

LITERASI KEUANGAN DAN PAJAK PERTAMBAHAN NILAI (PPN) PADA GENERASI Z

Joko Sustiyo

Politeknik Keuangan Negara STAN

Rokhmat Taufiq Hidayat

Politeknik Keuangan Negara STAN

Alamat Korespondensi: [jokosustiyo@pknstan.ac.id]

INFORMASI ARTIKEL

Diterima Pertama
[03 12 2019]

Dinyatakan Diterima
[05 01 2020]

KATA KUNCI:

Pajak, Akuntansi, Literasi Keuangan, Manajemen
Keuangan, Perilaku Konsumtif

KLASIFIKASI JEL:

H250

ABSTRAK

The purpose of this study is to determine the effect of financial literacy on the potential for Value Added Tax (VAT) revenue in generation Z. With good financial literacy, VAT receipts for consumption from generation Z will either increase or decrease. This study uses a comparative causal method through a quantitative approach. The subject of this research was Generation Z, represented by students of the Accounting Study Program Department of Accounting, STAN State Polytechnic. It was a purposive sampling method involving 90 respondents. Data was collected through a survey using a questionnaire. We used descriptive analysis and regression analysis to analyze the data. The results showed several things as follows, (1) the average level of student financial literacy is in 62%, (2) financial literacy has a significant negative effect on consumer behavior which shows that the higher the level of financial literacy for generation Z will tend to reduce their consumption so that the potential for VAT revenue will decrease.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap potensi penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) pada generasi Z. Dengan literasi keuangan yang baik, apakah penerimaan PPN atas konsumsi dari generasi Z meningkat atau justru kemungkinan akan turun. Penelitian ini menggunakan metode kausal komparatif melalui pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah generasi Z yang diwakili oleh mahasiswa Program Studi DIII Akuntansi Jurusan Akuntansi Politeknik Keuangan Negara STAN. Sampel penelitian ini dilakukan melalui metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Data dikumpulkan melalui survei dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan beberapa hal sebagai berikut, (1) tingkat rata-rata literasi keuangan mahasiswa adalah 62% (2) literasi keuangan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan generasi Z maka mereka akan cenderung mengurangi konsumsinya sehingga potensi penerimaan PPN akan menurun.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Literasi keuangan memiliki peran yang penting dalam kehidupan setiap orang, termasuk mahasiswa. Hal ini diperlukan karena melek keuangan menggambarkan bagaimana seseorang mengelola kepentingan finansial mereka agar dapat mencapai kesejahteraan yang maksimal. Selain itu, kemampuan ini dibutuhkan semua orang agar dapat mengelola keuangan pribadi dan menghindari masalah keuangan, seperti terlilit hutang misalnya. Huston (2010, 306) menjelaskan bahwa "*financial literacy could be defined as measuring how well an individual can understand and use personal finance-related information*". Selain itu, OECD (2018, 4) mendefinisikan literasi keuangan sebagai "*a combination of awareness, knowledge, skill, attitude and behaviour necessary to make sound financial decisions and ultimately achieve individual financial wellbeing*." Otoritas Jasa Keuangan (2016, 3) juga menggambarkan bahwa "literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan." Dengan demikian, literasi keuangan merupakan kompetensi penting manusia dalam memahami pengelolaan keuangan dan menggunakan pemahaman tersebut untuk mendapatkan kesejahteraan ekonomi. Literasi tersebut juga berkaitan dengan pajak yang dikenakan pada saat mereka membeli dan mengonsumsi sesuatu barang.

Definisi-definisi lain tentang literasi keuangan dari peneliti lain kurang lebih senada. Misalnya, Ulfatun et.al (2016: 4) serta Kusumaningtyas dan Sakti (2017: 3), menitikberatkan tentang kemampuan pengelolaan keuangan individu dan penerapannya dalam kehidupan mereka.

Survey OJK dalam Survey Nasional Literasi Keuangan (2017) tahun 2016, indeks Literasi Keuangan pada responden usia 18-25 tahun adalah 32,1%, untuk lulusan SMA adalah 38,2%, dan untuk pelajar/mahasiswa adalah 23,4%. Indeks ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia yang berada pada level mahasiswa masih memiliki pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang masih relatif rendah. Hal ini akan memberikan dampak terhadap keputusan keuangan yang akan mereka ambil, misalnya pengeluaran konsumsi yang boros, pembelian barang-barang yang tidak dibutuhkan, penggunaan kartu kredit/ATM yang kurang bijaksana, maupun defisit keuangan di akhir bulan. Ditambah lagi, mereka adalah kelompok masyarakat tertentu yang menjadi pasar potensial bagi banyak perusahaan.

Konsumtivisme merupakan perilaku konsumsi seseorang yang membeli sesuatu bukan karena membutuhkan tapi karena menginginkan. Keinginan tersebut dapat didasari pada nilai-nilai kemewahan barang tersebut maupun karena mengikuti mode

yang sedang berkembang pada saat itu. Akibatnya, para individu tidak akan pernah puas terhadap apa saja yang mereka miliki. Lina dan Rosyid dalam Weningsih (2018) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah upaya kegiatan ekonomi individu dengan membeli barang atau jasa di luar kebutuhan rasional karena membeli sesuatu berdasarkan keinginan yang berlebihan bukan kebutuhan.

Menurut Abercrombie (2006, 79), hal-hal yang menyebabkan munculnya masyarakat konsumtif diantaranya:

1. kemakmuran masyarakat meningkat sehingga mereka memiliki lebih banyak uang untuk membeli barang dan jasa,
2. jumlah jam kerja pegawai yang berkurang sehingga lebih banyak waktu luang,
3. orang-orang memegang erat identitas mereka yang didasarkan pola konsumsi mereka,
4. penampilan yang menarik menjadi hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat,
5. kepemilikan barang-barang tertentu yang menunjukkan status sosial dalam masyarakat dan membedakan diri mereka dengan orang lain,
6. perbedaan status dalam masyarakat berdasarkan pola konsumsi yang mereka lakukan,
7. status individu di masyarakat berdasarkan apa dan berapa banyak barang yang mereka belanjakan, dan
8. transaksi ekonomi bukan hanya terkait penjualan dan pembelian barang maupun jasa, akan tetapi terhubung dengan pengalaman dan aspek kehidupan manusia sehari-hari.

Perilaku konsumsi merupakan dampak sosial ekonomi pada saat ini dan perkembangan informasi yang sangat masif. Teknologi telah membuka jalan yang sebelumnya tidak diperkirakan. Hal ini dibuktikan dengan munculnya aplikasi-aplikasi belanja online yang makin mempermudah konsumen untuk mengakses berbagai produk. Aplikasi-aplikasi tersebut juga semakin mendekatkan jarak antara penjual dan pembeli. Salah satu akibatnya adalah pelajar dan mahasiswa cenderung untuk berperilaku konsumtif.

Mahasiswa dapat lebih bebas dalam mengelola keuangan mereka daripada ketika mereka masih bersekolah di tingkatan SD, SMP maupun SMA. Pada awal perkuliahan, mereka menghadapi berbagai pilihan keputusan keuangan yang harus mereka tentukan, misalnya terkait tempat tinggal, kost atukah mengontrak, di lokasi mana, butuh tambahan biaya transportasi atau tidak terkait jarak tempat tinggal dengan kampus. Berbagai hal tersebut akan menjadi masalah besar apabila mereka tidak memiliki pengetahuan yang baik di bidang keuangan.

Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah pajak yang dikenakan atas konsumsi suatu barang maupun jasa. Menurut UU Nomor 42 tahun 2019, PPN adalah pajak dari suatu konsumsi barang maupun jasa yang

dilakukan di wilayah Indonesia, baik darat, laut maupun udara, secara bertingkat pada semua level produksi dan distribusi. Hal ini menunjukkan bahwa pada dasarnya semua barang yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia akan dikenakan pajak. PPN tersebut sebanding dengan perilaku konsumsi masyarakat. Apabila konsumsi masyarakat meningkat, PPN akan turut meningkat.

Manheim (1952) menyatakan bahwa generasi adalah suatu konstruksi sosial yang terdiri atas sekelompok individu yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis. Dengan demikian, individu-individu dikatakan satu generasi apabila mereka memiliki tahun lahir yang sama dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam kondisi sejarah yang sama.

Beberapa peneliti mengelompokkan generasi-generasi ke dalam susunan sesuai tahun lahir dan kondisi sejarah. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (KemenPPPA) menentukan beberapa jenis generasi. Generasi Y merupakan penduduk yang lahir antara tahun 1980 sampai dengan 2000. Sebelumnya ada generasi X yang lahir pada tahun 1960 sampai dengan 1980. Generasi sebelum generasi X adalah generasi *Baby Boom* yang lahir pada masa akhir perang dunia kedua, yaitu lahir dari 1946-1960. Generasi paling tua di Indonesia adalah generasi veteran/*silent generation*/tradisional yang lahir sebelum 1946. Generasi yang lahir setelah generasi Y adalah generasi Z yang lahir dari 2001-2010. Generasi ini adalah peralihan dari generasi Y ketika teknologi semakin pesat berkembang. KemenPPPA (2018) menyebut bahwa generasi Z memiliki pola pikir yang serba instan.

Penelitian ini akan menggunakan responden dari mahasiswa PKN STAN reguler yang lahir dari tahun 1999-2002. Penentuan *sampling* ini diharapkan dapat menjadi representasi generasi Z yang nantinya akan bekerja menjadi PNS di Kementerian Keuangan dan K/L lain maupun pemerintah daerah.

Berdasarkan uraian-uraian tersebut, penulis ingin mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap PPN atas konsumsi barang pada generasi Z. PPN tersebut berdasar pada perilaku konsumtif responden.

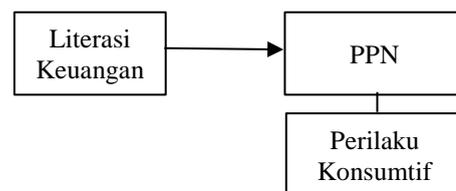
2. KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Udayanthi, Herawati dan Julianto (2019) melakukan penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, kualitas pembelajaran dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian tersebut tidak menyimpulkan terkait seberapa besar pengaruhnya dan arah pengaruhnya (negatif atau positif). Selain itu, hasil penelitian Ramadhani (2019) menyimpulkan

bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dikria dan Mintarti (2016) juga melakukan penelitian terkait pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berdampak negatif pada perilaku konsumtif dengan sumbangan efektif sebesar 19,2%.

Beberapa hasil penelitian yang berbeda menjadi salah satu alasan dilakukannya penelitian ini. Perbedaan metode penelitian dan indikator-indikator variabel penelitian diduga menjadi alasan berbedanya hasil penelitian. Penelitian ini merupakan kombinasi dari indikator-indikator variabel penelitian-penelitian sebelumnya.

Penelitian-penelitian tersebut juga belum menyentuh aspek perpajakan apapun di Indonesia, terutama PPN atas konsumsi. Penelitian ini diharapkan akan menjadi salah satu awal dari riset selanjutnya terkait potensi PPN dari generasi Z di Indonesia.



3. METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan pada generasi Z yang direpresentasikan oleh mahasiswa Program Diploma III Akuntansi PKN STAN untuk mahasiswa semester 4. Populasi dalam penelitian ini adalah 236 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling sehingga diperoleh 90 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil kuesioner akan diuji menggunakan analisis regresi melalui aplikasi SPSS versi 25.

Penelitian ini menggunakan dua variabel penelitian, literasi keuangan sebagai variabel independen sedangkan potensi atas peningkatan atau penurunan PPN atas konsumsi sebagai variabel dependen. Potensi PPN tersebut berdasarkan perilaku konsumsinya.

Indikator literasi keuangan berdasarkan pendapat Remund (2010) dan SNLKI (2017) mengukur pemahaman tentang konsep keuangan, kemampuan dan keyakinan mengatur keuangan melalui pengambilan keputusan serta perencanaan keuangan. Hal ini juga diperkuat oleh Carpena et.al (2011) yang menyatakan tiga dimensi literasi keuangan, yaitu keterampilan menghitung, pemahaman keuangan dasar, dan sikap keputusan keuangan. Dengan demikian, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner untuk mengukur literasi keuangan akan terdiri atas pertanyaan yang menyangkut konsep dasar literasi keuangan dan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

Selanjutnya, indikator literasi keuangan didasarkan pada penelitian Chen & Volpe (1998, 123-126) yang terdiri dari:

1. Pengetahuan Umum Keuangan
Hal ini terkait dengan pemahaman seseorang tentang pengelolaan pendapatan dan pengeluaran yang meliputi pajak, perhitungan bunga, inflasi, biaya, nilai uang, aset, likuiditas, dan lain-lain.
2. Tabungan
Tabungan merupakan pendapatan atau pemasukan yang tidak habis sampai dikonsumsi pada periode tertentu.
3. Asuransi
Asuransi merupakan suatu jaminan pengamanan untuk memitigasi risiko keuangan akibat ketidakpastian di masa depan.
4. Investasi
Investasi adalah sumber daya tertentu yang ditanamkan dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah PPN atas konsumsi. Potensi atas peningkatan maupun penurunan PPN akan didasarkan pada perilaku konsumtif di generasi Z. Semakin tinggi tingkat konsumsi, semakin meningkat PPN yang akan didapat. Indikator perilaku konsumtif yang digunakan dalam kuesioner penelitian berdasarkan Assauri (2011), yaitu

1. konsumen ingin terlihat beda dengan orang lain,
2. konsumen membeli karena mereka bangga apabila memiliki barang tersebut,
3. konsumen membeli sesuatu diakibatkan mengikuti tren mode tertentu dari artis maupun orang lain, dan
4. konsumen ingin menarik perhatian orang lain karena menggunakan sesuatu yang sedang populer.

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan indikator variabel dependen berdasarkan Dikria dan Mintarti (2016, 132), yaitu

1. konsumen membeli barang karena penjual menawarkan hadiah atas transaksi jual beli tersebut, dan
2. konsumen memilih barang tertentu yang akan dibeli berdasar kemasan produk yang menarik.

Pengumpulan data dalam penelitian melalui kuesioner. Kuesioner tersebut menggunakan pertanyaan pilihan ganda dan pernyataan tertutup. Pertanyaan pilihan ganda menggambarkan dimensi pengetahuan dari responden, sedangkan pernyataan tertutup mendeskripsikan dimensi kemampuan/sikap dari literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Skala pengukuran pada pilihan ganda menggunakan jumlah jawaban benar dari empat pilihan jawaban (A, B, C, dan D). Apabila jawaban responden benar, mereka akan mendapat skor 1, dan sebaliknya, apabila salah, akan mendapatkan skor 0 (nol).

Skala pengukuran selanjutnya adalah pernyataan tertutup yang menggunakan Skala Likert. Skala tersebut memiliki rentang penilaian subjektif dari sangat positif hingga sangat negatif (Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju), yang skornya akan digunakan sebagai data keperluan analisis kuantitatif.

Analisis penelitian yang akan dilakukan setelah data terkumpul terdiri dari dua pendekatan. Pertama, data akan dianalisis secara deskriptif. Kedua, data akan dianalisis menggunakan analisis regresi untuk mengetahui adakah hubungan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif serta seberapa besar pengaruhnya apabila dua variabel tersebut berhubungan. Selanjutnya, PPN adalah pajak atas konsumsi sehingga hasil dari analisis regresi akan memberikan kemungkinan apakah literasi keuangan akan meningkatkan PPN ataukah menurunkan.

4. HASIL PENELITIAN

4.1. Analisis Deskriptif

Tingkat literasi keuangan merupakan kapasitas seseorang dalam memahami dan menganalisis informasi yang terkait dengan pengambilan keputusan serta mampu mengetahui dan mengevaluasi dampak keuangan yang mungkin akan terjadi akibat keputusan tersebut. Berikut adalah rata-rata skor tingkat literasi keuangan dari mahasiswa DIII Akuntansi Semester 4 PKN STAN.

Tabel 1 Tingkat literasi Keuangan Mahasiswa

Indikator Literasi Keuangan	Tingkat Capaian		Rata-rata
	Laki-laki	Perempuan	
Pengetahuan Umum	66%	63%	65%
Tabungan	71%	74%	73%
Asuransi	64%	53%	59%
Investasi	46%	54%	50%
Rata-rata	62%	61%	62%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 1 menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa berada pada tingkat capaian 62%. Pada setiap bidang literasi keuangan terlihat cukup bervariasi dengan tingkat beda yang cukup besar. Tingkat pengetahuan umum tentang literasi keuangan pada tingkat capaian 65%, tabungan dan pinjaman pada 73%, asuransi pada nilai 59% serta investasi dengan capaian 50%. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, rata-rata tingkat literasi keuangan mahasiswa relatif sama (62% dan 61%).

Berdasarkan deskripsi tersebut, rata-rata tingkat literasi keuangan mahasiswa berada pada capaian 62%. Hal ini tidak jauh berbeda antara mahasiswa laki-laki maupun perempuan. Level literasi keuangan ini menunjukkan bahwa kemampuan mahasiswa terkait pengelolaan keuangan belum maksimal sehingga masih dapat ditingkatkan.

Literasi keuangan tentang pengetahuan umum pengelolaan keuangan mahasiswa pada capaian 65%. Pengetahuan umum tersebut terkait dengan hal-hal mendasar apa itu pengelolaan keuangan, kekayaan itu apa saja, bagaimana cara membedakan keinginan dan kebutuhan, dan lain-lain. Sebagai pondasi untuk dimensi literasi keuangan lainnya, pengetahuan umum mahasiswa masih dapat dikembangkan lebih lanjut lagi.

Literasi mahasiswa pada dimensi tabungan adalah 73%. Hal tersebut menyiratkan bahwa mahasiswa sudah relatif memahami tentang pentingnya menabung, proses menabung, bagaimana menganalisis besarnya manfaat dari menabung di bank, serta mengkalkulasi bunga bank. Sehubungan dengan cara menabung yang tepat, kesadaran mahasiswa dalam menyisihkan uang bulanan adalah hal yang perlu ditumbuhkan dalam kesadaran setiap mahasiswa.

Literasi keuangan mahasiswa terkait asuransi dan investasi adalah 59% dan 50%. Pemahaman mahasiswa tentang cara berinvestasi, bagaimana memilih instrumen investasi yang tepat, bagaimana mengkalkulasi risiko dan imbal hasil investasi, masih perlu dikembangkan lagi. Begitu juga dengan apa itu asuransi, bagaimana memilih asuransi yang tepat, serta arti pentingnya asuransi masih perlu dipelajari lebih lanjut. Saat ini, asuransi dan investasi memang belum menjadi prioritas keuangan mahasiswa karena mereka belum memiliki penghasilan sendiri (keuangan masih dipenuhi oleh orang tua).

Hasil pengukuran perilaku konsumsi mahasiswa terlihat sebagai berikut.

Tabel 2 Tingkat Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Indikator	Tingkat Capaian		Rata-rata
	Laki-laki	Perempuan	
Konsumen ingin terlihat beda	53%	57%	55%
Konsumen membeli karena mereka bangga	52%	56%	54%
Konsumen membeli sesuatu untuk mengikuti tren mode	46%	47%	47%
Konsumen ingin menarik perhatian	47%	50%	49%
Konsumen membeli barang karena penjual menawarkan hadiah	50%	55%	53%
Konsumen memilih barang tertentu berdasar kemasan	58%	54%	56%
Rata-rata	51%	53%	52%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 2 memperlihatkan pola konsumsi mahasiswa. Untuk mahasiswa laki-laki, alasan terbesar membeli barang berdasarkan kemasan dari barang tersebut, semakin menarik kemasan barang tersebut menurut selera mereka, maka peluang untuk membelinya akan semakin besar. Sedangkan untuk mahasiswa perempuan disebabkan oleh keinginan tampil beda dari orang lain, semakin barang tersebut terbatas atau unik, maka keinginan mereka untuk membeli akan semakin besar. Secara rata-rata, mahasiswa akan membeli barang berdasar kemasannya yang menarik.

Berdasarkan tabel 1 dan 2, terlihat bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan antara laki-laki dan perempuan, semakin rendah tingkat konsumtif mereka. Dari tabel 1, tingkat literasi mahasiswa laki-laki adalah 62%, sedangkan tingkat konsumsi mereka 51%. Sedangkan untuk mahasiswa perempuan, tingkat literasi keuangan 61% diikuti oleh tingkat konsumsi sebesar 53%. Secara rata-rata, tingkat literasi keuangan mahasiswa sebesar 62% sedangkan tingkat konsumtifnya adalah 52%. Hal-hal tersebut menunjukkan adanya kemungkinan hubungan yang negatif antara tingkat literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

4.2. Analisis Regresi

4.2.1. Uji Instrumen

Hal ini dilakukan pada indikator-indikator tiap variabel penelitian, yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji ini dilakukan terhadap masing-masing variabel penelitian melalui perbandingan r hitung dan r tabel. Pertanyaan dalam tiap variabel dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Rekapitulasi hasil pengujian berada di lampiran 1. Dari tabel di dalam lampiran 1 dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa indikator variabel yang digunakan dapat diandalkan. Keandalan tersebut disimpulkan dari nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas berada pada lampiran 2. Dari tabel di dalam lampiran 2 dapat disimpulkan bahwa indikator reliabel.

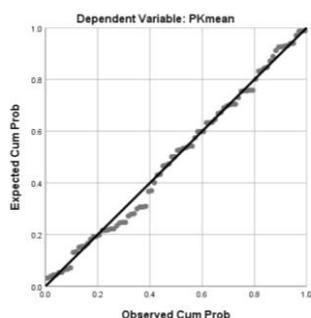
4.2.2. Uji Asumsi Klasik

Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa di dalam model regresi penelitian tidak terdapat masalah-masalah klasik sehingga menjadi valid sebagai alat analisis. Beberapa uji yang dilakukan sebagai berikut.

4.2.2.1. Uji Normalitas

Analisis ini dilakukan dengan tujuan mengetahui kenormalan distribusi nilai residual pada masing-masing variabel penelitian.

Grafik 1 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual

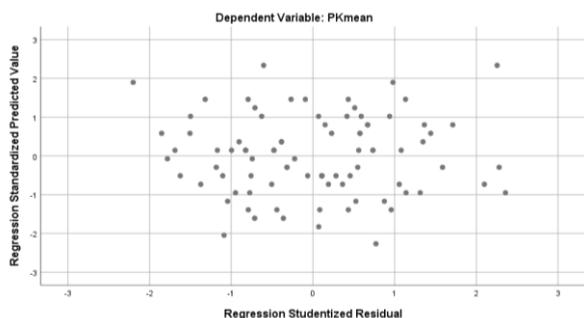


Berdasar grafik 1, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.

4.2.2.2. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada kesamaan varians nilai residual dari satu pengamatan dengan pengamatan lain.

Grafik 2 Scatterplot



Berdasar grafik 2, model regresi bersifat homokesdasitas.

4.2.2.3. Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel bersifat linier secara signifikan ataukah tidak. Hal ini dapat dideteksi dengan melihat nilai Deviation from linearity Sig. Jika nilainya lebih dari 0,05 berarti hubungan antara variabel dependen dan independen linier secara signifikan.

Tabel 3 ANOVA

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PKmean	Between Groups	(Combined)	2.962	19	.156	1.468	.125
		Linearity	1.222	1	1.222	11.507	.001
		Deviation from Linearity	1.740	18	.097	.910	.569
	Within Groups		7.434	70	.106		
	Total		10.396	89			

Berdasar tabel 3, nilai Sig. adalah 0.569 yang berarti ada linieritas yang signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumsi.

4.2.3. Uji Hipotesis

Hipotesis sebelumnya perlu diuji kebenarannya secara empiris. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana.

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
(Const)	3.125	.307		10.187	.000		
LKAmean	-.590	.172	-.343	-3.424	.001	1.000	1.000

a. Dependent Variable: PKmean

Dari tabel di atas, persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut.

$$Y = 3,125 - 0,590X$$

Nilai konstanta dari model regresi sederhana sebesar 3,125 berarti bahwa Perilaku Konsumsi akan sebesar 3,125 apabila Literasi Keuangan sama dengan nol. Hal ini berarti bahwa tingkat konsumsi akan sebesar itu apabila tidak memiliki pengetahuan maupun sikap terhadap literasi keuangan.

Variabel independen yang berupa Literasi Keuangan memiliki pengaruh yang negatif terhadap Perilaku Konsumsi dengan koefisien sebesar -0,59 yang menunjukkan apabila tingkat Literasi Keuangan meningkat sebesar 1% maka Perilaku Konsumsi akan menurun sebesar 0,59% dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan. Nilai signifikan (sig.) sebesar 0,001 lebih rendah dari 0,05 yang berarti pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi adalah signifikan. Hal ini berarti semakin tinggi Literasi Keuangan mahasiswa maka Perilaku Konsumsi akan semakin menurun, begitu juga sebaliknya.

Tabel 5 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.343 ^a	.118	.108	.32288

a. Predictors: (Constant), LKAmean

b. Dependent Variable: PKmean

Nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,118 yang berarti 11,8% variasi Perilaku Konsumsi dapat dijelaskan oleh variasi Literasi Keuangan. Sedangkan sisanya sebesar 88,2% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang tidak dijelaskan dalam model regresi tersebut.

Dengan demikian, Literasi Keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif generasi Z. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin rendah. Hubungan yang negatif tersebut juga menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, PPN atas konsumsi akan menurun pada tingkat tertentu. Besar penurunan PPN ini belum dapat diketahui dari penelitian ini.

Dari hasil kuesioner, item tertinggi dalam dimensi pengetahuan variabel literasi keuangan terdapat pada pertanyaan nomor 4 yakni apabila mahasiswa menandatangani pinjaman untuk temannya maka dia wajib bertanggung jawab untuk membayar pinjaman jika temannya tersebut tidak dapat membayar angsuran pinjaman. Sebaliknya, item paling rendah ada pada pertanyaan nomor 9, yakni pernyataan tentang kapan harus membeli atau menjual saham, saat harga saham tersebut naik ataukah turun.

Kemudian untuk dimensi sikap pada variabel literasi keuangan, item tertinggi terletak pada pernyataan nomor 1 yaitu responden selalu membandingkan harga produk dari beberapa penjual sebelum membeli, sedangkan item terendah adalah responden sering mengalami kekurangan uang pada akhir bulan.

Selanjutnya, item paling tinggi dari pernyataan pada variabel perilaku konsumtif adalah nomor 3 yaitu responden menerapkan skala prioritas ketika akan membeli sesuatu. Item terendah dari variabel tersebut pada nomor 12 yaitu pernyataan bahwa responden akan membeli sesuatu apabila diiklankan oleh artis mereka.

Pengetahuan responden tentang literasi keuangan menunjukkan bahwa mereka tahu akan bertanggung jawab apabila mereka menandatangani pinjaman temannya karena teman tersebut tidak membayar tagihan. Hal ini berarti bahwa mahasiswa memahami betul terkait aturan tentang pinjaman. Hasil penelitian juga menunjukkan responden bersikap cermat ketika akan melakukan pembelian sesuatu dengan membandingkan harga yang paling rendah dari beberapa penjual. Sikap itu menggambarkan bahwa responden sensitif pada harga produk karena berhati-hati dalam membandingkan harga. Akan tetapi, pertimbangan pembelian produk tersebut tidak dipengaruhi oleh artis tertentu yang menjadi model iklan barang tersebut. Secara tersirat, karena responden berhati-hati dalam pembelanjaan barang, responden jarang kekurangan uang di akhir bulan.

Dari perilaku konsumsi, responden menerapkan skala prioritas dalam pembelian barang dan jasa. Responden dapat dikatakan akan membeli sesuatu berdasarkan kebutuhan mereka. Dengan demikian, implementasi pengetahuan literasi keuangan mampu mendorong mahasiswa agar mengelola keuangan mereka dan menghindarkan diri dari perilaku konsumtif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, pemahaman dan perilaku seseorang dalam mengelola keuangan pribadi yang bertujuan agar mereka tidak membuat kesalahan dalam pengelolaan keuangan sehingga terhindar dari masalah keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Hasil pengukuran nilai rata-rata literasi keuangan generasi Z yang direpresentasikan oleh mahasiswa program studi DIII Akuntansi Semester 4 PKN STAN adalah 62% yang mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa masih perlu ditingkatkan kembali.
2. Tingkat Literasi keuangan mahasiswa laki-laki hampir setara dengan literasi keuangan mahasiswa perempuan, yang masing-masing adalah 62% dan 61%.
3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai yang negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa maka semakin rendah tingkat konsumtif mahasiswa.
4. Hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumsi menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan generasi Z akan berpotensi untuk menurunkan PPN dari generasi tersebut.

5.2. Saran

Saran berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk Mahasiswa
 - a. Mahasiswa diharapkan dapat menerapkan pengetahuan literasi keuangan yang diperoleh selama kuliah, terutama mata kuliah Pengantar Akuntansi dan Manajemen Keuangan, dalam pengelolaan keuangan pribadi sehari-hari agar terhindar dari perilaku konsumtif. Misalnya, penerapan materi manajemen keuangan melalui pembuatan anggaran bulanan dan pencatatan pendapatan dan pengeluaran sehari-hari.
 - b. Mahasiswa diharapkan dapat berinvestasi sesuai kemampuan agar mendapatkan penghasilan di masa depan. Misalnya, pembelian barang-barang yang tidak dibutuhkan dikurangi agar mempunyai tabungan untuk membeli saham atau reksa dana.
2. Untuk Penelitian Selanjutnya
 - a. Peneliti selanjutnya dapat menganalisis seberapa besar persen kemungkinan dari penurunan potensi penerimaan PPN atas konsumsi generasi Z akibat tingkat literasi keuangan mereka.

6. IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini melihat pengaruh literasi keuangan terhadap potensi penerimaan PPN pada generasi Z. Namun demikian, karena keterbatasan waktu dan biaya, beberapa hal masih perlu diperbaiki, diantaranya:

1. Jumlah responden penelitian perlu ditambah untuk lebih menghasilkan temuan yang lebih representatif.
2. Penelitian ini belum menyentuh tentang berapa persen potensi penurunan PPN atas konsumsi generasi Z berdasarkan tingkat literasi keuangan mereka.
3. Perlu penelitian lebih lanjut terkait jenis barang apa saja yang dikonsumsi oleh generasi Z agar lebih dapat diketahui BKP mana yang berpotensi mengalami peningkatan maupun penurunan akibat tingkat literasi keuangan mereka.

Penelitian lanjutan sangat prospektif untuk dilakukan karena subjek ini belum banyak dilirik para peneliti. Selain itu, hasil penelitian dapat digunakan oleh pemangku kepentingan, terutama Direktorat Jenderal Pajak (DJP), dalam pembuatan peraturan terkait BKP mana yang punya potensi ditingkatkan maupun diturunkan.

DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (1944). Dictionary of Sociology. *The American Catholic Sociological Review*, Vol. 5, p. 484. <https://doi.org/10.2307/3706476>
- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (2006). Dictionary of Sociology. *The American Catholic Sociological Review*. <https://doi.org/10.2307/3706476>
- Assauri, S. (2011). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ajzen, I. (2012). The Theory of Planned Behavior. *Handbook of Theories of Social Psychology: Volume 1*, (July), 438–459. <https://doi.org/10.4135/9781446249215.n22>
- Baeha, Steven Angelo Florensus. (2013). *Iklan Televisi dan Perilaku Konsumtif (Studi Deskriptif Tentang Iklan Televisi Dalam Mendorong Perilaku Konsumtif Siswa SMU St. Thomas – 1 Medan) [skripsi]*. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Carpenter, F., Cole, S., Shapiro, J., & Zia, B. (2011). The ABCs of Financial Literacy – Experimental Evidence on Attitudes, Behavior and Cognitive Biases [conference].
- Chen, H., & Volpe, R. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 7(2), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>
- Cude, B. J., Lawrence, F. C., Lyons, A. C., Metzger, K., LeJune, E., Marks, L., & Machtmes, K. (2006). Eastern Family Economics and Resource Management Association College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 102(9), 106–109.
- Curtin, R. T. (1982). Indicators of Consumer Behavior: The University of Michigan Surveys of Consumers. *Public Opinion Quarterly*, 46(3), 340. <https://doi.org/10.1086/268731>
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (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), 143–155.
- Hamnett, C., & Mullings, B. (1992). A New Consumption Cleavage? The Case of Residential Care for the Elderly. *Environment and Planning A*, 24(6), 807–820. <https://doi.org/10.1068/a240807>
- Hastuti, S., & Padmawati, M. Y. (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial 2019*, 86–91.
- Herawati, N. T. (2015). Kontribusi Pembelajaran di Perguruan Tinggi dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 1–3(48), 60–70. <https://doi.org/10.23887/jppundiksha.v48i1-3.6919>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young: Evidence and Implications. *National Bureau of Economic Research*, 358–380. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w15352.pdf>

- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK*, 17(1), 76–85.
<https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Mendari, A. S. (STIE M. P., & Kewal, S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economia*, 9(2), 130–140.
<https://doi.org/10.21831/economia.v9i2.1804>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2018). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion.
- Otoritas Jasa Keuangan (2017). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016. Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). Jakarta.
- Ramadhani, R. H. (2019). *Pengaruh Literasi Keuangan , Electronic Money , Gaya Hidup , dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa* (p. 114). p. 114.
- Ramya, N., & Ali, S. M. (2016). Factors Affecting Consumer Buying Behaviour. *International Journal of Advanced Research*, 2(10), 76–80.
<https://doi.org/10.21474/ijar01/8362>
- Rasyid, R. (2012). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(September), 91–106.
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clear definition in an increasingly complex economy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295.
- Rizkallah, E. G., & Truong, A. (2010). Consumptive Behavior, Promotional Preferences, And Shopping Patterns Of Hispanic Americans: An Empirical Perspective. *Journal of Business and Economics Research*, 8(4), 111–122.
- Sari, D. A. (2015). Financial Literacy dan Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 01(02), 171–189.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.
- Shih, T. Y., & Ke, S. C. (2014). Determinates of financial behavior: Insights into consumer money attitudes and financial literacy. *Service Business*, 8(2), 217–238. <https://doi.org/10.1007/s11628-013-0194-x>
- Steven Angelo Florensus Baeha. *Iklan Televisi Dan Perilaku Konsumtif*. (2014).
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, P. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan ,Kualitas Pembelajaran Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurusan Akuntansi Program S1*, 10(1).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2009 Tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang Dan Jasa Dan Pajak Penjualan Atas Barang Mewah.
- Volpe, R., Chen, H., & Pavlicko, J. (1996). Personal investment literacy among college students: A survey. *Financial Practice and Education*, 6(2), 86–94.
- Weningsih, R. T. (2018). The Effect of Financial Literacy on Consumptive Behavior with Self-control as Intervening Variable [skripsi]. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier Financial Literacy and Later Financial Behaviour of College Students. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>
- Xue, P., Wang, Z., Zhang, R., Wang, Y., & Liu, S. (2016). Highly efficient measurement technology based on hyper-spectropolarimetric imaging. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 43(8), 107–128.
<https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>

Lampiran 1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

		Correlations																								
		Pengertian Umum	Pengertian Umum	Pengertian Umum	Tabungan dan Pengisian	Tabungan dan Pengisian	Asuransi	Asuransi	Investasi	Investasi	Investasi	Pengertian Umum	Tabungan dan Pengisian	Tabungan dan Pengisian	Tabungan dan Pengisian	Asuransi	Investasi	Investasi	Pengertian Umum	Pengertian Umum						
Pengertian Umum	Person Correlation	1	-.048	.191	-.117	.091	-.052	.217	.079	.077	-.110	.033	.107	-.148	-.010	.171	.011	.210	.179	.140	-.186	-.217	.040	-.284	.040	
	Sig (2-tailed)		.652	.072	.271	.786	.769	.046	.481	.471	.281	.757	.387	.173	.028	.103	.820	.047	.264	.121	.064	.040	.711	.095	.711	.095
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	-.048	1	-.130	-.068	-.154	.205	.028	.036	-.133	.180	-.019	-.014	.036	-.111	.128	-.068	-.105	-.058	.174	.068	.042	.000	.123	.000	
	Sig (2-tailed)		.652	.222	.520	.147	.815	.793	.734	.219	.088	.898	.888	.727	.287	.228	.522	.324	.087	.101	.521	.687	1.000	.000	.248	.000
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	.191	-.130	1	.002	-.130	-.008	.217	.188	-.210	-.115	.204	.052	.062	.067	.015	.014	-.032	.095	-.147	.001	-.045	.108	-.140	.108	
	Sig (2-tailed)		.673	.222	.985	.712	.843	.046	.114	.047	.281	.014	.628	.683	.533	.985	.884	.748	.428	.166	.980	.673	.318	.188	.188	.673
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tabungan dan Pengisian	Person Correlation	-.117	-.068	.002	1	.281	-.019	-.030	.034	.110	-.131	.013	.013	.082	-.049	.100	.089	-.088	.075	-.091	-.109	-.102	-.120	-.082	-.082	
	Sig (2-tailed)		.789	.147	.212	.987	.089	.954	.893	.811	.916	.712	.287	.932	.281	.929	.564	.485	.532	.158	.022	.049	.000	.000	.744	.000
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tabungan dan Pengisian	Person Correlation	.031	-.154	-.130	.281	1	.181	.063	.091	-.070	.063	-.040	.121	.009	.115	.009	.082	.074	.087	-.150	.226	.007	.072	.028	.028	
	Sig (2-tailed)		.768	.015	.043	.089	.088	.788	.584	.693	.811	.916	.712	.287	.932	.281	.929	.564	.485	.532	.158	.022	.049	.000	.000	.744
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Asuransi	Person Correlation	-.032	.255	-.008	.016	.181	1	.161	-.180	-.074	.217	-.008	-.047	-.110	-.038	.021	.004	.066	.047	-.155	-.122	-.081	-.038	.118	.118	
	Sig (2-tailed)		.768	.015	.943	.089	.088	.788	.584	.693	.811	.916	.712	.287	.932	.281	.929	.564	.485	.532	.158	.022	.049	.000	.000	.744
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Asuransi	Person Correlation	.217	.028	.217	-.030	.083	.161	1	.247	-.122	-.052	.179	.021	.043	.089	.010	.102	.237	.143	-.145	-.078	-.098	-.032	-.096	-.096	
	Sig (2-tailed)		.648	.793	.846	.776	.054	.131	.022	.201	.628	.391	.848	.688	.521	.828	.338	.027	.179	.171	.488	.387	.764	.388	.764	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Investasi	Person Correlation	.079	.036	.168	.054	.091	-.160	.247	1	-.159	-.080	.009	-.141	.202	.083	.133	.029	.083	.180	.038	.036	-.049	.101	-.171	-.171	
	Sig (2-tailed)		.461	.734	.114	.810	.993	.131	.022	.134	.456	.934	.165	.057	.436	.212	.795	.436	.073	.712	.734	.655	.343	.107	.107	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Investasi	Person Correlation	.077	-.133	-.210	-.150	-.070	-.074	-.122	-.158	1	.185	.088	-.140	-.158	.043	-.231	-.051	.098	-.142	.040	.100	-.033	.070	.015	.015	
	Sig (2-tailed)		.471	.210	.047	.198	.511	.491	.251	.134	.002	.407	.190	.136	.690	.029	.619	.357	.182	.687	.348	.795	.009	.890	.890	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Investasi	Person Correlation	-.115	.080	-.115	-.131	.083	.217	-.052	-.080	.185	1	-.087	-.087	-.029	.111	-.082	.079	.069	-.175	.027	.088	.019	.110	-.079	-.079	
	Sig (2-tailed)		.281	.089	.281	.219	.596	.043	.626	.456	.082	.365	.848	.784	.300	.387	.485	.514	.088	.002	.419	.595	.380	.718	.718	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	.033	-.019	.204	.031	-.040	-.006	.179	.009	.088	-.087	1	-.014	.004	.011	-.027	.108	.148	-.014	.111	-.189	-.136	.067	.130	.130	
	Sig (2-tailed)		.767	.858	.054	.830	.712	.957	.091	.934	.487	.365	.895	.967	.917	.801	.320	.165	.081	.282	.060	.291	.530	.221	.221	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	.107	.014	.052	.013	.121	-.047	.021	-.141	-.140	-.087	-.014	1	.137	.226	.165	.202	.136	.172	.252	.082	.415	.127	-.104	-.104	
	Sig (2-tailed)		.317	.898	.628	.867	.257	.659	.846	.185	.180	.948	.895	.198	.033	.120	.056	.201	.106	.016	.389	.000	.234	.330	.330	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	-.145	.036	.082	.002	.000	-.110	.043	.202	-.158	-.029	.004	.137	1	.910	.311	.420	.087	.449	-.008	.153	.121	.259	-.234	-.234	
	Sig (2-tailed)		.173	.737	.863	.980	.832	.301	.688	.057	.136	.784	.967	.188	.003	.003	.000	.416	.000	.041	.151	.256	.814	.814	.814	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	-.010	-.111	.087	-.048	.115	-.039	.069	.083	.043	.111	.011	.230	.310	1	.182	.346	.205	.442	.205	.305	.375	.336	-.344	-.344	
	Sig (2-tailed)		.928	.297	.532	.653	.281	.723	.521	.436	.690	.300	.917	.033	.003	.069	.001	.015	.000	.011	.001	.001	.001	.001	.001	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Pengertian Umum	Person Correlation	.173	.138	.015	.100	.009	.021	.010	.133	-.231	-.082	-.027	.165	.311	1	.226	.108	.158	.162	-.020	.103	.188	-.409	-.409	-.409	
	Sig (2-tailed)		.103	.228	.885	.349	.839	.844	.928	.212	.029	.387	.801	.120	.003	.069	.030	.032	.311	.136	.126	.849	.333	.062	.000	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tabungan dan Pengisian	Person Correlation	-.011	-.068	.014	.066	.002	-.084	.102	.029	-.053	.073	-.106	.202	.420	.346	.247	1	.507	.207	-.058	.002	.343	-.077	-.471	-.471	
	Sig (2-tailed)		.920	.522	.894	.539	.884	.378	.339	.785	.619	.495	.300	.056	.000	.001	.032	.000	.004	.589	.443	.001	.873	.000		
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tabungan dan Pengisian	Person Correlation	.210	-.105	-.032	-.088	.074	-.068	.237	.083	.088	.089	-.148	.136	.087	.264	.108	.507	1	.102	.068	-.041	.217	-.058	-.536	-.536	
	Sig (2-tailed)		.047	.324	.768	.423	.485	.036	.027	.436	.357	.519	.165	.201	.416	.015	.311	.000	.340	.518	.701	.040	.588	.000	.000	
	N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Tabungan dan Pengisian																										

Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumsi

		Correlations																		
		Beli karena ingin berbeda	Beli karena bangga pada diri sendiri	Beli karena mengulit orang lain	Beli karena ingin mendapat perhatian	Beli karena ingin mendapat perhatian	Beli karena ingin mendapat perhatian	Beli karena ada hadiah	Beli karena kemasannya menarik											
Beli karena ingin berbeda	Pearson Correlation	1	.598**	-.128	.300*	.584**	.267**	.144	-.211*	.490**	.207	.203	.361**	.471**	.445*	.352**	.123	.300*	.161	
	Sig. (2-tailed)		.000	.228	.004	.000	.008	.177	.046	.000	.050	.055	.000	.000	.000	.001	.250	.004	.130	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena ingin berbeda	Pearson Correlation	.598**	1	-.259*	.409**	.482**	.255*	.339*	-.304**	.324**	.269*	.099	.321**	.573**	.524**	.373**	.000	.260*	.121	
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.000	.000	.015	.025	.004	.002	.011	.352	.002	.000	.000	.000	1.000	.007	.254	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena ingin berbeda	Pearson Correlation	-.128	-.259*	1	-.346**	-.306**	-.448**	-.198	.019	-.169	-.272*	-.054	-.386**	-.434**	-.400*	-.236**	.190	-.093	-.200	
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.001	.003	.000	.001	.000	.111	.009	.012	.000	.000	.001	.001	.301	.381	.059	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena ingin berbeda	Pearson Correlation	.300*	.409**	-.346**	1	.571**	.419**	.206	-.426**	.256*	.214*	.311**	.206	.336**	.411**	.203	.144	.190	.355**	
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.015	.042	.003	.052	.001	.000	.055	.175	.072	.001	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena bangga pada diri sendiri	Pearson Correlation	.584**	.482**	-.306**	.571**	1	.364**	.329*	-.313**	.332**	.193	.139	.416**	.491**	.475**	.359**	.195	.186	.168	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.004	.032	.003	.001	.068	.196	.000	.000	.000	.001	.065	.080	.114	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena bangga pada diri sendiri	Pearson Correlation	.228	.255*	.445*	.416*	.304*	1	.300*	-.345**	.366**	.321**	-.022	.265**	.417**	.377**	.362**	.114	.110	.315**	
	Sig. (2-tailed)		.004	.015	.000	.000	.004	.004	.001	.000	.052	.038	.007	.000	.000	.000	.296	.302	.003	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena bangga pada diri sendiri	Pearson Correlation	.144	.236*	-.198	.208	.226*	.300*	1	-.122	.031	-.008	.027	.317**	.219*	.124	.034	.158	.178	.247*	
	Sig. (2-tailed)		.177	.025	.061	.051	.032	.004	.252	.771	.938	.799	.002	.038	.244	.752	.138	.094	.019	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena bangga pada diri sendiri	Pearson Correlation	-.211*	-.304**	.519**	-.426**	-.313**	-.345**	-.122	1	-.204	-.138	-.219*	-.201	-.539**	-.314**	-.312**	.050	.012	-.037	
	Sig. (2-tailed)		.046	.004	.000	.000	.003	.001	.252	.054	.195	.038	.057	.000	.003	.003	.638	.911	.728	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena mengulit orang lain	Pearson Correlation	.490**	.324**	-.168	.256**	.322**	.396**	.031	.244	1	.367**	.247**	.239*	.371**	.368**	.247**	.103	.235*	.363**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.111	.015	.001	.000	.771	.054	.000	.013	.023	.000	.001	.001	.335	.025	.000	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena mengulit orang lain	Pearson Correlation	.207	.266*	-.272*	.214*	.193	.321**	-.008	-.139	.367**	1	.225*	.200	.296**	.340*	.088	-.086	-.022	.184	
	Sig. (2-tailed)		.050	.011	.009	.042	.008	.002	.938	.195	.000	.033	.058	.006	.001	.407	.413	.840	.082	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena mengulit orang lain	Pearson Correlation	.203	.099	-.054	.311**	.138	-.022	.027	-.219*	.261*	.225*	1	.001	.102	.148	.134	.151	.177	.217*	
	Sig. (2-tailed)		.055	.352	.012	.003	.196	.838	.799	.038	.013	.033	.991	.339	.164	.208	.157	.095	.044	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena mengulit orang lain	Pearson Correlation	.055	.352	.012	.003	.196	.838	.799	.038	.013	.033	.991	.339	.164	.208	.157	.095	.044	.044	
	Sig. (2-tailed)		.490**	.324**	-.168	.256**	.322**	.396**	.031	.244	1	.367**	.247**	.239*	.371**	.368**	.247**	.103	.235*	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena mengulit orang lain	Pearson Correlation	.000	.002	.000	.052	.000	.007	.002	.057	.023	.059	.991	.000	.000	.001	1.000	.498	.117	.000	
	Sig. (2-tailed)		.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	.90	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
Beli karena ingin mendapat perhatian	Pearson Correlation	.471**	.573**	-.434**	.338*	.491**	.417**	.219*	-.539**	.371**	.286*	.102	.469**	1	.633**	.495**	-.051	.092	.201	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000	.008	.000	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.633	.369	.008	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
Beli karena ingin mendapat perhatian	Pearson Correlation	.445**	.524**	-.450**	.411**	.475**	.377**	.124	-.314**	.368**	.340**	.148	.471**	.633**	1	.383**	-.167	.195	.200	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.244	.003	.001	.164	.000	.000	.000	.000	.116	.065	.059		
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	
Beli karena ingin mendapat perhatian	Pearson Correlation	.392**	.373**	-.336**	.203	.369**	.352**	.034	-.312**	.347**	.088	.134	.185	.495**	.393**	1	.078	.182	.125	
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.055	.001	.000	.752	.003	.001	.407	.008	.001	.000	.000	.475	.069	.240	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena ingin mendapat perhatian	Pearson Correlation	.123	.000	.100	.144	.195	.114	.158	.050	.103	-.088	.151	.000	-.051	-.167	.076	1	.180	.194	
	Sig. (2-tailed)		.250	1.000	.351	.175	.065	.288	.138	.838	.335	.419	.157	1.000	.633	.116	.475	.090	.066	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena ada hadiah	Pearson Correlation	.300*	.280**	-.093	.190	.186	.110	.178	.012	.235*	-.022	.177	.072	.092	.195	.192	.160	1	.363**	
	Sig. (2-tailed)		.004	.007	.361	.072	.080	.302	.094	.011	.025	.840	.095	.498	.389	.065	.069	.090	.000	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Beli karena kemasannya menarik	Pearson Correlation	.161	.121	-.200	.358**	.168	.313**	.347**	-.037	.363**	.184	.217*	.166	.201	.200	.125	.194	.363**	1	
	Sig. (2-tailed)		.130	.254	.009	.001	.114	.003	.019	.728	.000	.082	.044	.117	.058	.059	.240	.066	.000	
N		90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

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

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.765	18