. Kuesioner mengenai perilaku konsumtif terdiri dari 15 item pernyataan yang telah ditanggapi oleh responden. Berikut merupakan hasil dari tanggapan seluruh responden yang dapat diketahui pada tabel, sebagai berikut:

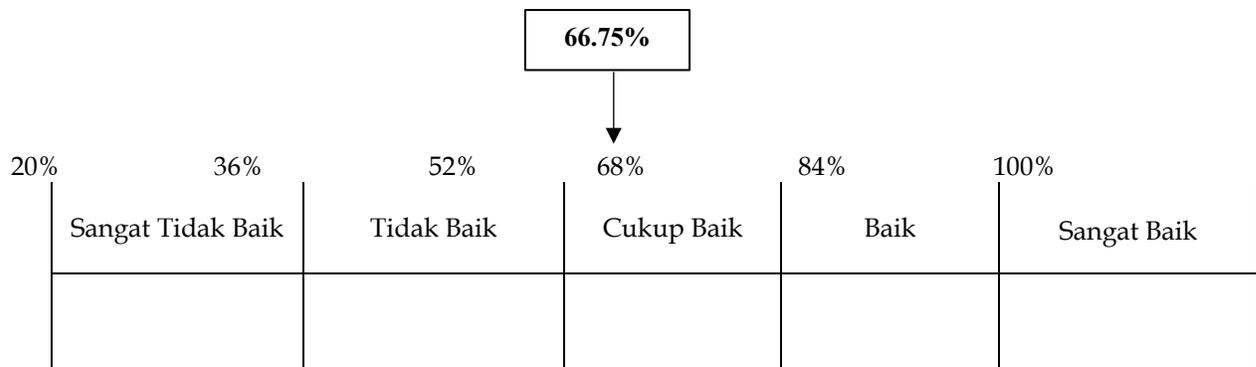
**Tabel 6** Tanggapan Responden mengenai Perilaku Konsumtif

Item	Tanggapan Responden					N	ST	SI	%
	SS	S	KS	TS	STS				
P1	29	39	19	7	6	100	378	500	75.60

P2	27	35	22	9	7	100	366	500	73.20
P3	5	37	35	18	5	100	319	500	63.80
P4	17	33	33	11	6	100	344	500	68.80
P5	6	38	38	14	4	100	328	500	65.60
P6	16	38	33	8	5	100	352	500	70.40
P7	15	31	36	14	4	100	339	500	67.80
P8	13	34	39	11	3	100	343	500	68.60
P9	12	20	44	16	8	100	312	500	62.40
P10	6	16	50	24	4	100	296	500	59.20
P11	23	33	31	12	1	100	365	500	73.00
P12	10	30	37	14	9	100	318	500	63.60
P13	9	22	41	19	9	100	303	500	60.60
P14	22	26	23	12	17	100	324	500	64.80
P15	17	30	24	13	16	100	319	500	63.80
<b>Skortotal</b>							<b>5006</b>	<b>7500</b>	<b>66.75</b>

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Tabel 6 diatas, menjelaskan hasil dari tanggapan generasi Y dan Z yang menggunakan e-wallet shopee pay di Kota Bandung sebanyak 100 orang mengenai perilaku konsumtif, dapat diketahui bahwa tanggapan responden tertinggi berada pada item pernyataan pertama mengenai membeli barang tanpa pertimbangan matang terlebih dahulu, dengan hasil persentase skor sebesar 75.60%, sedangkan tanggapan responden terendah berada pada item pernyataan sepuluh mengenai senang melakukan pembelian shopee dengan alasan mengikuti trend, dengan hasil persentase skor sebesar 59.20%. Selanjutnya untuk mengetahui secara keseluruhan perilaku konsumtif, maka peneliti menggunakan garis kontinum, yaitu, sebagai berikut:



**Gambar 7 Garis Kontinum mengenai Perilaku Konsumtif**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 71 garis kontinum diatas, diperoleh hasil skor persentase mengenai perilaku konsumtif sebesar 66.75%, hasil skor persentase tersebut berada pada kriteria cukup baik, sehingga dapat dinyatakan adanya perilaku konsumtif yang cukup tinggi dari dari generasi Y dan Z yang menggunakan e- wallet shopee pay di Kota Bandung.

## Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Tujuan dilakukan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z pengguna shopeepay di kota Bandung.

### Asumsi Klasik

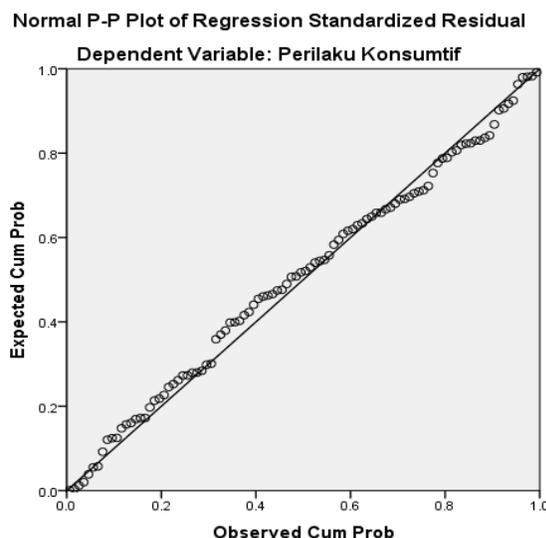
Dalam rangka mendapatkan hasil terbaik, sebelum melangsungkan uji regresi, metode mensyaratkan agar melangsungkan uji asumsi klasik terlebih dahulu, yang dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas dan heterokedastisitas.

### Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018:161) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu (residual) memiliki distribusi normal. Adapun dasar pengambilan keputusannya sebagai berikut :

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Selain itu, uji normalitas dapat dengan menggunakan *one sample* kolmogorov smirnov, yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikan diatas 0,05 maka data terdistribusi normal. Sedangkan jika hasil *one sample* kolmogorov smirnov menunjukkan nilai signifikan dibawah 0.05 maka data tidak terdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut:



**Gambar 8 Grafik Normality Probability Plot**

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan gambar 8 diatas, dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu pengujian normalitas akan dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov, sebagai berikut:

### Tabel 9 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.64464467
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.055
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 9 hasil uji normalitas dengan uji kolmogorov smirnov diatas, diperoleh hasil signifikansi sebesar 0.200, dikarenakan hasil signifikansi (*asympt. sig. (2-tailed)*) sebesar  $0.200 > 0.05$ , maka dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal. Dari hasil kedua pengujian diatas, maka dapat diketahui bahwa diperoleh hasil yang konsisten bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal.

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018:120) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat-syarat asumsi klasik pada model regresi, dimana dalam model regresi harus dipenuhi syarat tidak adanya heteroskedastisitas. Untuk melihat adanya heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik. Uji statistik yang dipilih adalah uji glejser. Adapun kriteria dalam uji Glejser adalah sebagai berikut:

- 1) Apabila sig. 2-tailed  $\alpha < 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas
- 2) Apabila sig. 2-tailed  $\alpha > 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glesjer*, sebagai berikut:

**Tabel 10.** Heteroskedastisitas dengan Uji *Glesjer*

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta		
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.956	1.980		1.998	.049
	Gaya Hidup	.063	.060	.153	1.047	.298
	Literasi Keuangan	-.055	.045	-.180	-1.230	.222

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glesjer* diatas, diperoleh hasil signifikansi (*pvalue*) pada masing-masing variabel *independent*  $> 0.05$ , sehingga dapat dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018:107). Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan mempunyai nilai *tolerance* > 0,10. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil multikolinieritas, sebagai berikut:

**Tabel 10.** Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	Gaya Hidup		.475	2.105
	Literasi Keuangan		.475	2.105

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, hasil uji multikolinieritas diperoleh hasil bahwa seluruh variabel *independent* memiliki nilai *tolerance* >0.10 dan nilai VIF <10, sehingga dengan demikian dapat dinyatakan bahwa dalam penelitian ini terbebas multikolinieritas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel *independent* ( $X_1, X_2$ ) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak atau bersamaan (Indrawati, 2015:188). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z pengguna shopeepay di kota Bandung. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 11 Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.344	3.105		1.399	.165
	Gaya Hidup	.352	.095	.326	3.720	.000
	Literasi Keuangan	.432	.071	.536	6.116	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 11 diatas, maka diperoleh hasil persamaan regresi linier berganda, sebagai berikut:

$$Y = 4.344 + 0.352X_1 + 0.432X_2 + e$$

Dari hasil persamaan regresi diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta sebesar 4.344, artinya jika gaya hidup dan literasi keuangan bernilai 0 (nol) dan tidak ada perubahan, maka perilaku konsumtif akan tetap bernilai sebesar 4.344.
- Koefisien regresi gaya hidup diperoleh sebesar 0.352 yang bernilai positif, yang artinya jika gaya hidup meningkat satu-satuan, sementara variabel *independent* lainnya konstan, maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0.352.

- c. Koefisien regresi literasi keuangan diperoleh sebesar 0.432 yang bernilai positif, yang artinya jika literasi keuangan meningkat satu-satuan, sementara variabel *independent* lainnya konstan, maka perilaku konsumtif akan mengalami peningkatan sebesar 0.432

### Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono (2017) koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Besarnya nilai R berkisar antara 0 hingga 1, semakin mendekati angka 1 nilai R tersebut maka semakin besar pula variabel bebas (X) mampu menjelaskan variabel terikat (Y). Setelah koefisien korelasi diketahui, maka selanjutnya adalah menghitung koefisien determinasi, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap dependent, dengan rumus sebagai berikut:

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

$Kd$  : koefisien determinasi

$R^2$  : koefisien korelasi variabel bebas terhadap variabel terikat

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil koefisien determinasi, sebagai berikut:

**Tabel 12 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.804 <sup>a</sup>	.646	.639	4.69228

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai *rsquare* diperoleh hasil sebesar 0.646 atau 64.6%, hal ini menunjukkan bahwa sebesar 64.6% kontribusi pengaruh dari variabel *independent* gaya hidup dan literasi keuangan terhadap variabel *dependent* perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 35.4% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain diluar penelitian ini.

### Pengujian Hipotesis (Uji-t)

Uji statistik t dilakukan untuk dapat mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen pada variabel dependen (Ghozali, 2018:98) dengan membandingkan masing-masing t hitung ini kemudian dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan taraf nyata 0,05. Pengujian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat (Ghozali, 2013:178) dengan membandingkan masing-masing t hitung ini kemudian dibandingkan dengan yang diperoleh dengan menggunakan taraf nyata 0.05. Kriteria pengambilan keputusan pada uji parsial (uji t), yaitu sebagai berikut:

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dan  $pvalue > 0.05$ .
- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $pvalue < 0.05$ .

Berikut hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t, yang diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 12 Uji t (Hipotesis Parsial)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	4.344	3.105		1.399	.165
	Gaya Hidup	.352	.095	.326	3.720	.000
	Literasi Keuangan	.432	.071	.536	6.116	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2022

Berdasarkan hasil pengolahan data, maka dapat diinterpretasikan hasil pengujian hipotesis sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian hipotesis gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, diperoleh hasil thitung sebesar 3.720 (thitung 3.720 > ttabel 1.984) dan signifikansi 0.000 (0.000 < 0.05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay.

### 2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian hipotesis literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, diperoleh hasil thitung sebesar 6.116 (thitung 6.116 > ttabel 1.984) dan signifikansi 0.000 (0.000 < 0.05), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopeepay.

### Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F dilakukan dengan tujuan untuk menunjukkan semua variabel bebas dimasukkan dalam model yang memiliki pengaruh secara bersama terhadap variabel terikat (Ghozali, 2018:98). Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji serempak (simultan/ uji f) ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh signifikan secara sama-sama (serempak) variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan derajat kepercayaan 0,5. Kriteria pengambilan keputusan pada uji simultan (uji f), yaitu sebagai berikut:

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, apabila  $f_{hitung} < f_{tabel}$  dan  $pvalue > 0.05$ .
- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, apabila  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan  $pvalue < 0.05$ . Berdasarkan hasil analisis deskriptif hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa adanya gaya hidup yang tinggi, literasi keuangan yang baik dan adanya perilaku konsumtif yang cukup tinggi dari generasi Y dan Z yang menggunakan e- wallet shopee pay di Kota Bandung. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial bahwa terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, hal ini didasarkan pada pengujian uji t, diperoleh hasil thitung > ttabel dan signifikansi ( $pvalue$ ) < 0.05, dan terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian hipotesis dengan uji f, diperoleh hasil  $f_{hitung} > f_{tabel}$  dan signifikansi ( $pvalue$ ) < 0.05.

## SIMPULAN

Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay. Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay. Terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif pada generasi Y dan Z di kota Bandung menggunakan shopee pay

## Referensi :

- Ade Gunawan, Chairani, 2019, *Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior*. Medan : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Amila Syaliha, Entar Sutieman, 2022, *The Effect of Financial Literacy, Life Style, Financial Attitude and Locus of Control to Financial Management Behavior*. Papua : Universitas Yapis Papua
- Bella Yolanda Febriani Krisna, 2021, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Kota Bandung*. Bandung: Telkom University
- Brigitta Christiana, 2021, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Go-Pay Di Kota Bandung*. Bandung : Telkom University
- Dhea Raudyatuz Zahra, 2020, *The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior*. Semarang : STIE Bank BPD Jawa Tengah.
- Erdawati, 2016, *Pengaruh Gaya Hidup, Iklan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Shopee*. Yogyakarta : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Simpang Empat.
- Gina Rahmawati, 2022, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millennial*. Jakarta : Politeknik Negeri Jakarta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ida Ayu Harmaita Wijayanti, Ni Ketut Seminari, 2018, *koPerilaku Pembelian Handphone Blackberry dengan Merek sebagai Pemoderasi*. Bali : Universitas Udayana
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung : Aditama.
- Jonathan Sarwono dan Hendra Nur Salim. (2017) *Prosedur-Prosedur Populer Statistik untuk Analisis Data Riset Skripsi*. Yogyakarta : Gava Media
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Lahrianty Pratama Putri, 2021, *Pengaruh Pengetahuan Perencanaan Keuangan, Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Tingkat Kesadaran Perencanaan Keuangan Masyarakat Usia Produktif di DKI Jakarta*. Bandung : Telkom University
- Lusardi, A. 2008. *Household Saving Behavior: The Role of Financial Literacy, Information, and Financial Education Programs*. National Bureau of Economic Research Working Paper. No. 13824, February 2008.
- Lusardi, Annamaria and Peter Tufano. 2008. *Debt Literacy, Financial Experience and Overindebtedness*. Preliminary and incomplete discussion draft.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Suhartini. (2011). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motif Belanja Online Di Komunitas Semarang*. Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi UNDIP.

- Sutopo, H.B. (1988). *Konsep-konsep Dasar dalam Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Sunyoto, Danang. 2011. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. CAPS: Yogyakarta.)
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. Phronesis, Vol.7, No.2, 172-198.
- Sri Deviyanti, 2020, *Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas Xii Ips Sma Negeri 3 Makassar*. Makassar : Universitas Negeri Makassar.