

PENGARUH LITERASI EKONOMI DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA 2015

Dias Kanserina

Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pendidikan Ganesha
Singaraja, Indonesia

e-mail: kanserinadiaz@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha, (2) pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha, (3) pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha. Subjek penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha berjumlah 111 mahasiswa dengan objek perilaku konsumtif. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan dokumentasi dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *stratified sampling*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) literasi ekonomi (X_1) berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar -2,470, (2) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 12,839, (3) literasi Ekonomi (X_1) dan gaya hidup (X_2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha sebesar 85,453.

Kata kunci : Perilaku konsumtif, Literasi Ekonomi, Gaya Hidup

Abstract

This research aims to know (1) the effect of economy literacy on consumer behavior the student of Economy Department, Undiksha, (2) the effect of life style on consumer behavior the student of Economy Department, Undiksha, (3) the effect of economy literacy and the life style on the consumer behavior the student of Economy Department, Undiksha. The subject observed is the student of Economy Department, Ganesha University of Education that total 111 students with the object of consumer behavior. Collecting data in this research used questionnaire and documentation of the sampling technique using stratified sampling. The method is descriptive quantitative. Analysis of the data used is multiple linier regression analysis. The results of this research showed that (1) economy literacy (X_1) negatively affected on consumer behavior (Y) the student of Economy Department, Undiksha with a score of -2,470, (2) life style (X_2) positively affected consumer behavior (Y) the student of Economy Department, Undiksha with a score of 12,839, (3) economy literacy (X_1) and life style (X_2) affected consumer behavior (Y) the student of Economy Department, Undiksha with a score of 85,453

Keyword : Consumer Behavior, Economy Literacy, Life Style

PENDAHULUAN

Konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan hidup (Sukwiaty dkk, 2006: 28). Salah satu lapisan konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah remaja. Remaja memiliki kemampuan berkonsumsi yang berkonsumsi irasional. Apabila mahasiswa berkonsumsi secara irasional maka akan cenderung berperilaku konsumtif.

Dari 30 mahasiswa pendidikan Jurusan Pendidikan Ekonomi yang peneliti jadikan sampel observasi awal, dapat disimpulkan bahwa 30 mahasiswa tersebut pernah melakukan tindakan perilaku konsumtif. Untuk itu mahasiswa diharapkan melakukan tindakan ekonomis dalam melakukan kegiatan konsumsi. Mahasiswa hendaknya sadar bahwa tidak selamanya kebutuhan yang dicari akan terpenuhi karena masalah kelangkaan. Sesuai dengan yang disampaikan Raharja dan Manurung (2010: 1) bahwa keputusan dalam menentukan pilihan bukanlah pekerjaan yang mudah, sebab berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dilanjutkan oleh Raharja dan Manurung karenanya manusia perlu belajar bagaimana menentukan pilihan, hal inilah yang akan dipelajari dalam ilmu ekonomi (*economic*). Dengan demikian ilmu ekonomi membantu manusia agar upaya kearah pemenuhan kebutuhan yang selalu langka tersebut bisa dilakukan dengan baik.

Menurut Wahyudi (2013: 30), "Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata." Berkonsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

tinggi karena mereka cenderung menjadi *trend center* dalam kegiatan berkonsumsi. Salah satu kalangan remaja yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. Perilaku mahasiswa cenderung pada kegiatan berkonsumsi rasional dan kegiatan

Menurut Ancok (2004) dalam Ningrum (2011: 3), "Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas." Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhannya. Menurut Dwi Astuti, (2011: 151) perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dipengaruhi oleh banyak hal. Menurut Setiadi (2013 : 10) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan (kebudayaan, subbudaya, kelas sosial), faktor sosial (kelompok referensi, keluarga, peran dan status), faktor pribadi (Umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri), faktor psikologis (motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap).

Hal-hal yang mengindikasikan konsumen berperilaku konsumtif adalah sebagai berikut. (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. (2) Membeli produk karena kemasannya menarik. (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. (7) Munculnya penilaian

bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda), (Sumartono 2002: 119).

Menurut Prasetijo dan Ihalauw (2005: 88) pembelajaran adalah suatu proses, jadi pembelajaran ini secara terus menerus berlangsung dan berubah sebagai akibat dari pengetahuan yang diperoleh (dengan membaca, diskusi, observasi, atau berfikir) atau dari pengalaman yang sebenarnya. Seorang remaja selaku konsumen yang rasional akan memutuskan pembelian suatu barang tidak didasari oleh emosi belaka, namun terutama didasari pada suatu pertimbangan bahwa apa yang akan dibelinya memang memberikan tingkat kepuasan terbesar jika dibandingkan dengan barang atau jasa lainnya. Hal ini didapat setelah mempelajari lebih jauh mengenai ilmu ekonomi.

Menurut Sina (2012: 135) literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup. Pentingnya literasi ekonomi akan meminimalisir perilaku konsumtif mahasiswa dalam berkonsumsi. Seperti yang diungkapkan Budiwyaty, (2014) rendahnya literasi ekonomi akan berdampak pada sikap konsumtif pada konsumen. Ini merupakan pengetahuan yang diperlukan untuk menguasai tugas-tugas tertentu yang berkaitan dengan masalah ekonomi dan memiliki pemahaman yang baik terkait dengan uang, bisnis, dan masalah ekonomi yang sedang di bahas (Kotte and Witt, 1995: 162). Mahasiswa yang memiliki pengetahuan terhadap cara mengelola keuangan, kualitas barang, dan kebutuhan mendesak yang sewaktu-waktu bisa terjadi akan lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi.

Untuk memiliki literasi ekonomi yang memadai, mahasiswa perlu memahami ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi merupakan pedoman bagi mahasiswa dalam menentukan barang dan jasa yang akan dibeli. Mahasiswa juga dapat menetapkan

skala prioritas dalam melakukan kegiatan konsumsi. Teori perilaku konsumen berkaitan dengan proses pengambilan keputusan, bagaimana seseorang konsumen memilih diantara berbagai macam alternatif (*choice*). Maka penting bagi mahasiswa untuk mengetahui bagaimana menjadi mahasiswa yang baik dengan memanfaatkan ilmu ekonomi. Indikator literasi ekonomi adalah sebagai berikut. (1) Kelangkaan, (2) Sumber Daya Produktif, (3) Sistem Ekonomi, (4) Tukar Menukar, (5) Insentif Ekonomi, (6) Pasar, (7) Ekonomi Manajemen.

(Kotte and Witt (1995: 163) yang ditulis dalam *Change and Challenge: Assessing Economic Literacy*.)

Gaya Hidup (*Lifestyle*) didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup, termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana ia mengalokasikan waktunya dan sebagainya. Menurut Kotler (2002, p. 192) dalam penelitian Susanto (2013: 1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.

Gaya hidup mahasiswa dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada masa puber, bukan lagi orang tua yang menjadi model, melainkan orang-orang yang umunya sama yang menjadi model utama (Fudyartanta, 2012: 210). Hal ini menyebabkan mahasiswa mengimitasi perilaku yang dilakukan oleh sekelilingnya. Pengimitasian ini terutama dialami oleh para remaja. Remaja sering berkumpul dengan sesama teman sebayanya. Dalam perkumpulan itu, remaja cenderung berbagi dengan sesamanya mengenai banyak hal termasuk gaya hidup. Disana mahasiswa sebagai remaja jenjang akhir biasanya tertarik untuk menggunakan apa yang kebanyakan teman sebaya mereka gunakan. Kelompok teman sebaya diakui

dapat mempengaruhi pertimbangan dan keputusan seorang remaja tentang perilakunya (Beyth-Marom, et al., 1993; Conger, 1991; deaux, et. al., 1993; Papalia dan Olds, 2001). Conger (1991) dan Papalia dan Olds (2001), mengemukakan bahwa kelompok teman sebaya merupakan sumber referensi utama bagi remaja dalam hal persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup (Jahja, 2012: 234). Psikografis pelanggan sering disebut analisis gaya hidup karena ditinjau dari dua dimensi yaitu konsep diri dan gaya hidup. Penelitian psikografis selalu berdasarkan AIO *Activity* (aktivitas), (2) *Interest* (minat), (3) *Opinion* (opini) (Kasali, 1999: 245)

Pangsa pasar remaja merupakan sasaran empuk bagi para produsen. Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir dengan kecenderungan berkonsumsi tinggi. Mahasiswa mengkonsumsi suatu barang atau jasa bukan hanya karena mereka butuh. Namun aspek "lapar mata" yang sering terjadi saat mahasiswa berkonsumsi merupakan indikasi perilaku konsumtif. Mangkunegara (2009: 59) mengemukakan pembeli remaja dengan kriteria sebagai berikut, (1) remaja amat mudah terpengaruh oleh rayuan penjual, (2) mudah terbujuk rayuan iklan, terutama pada kerapian kertas bungkus, (apalagi jika dihiasi dengan warna-warna yang menarik), (3) tidak berfikir hemat, (4) kurang realistis, romantis, dan mudah terbujuk (implusif). Hal ini yang mengindikasikan remaja mudah untuk berperilaku konsumtif.

Pada awalnya mahasiswa sudah merencanakan mengkonsumsi barang-barang tertentu, namun saat tiba pada pusat perbelanjaan, maka banyak motivasi lain yang mempengaruhi mahasiswa tersebut dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Hal tersebut dapat berpotensi menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif.

Mahasiswa tidak lagi secara rasional memenuhi kebutuhannya saat berbelanja, namun tertarik pada hal-hal yang tidak terduga saat berada pada pusat perbelanjaan. Hal ini mungkin akan berkurang intensitasnya pada mahasiswa yang memiliki literasi ekonomi.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar literasi ekonomi dan gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan di Kampus Tengah Universitas Pendidikan Ganesha tepatnya di Jurusan Pendidikan Ekonomi yang berlokasi di Jalan Udayana, Singaraja. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Jumlah sampel yang akan diambil dalam menjalankan penelitian ini adalah sebanyak 111 dengan teknik pengambilan sampel yaitu *Sampling Stratified*.

Data yang digunakan data kualitatif dan data kuantitatif. dengan menggunakan angket/kuesioner. Penelitian ini menggunakan skala pengukuran yang disebut skala likert. Sebelum diisi oleh responden kuisisioner/angket terlebih dahulu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Setelah valid dan reliable kuisisioner diisi oleh responden dan dilakukan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji asumsi klasik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA Tahun 2015

Hasil perhitungan uji t pada tabel 1. Hasil SPSS Uji t Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif menunjukkan bahwa literasi ekonomi (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) karena jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima dan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak yaitu $-2,470$, pada T_{tabel} dengan db 111 dan taraf signifikan $0,05$ diperoleh $1,65870$, karena $-2,470 > 1,65870$ dan pada kolom sig probabilitas $0,015 < 0,05$ maka H_0 ditolak maka H_1 diterima

berarti terdapat pengaruh dari literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Tanda (-) pada t_{tabel} variabel literasi ekonomi mengandung arti bahwa

literasi ekonomi berpengaruh negatif (berlawanan arah) terhadap perilaku konsumtif. Adapun penjelasan di atas bisa dilihat pada tabel 1 sebagai berikut.

Tabel 1. Hasil SPSS Uji t Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.517	4.336		2.656	.009
	Literasi Ekonomi	-.406	.164	-.148	-2.470	.015

(Sumber: Lampiran 18. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA Tahun 2015

Nilai t_{hitung} untuk gaya hidup yaitu 12,839, pada t_{tabel} dengan db 111 dan taraf signifikan 0,05 diperoleh 1,65870, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu

12,839 > 1,65870 dan pada kolom sig probabilitas 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Adapun penjelasan di atas bisa dilihat pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil SPSS Uji t Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.506	1.776		-.848	.399
	Gaya Hidup	.878	.068	.769	12.839	.000

(Sumber : Lampiran 13. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

3. Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi UNDIKSHA Tahun 2015

Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi simultan (uji f) pada tabel ANOVA menggambarkan bahwa Literasi Ekonomi (X_1) dan Gaya Hidup (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) karena dari hasil perhitungan diketahui f_{hitung} sebesar 85,456 dan f_{tabel} sebesar 3,08. Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu 85,456 > 3,08 dan tingkat signifikansi atau probabilitas 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dapat

disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015 menggunakan analisis koefisien determinasi dengan melihat tampilan *output* SPSS *model summary*.

Adapun penjelasan di atas bisa dilihat pada tabel 3 sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil SPSS Uji F Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8350.683	2	4175.341	85.453	.000 ^a
	Residual	5277.011	108	48.861		
	Total	13627.694	110			

(Sumber : Lampiran 13. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, akan terlihat pada analisis regresi. Adapun penjelasan di

atas bisa dilihat pada tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil SPSS Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.517	4.336		2.656	.009
	Literasi Ekonomi	-.406	.164	-.148	-2.470	.0135
	Gaya Hidup	.878	.068	.769	12.839	.000

(Sumber :Lampiran 13. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

Berdasarkan tabel coefficients dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda $\hat{Y} = a + bx$ yaitu $\hat{Y} = 11,517 - 0,406 + 0,878x + \mu$. Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan penurunan perilaku konsumtif sebesar 406 tingkat. Sedangkan

apabila variabel bebas yaitu gaya hidup mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 8,78 tingkat.

Untuk mengetahui kelayakan penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yaitu uji Autokorelasi, Multikolinieritas dan Heteroskedastisitas.

Tabel 2. Hasil SPSS Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.783 ^a	.613	.606	6.990	1.918

(Sumber : Lampiran 13. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

Berdasarkan nilai tabel DW (*Durbin Watson*) pada taraf signifikansi 5% di adalah 1,6540 dan du adalah 1,7273 hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 1,918 dan nilai

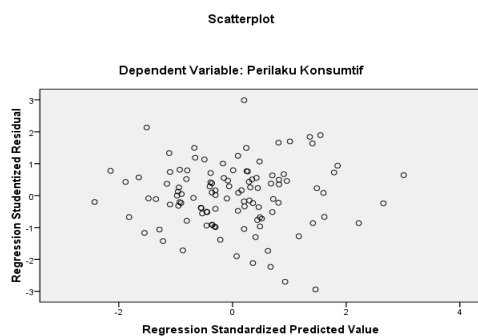
tersebut berada $du < d < 4 - du$ atau $1,7273 < 1,918 < 2,2727$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi positif atau negatif pada model regresi linier berganda.

Tabel 2. Hasil SPSS Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	VIF
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.517	4.336		2.656	
	Literasi Ekonomi	-.406	.164	-.148	-2.470	1.000
	Gaya Hidup	.878	.068	.769	12.839	1.000

(Sumber : Lampiran 13. Hasil pengolahan data dengan SPSS 16.0)

Nilai VIF kurang dari 10 yaitu $1,000 < 10$ dan nilai *tolerance* diatas 0,10 yaitu $1,000 > 0,10$ maka tidak terdapat gejala multikolinieritas sehingga hasil perhitungan model persamaan regresi akurat untuk memberikan interpretasi



Gambar 1. Hasil SPSS Uji Heteroskedastisitas

Terlihat pada tampilan grafik scatterplot tersebut bahwa tidak terdapat pola tertentu yang teratur dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y secara acak, maka tidak terjadi *heteroskedastisitas* atau model persamaan regresi *homoskedastisitas*.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diketahui bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun

2015. Dilihat berdasarkan tabel *coefficients* dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda $\hat{Y} = a + b x$ yaitu $\hat{Y} = 11,517 - 0,406 + 0,878 + \mu$. Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan penurunan perilaku konsumtif sebesar 406 tingkat. Selain itu jika dilihat dari hasil perhitungan uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa literasi ekonomi (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Tanda (-) pada t tabel variabel literasi ekonomi mengandung arti bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif (berlawanan arah) terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa maka tingkat perilaku konsumtif akan semakin menurun. Sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa rendah maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa meningkat. Untuk mengantisipasi perilaku bisa dilakukan dengan memiliki literasi ekonomi yang memadai. Dalam literasi ekonomi akan memberikan mereka ilmu mengenai bagaimana cara mengelola pendapatan untuk kepentingan berkonsumsi. Pengetahuan mengenai perilaku konsumen dapat meningkatkan kemampuan pribadi seseorang untuk menjadi konsumen yang efektif (Prasetijo dan Ihlauw, 2005: 58).

Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Berdasarkan tabel *coefficients* dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda $\hat{Y} = a + b x$ yaitu $\hat{Y} = 11,517 - 0,406 + 0,878x + \mu$. Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu gaya hidup mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 8,78 tingkat. Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin mewah dan hedonisme gaya hidup seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif. Sebaliknya jika menurunnya sikap hedonisme dan mewahnya gaya hidup mahasiswa maka menurun pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2002, p. 192) dalam penelitian Susanto (2013: 1) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar. Selain itu James S. Coleman mengungkapkan nilai-nilai anak muda yang dominan adalah keunggulan dalam olahraga, pandai berdansa, mempunyai mobil, disenangi teman-teman, senang hura-hura, senang pesta-pesta, menjadi teman kencan yang baik, tidak dicap pengecut (bagi anak laki-laki), dan sebagainya (Sarwono, 2006: 71). Dengan gaya hidup yang mewah, kebutuhan mahasiswa akan barang dan jasa pun menjadi mewah. Mahasiswa tidak memikirkan lagi skala prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini cenderung dilakukan pada mahasiswa dengan tingkat pendapatan menengah ke atas. Apabila gaya hidup hedonisme tidak diantisipasi dan dikontrol oleh idealisme mahasiswa dan orang tua, maka mahasiswa telah menanamkan perilaku konsumtif pada diri mereka.

Literasi ekonomi dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi. Dengan hasil perhitungan tersebut mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi hendaknya memperhatikan gaya hidup yang sedang dijalankan. Dalam mata kuliah ekonomi mikro, ekonomi makro dan pengantar ilmu ekonomi dengan jelas disampaikan bagaimana cara berkonsumsi agar efisien dan efektif. Untuk itu hendaknya mahasiswa menerapkan berbagai hal yang bisa menghindarkan mereka dari perilaku konsumtif. Apabila mahasiswa cenderung melakukan hal-hal yang mengindikasikan perilaku konsumtif, mereka akan malas menabung untuk kebutuhan mendesak yang tidak terduga. Selain itu mereka juga akan cenderung melakukan kegiatan berhutang demi memenuhi keinginannya dalam berkonsusmsi. Hal ini tentu akan sangat merugikan bagi seorang mahasiswa. Mereka seharusnya berkonsumsi secara efisien untuk kepentingan pendidikannya.

SIMPULAN DAN SARAN

(1) Literasi ekonomi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Dilihat berdasarkan tabel *coefficients* dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda $\hat{Y} = a + b x$ yaitu $\hat{Y} = 11,517 - 0,406 + 0,878x + \mu$. Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu literasi ekonomi mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan penurunan perilaku konsumtif sebesar 406 tingkat. Selain itu jika dilihat dari hasil perhitungan uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa literasi ekonomi (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Tanda (-) pada t tabel variabel literasi ekonomi mengandung arti bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif (berlawanan arah) terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi kemampuan literasi ekonomi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015 maka dapat menurunkan tingkat perilaku

konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015 dalam berkegiatan konsumsi. Dan sebaliknya jika literasi ekonomi mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015 rendah maka tingkat perilaku konsumtif mahasiswa meningkat. (2) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Berdasarkan tabel coefficients dapat diketahui bentuk persamaan regresi berganda $\hat{Y} = a + b x$ yaitu $\hat{Y} = 11,517 - 0,406 + 0,878x + \mu$. Model persamaan regresi berganda tersebut dapat menjelaskan bahwa, apabila variabel bebas yaitu gaya hidup mengalami kenaikan 1 tingkat akan diikuti dengan kenaikan perilaku konsumtif sebesar 8,78 tingkat. Dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti kenaikan gaya hidup menjadi lebih mewah dan hedonisme akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. Sebaliknya jika menurunnya gaya hidup mewah dan hedonisme maka menurun pula tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015. (3) Disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh signifikan bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu perilaku konsumtif. Besarnya pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha tahun 2015 menggunakan analisis koefisien determinasi dengan melihat tampilan *output SPSS model summary*. Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi simultan (uji f) pada tabel ANOVA menggambarkan bahwa literasi ekonomi (X_1) dan gaya hidup (X_2) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y). Berdasarkan simpulan diatas maka dapat dikemukakan beberapa saran, (1) Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini

menekankan kepada seluruh mahasiswa sebagai konsumen terutama dalam kisaran umur remaja, bahwa memiliki pengalaman belajar dan melek ekonomi merupakan hal yang penting untuk menjauhkan kita dalam berperilaku konsumtif. Pengimplementasian mata kuliah ekonomi mikro, ekonomi makro dan pengantar ilmu ekonomi menjadi sangat penting untuk mengendalikan cara berkonsumsi mahasiswa.. (2) Bagi Lembaga, Hasil penelitian ini bisa menjadi referensi bagi lembaga untuk lebih menekankan beberapa mata kuliah yang menunjang mahasiswa untuk menghindarkan perilaku konsumtif. Mata kuliah tersebut antara lain ekonomi mikro, ekonomi makro, dan pengantar ilmu ekonomi. Pemaparan materi dalam mata kuliah tersebut dapat menanamkan kepada mahasiswa mengenai betapa pentingnya menabung dan berinvestasi, bagaimana menggunakan skala prioritas dalam berkonsumsi agar tidak boros, dan mengaplikasikan cara untuk mengantisipasi kebutuhan mendesak yang tidak diduga. (3) Bagi Masyarakat, dari hasil penelitian tersebut memberikan informasi bagi orang tua agar memperhatikan pengeluaran anak mereka. Orang tua diharapkan mengarahkan anak mereka berkonsumsi secara efisien dalam memenuhi kebutuhan pendidikan. Orang tua hendaknya mengarahkan anak mereka untuk mengelola keuangan bulanan agar bisa disisihkan sebagian untuk menabung, agar anak mereka terhindar dari perilaku konsumtif. (4) Bagi Peneliti Lain, bagi peneliti lain memungkinkan untuk meneliti kembali variabel lain yang berpengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif berdasarkan teori yang telah diungkapkan. Hal ini dilakukan untuk menyempurnakan kembali penelitian mengenai perilaku

konsumtif. Peneliti lain juga diharapkan dapat mengungkap penemuan-penemuan baru yang bisa menunjang penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiwaty, Nety. Juli 2010. "Analisis Literasi Ekonomi dan Perilaku konsumen" Universitas Pendidikan Indonesia, repository.upi.edu, perpustakaan.upi.edu. *Jurnal Volume 5, Nomor 1, Juli 2010*. [http://jurnal.upi.edu/pendidikan-dasar/view/11113/analisis-pengaruh-lingkungan-sosial-ekonomi-terhadap-perilaku-konsumtif-siswa-\(studi-kasus-pada-sma-se-kota-bandung\)-.html](http://jurnal.upi.edu/pendidikan-dasar/view/11113/analisis-pengaruh-lingkungan-sosial-ekonomi-terhadap-perilaku-konsumtif-siswa-(studi-kasus-pada-sma-se-kota-bandung)-.html). diakses tanggal 10 Desember 2014
- Dwi Astuti, Endang. 2013. "Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda". *eJournal Psikologi, Volume 1, Nomor 2, 2013 : 148-156*. Diakses tanggal 8 Desember 2014.
- Fudyartana, Ki. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Pustaka Pelajar : Jogjakarta
- Jahja, Yudrik. 2012. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : Kencana.
- Kasali, Renald. (1999). *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi Targeting Positioning*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotte & Witt. 2005. *Chance and Challenge : Assessing Economic Literacy. Technical University Dresden School of Economics*. <http://www.waxmann.com/fileadmin/media/zusatztexte/postlethwaite/kotte.pdf>. diakses tanggal 8 Januari 2015
- Mangkunegara, Prabu A. (1988). *Perilaku konsumen*. Bandung : PT. Eresco
- (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama
- Nugraheni, P.N.A. 2003. Perbedaan Kecenderungan gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal. Skripsi. (tidak diterbitkan)
- Rahardja. Manurung. (2010). *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar* Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia : Jakarta
- Sina, Peter Garlans. 2012. "Analisis Literasi Ekonomi" *Jurnal Economia Universitas Negeri Yogyakarta. Jurnal Volume 8, Nomor 2, 2012*. <http://journal.uny.ac.id/index.php/economia/article/view/1223>. diakses tanggal 11 Desember 2014
- Sukwiaty, dkk. (2006). *Ekonomi SMA Kelas X*. Jakarta : Yudistira
- Susanto, Angga Sandy. 2013. "Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup)". *Jurnal JIBEKA, Volume 7, Nomor 2, Agustus 2013 : 1-6*. <http://lp3m.asia.ac.id/wp-content/uploads/2013/08/Angga-Sandy-Membuat-segmentasi-berdasarkan-Gaya-Hidup-Life-Style.pdf>. diakses tanggal 11 Desember 2014
- Wahyudi. 2013. "Tinjauan tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza". *eJournal Sosiologi, Volume 1, Nomor 4, 2013 26-36*. <http://ejournal.sos.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/11/Jurnal%20wahyudi%20PDF%20%2811-07-13-07-45-39%29.pdf>. Diakses pada tanggal 5 Desember 2014

