

SKRIPSI

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN
PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
MAHASISWA FEB UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM
SAMARINDA**



Oleh :

NAUFAL YUMNA LATHIF
NPM. 21.61201.095

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA
2025**



UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI (KOMPREHENSIF)

Panitia Ujian Skripsi (Komprehensif) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Program Studi **Manajemen**; telah melaksanakan Ujian Skripsi (Komprehensif) pada hari ini tanggal **14 Agustus 2025** bertempat di **Kampus Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda**.

- Mengingat :
1. Undang-Undang No. 20 Tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional.
 2. Undang-Undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.
 3. Peraturan Pemerintah No. 4 Tahun 2014 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi.
 4. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 238/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2023, Terakreditasi Baik Sekali.
 5. Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan tentang Status, Peringkat dan Hasil Akreditasi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor : 338/DE/A.5/AR.10/IV/2023, Terakreditasi Baik Sekali.
 6. Surat Keputusan Yayasan Pembina Pendidikan Mahakam Samarinda No.22.a/SK/YPPM/VI/2017 tentang Pengesahan Statuta Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
 7. Surat Keputusan Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda Nomor. 424.237/48/UWGM-AK/X/2012 Tentang Pedoman Penunjukkan Dosen Pembimbing dan Penguji Skripsi peserta didik.
- Memperhatikan :
1. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Penunjukkan Dosen Pembimbing Mahasiswa dalam Penelitian dan Penyusunan Skripsi;
 2. Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis tentang Penunjukkan Tim Penguji Ujian Skripsi (Komprehensif) Mahasiswa;
 3. Hasil Rekapitulasi Nilai Ujian Skripsi (Komprehensif) mahasiswa yang bersangkutan;

No.	Nama Penguji	Tanda Tangan	Keterangan
1.	H. Rudy Syafariansyah, SE, MM	1.....	Ketua
2.	Sri Wahyuti, SE, MM	2.....	Anggota
3.	Siti Rohmah, SE., M. Ak	3.....	Anggota

MEMUTUSKAN

Nama Mahasiswa : NAUFAL YUMNA LATHIF
NPM : 21.61201.095
Judul Skripsi : Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

Nilai Angka/Huruf : **80,77 / A.**
Catatan :

1. LULUS / ~~TIDAK LULUS~~
2. REVISI / ~~TIDAK REVISI~~

Mengetahui

Pembimbing I


H. Rudy Syafariansyah, SE, MM.

Pembimbing II


Sri Wahyuti, SE, MM

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA**

Diajukan Oleh : Naufal Yumna Lathif

Npm : 2161201095

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan/Prog.Studi : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Keuangan

Mengetahui,

Pembimbing I,

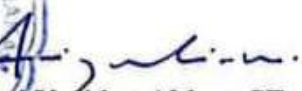

H. Rudy Syafariansyah, SE., M.M
NIDN. 1125037207

Pembimbing II,


Sri Wahvuti, SE., M.M
NIDN. 1120057301

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda



Dr. M. Astri Yulidar Abbas, SE., M.M
NIP. 19730704 200501 1 002

Lulus Ujian Komprehensif Tanggal : 14 Agustus 2025

HALAMAN PENGUJI
SKRIPSI INI TELAH DIUJI DAN DINYATAKAN LULUS PADA :

Hari : Kamis
Tanggal : 14 Agustus 2025

Dosen Penguji,

1. H. Rudy Syafariansyah, SE., M.M

1. 

2. Sri Wahyuti, SE., M.M

2. 

3. Siti Rohmah, SE., M.M

3. 

LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa :

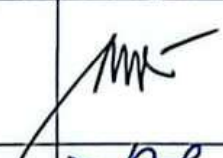
Nama : Naufal yumna lathif

Npm : 2161201095

Telah melakukan revisi skripsi yang berjudul :

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, *DIGITAL PAYMENT*, DAN PENGELOLAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FEB UNIVERSITAS WIDYA GAMA MAHAKAM SAMARINDA

Sebagaimana telah di sarankan oleh dosen penguji, sebagai berikut :

No	Dosen penguji	Bagian yang direvisi	Tanda tangan
1	H. Rudy Syafariansyah, SE., M.M	-	
2	Sri Wahyuti, SE., M.M	-	
3	Siti Rohmah, SE., M.M	1. Bab 1 : Tambahkan fenomena permasalahan penelitian 2. Bab 2 : Penelitian terdahulu sesuaikan dengan penelitian 3. Bab 3 : Skala likert 4. Bab 5 : Sesuaikan pembahasan tambahkan kaitan teori dan empiris 5. Bab 6 : saran berikan saran yang rill dan benar-benar sesuai kondisi lapangan 6. Sesuaikan sistematika penulisan	

RIYAWAT HIDUP



Naufal Yumna Lathif, lahir di Sleman pada tanggal 2 Juli 2003, merupakan anak pertama dari pasangan Ngadirin dan Megawati. Menempuh pendidikan dasar tahun 2009 sampai dengan tahun 2015 di SD Negeri 042 Samarinda, melanjutkan ke SMP Negeri 5 Samarinda tahun 2015 sampai dengan 2018.

Melanjutkan ke SMK Negeri 4 Samarinda pada 2018 sampai dengan tahun 2021 jurusan Pemasaran. Setelah menempuh pendidikan SMK, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda pada 2021 dan memilih Fakultas Ekonomi di Jurusan Manajemen. Pada tahun 2024 penulis mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) pada 01 Agustus sampai dengan 31 Agustus 2024 di Desa Batu Batu. Penulis menyelesaikan rangkaian tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis pada jurusan Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Keuangan, dengan melaksanakan penelitian yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda".

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam, yang telah melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi penelitian yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda” mempelajari cara pembuatan skripsi pada Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Penulis mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Ngadirin dan Ibu Megawati, atas doa, cinta, serta pengorbanan yang tak pernah putus. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik berupa materi, doa, maupun dukungan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terhormat dan berharga:

1. Prof. Dr. Husaini Usman, M.Pd.M.T selaku Rektor Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti Pendidikan di Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
2. Dr. M. Astri Yulidar, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis sampaikan apresiasi dan terima kasih atas kebijakan serta fasilitas yang mendukung proses pembelajaran selama berada di lingkungan kampus.
3. Dian Irma Aprianti, S.IP., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, penulis ucapkan terima kasih atas arahan dan

masukannya yang sangat berharga dari awal kuliah hingga penyusunan skripsi ini.

4. H. Rudy Syafariansyah Dachlan, SE., MM selaku Dosen Pembimbing I dan Sri Wahyuti, SE., MM selaku Dosen Pembimbing II, penulis ucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses persiapan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan bisnis, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta pelayanan yang sangat berarti selama masa studi hingga proses penyusunan skripsi ini.
6. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sahabat terdekat yaitu, Karisma, Lerin, Fahri, Angel, Thomas, Janny, Dila, Ibnu, Dimas, Samsul, Kardy, Aprida, Dewi, Lisda serta seluruh rekan sekelas yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, semangat, serta canda tawa yang telah menjadi bagian penting selama proses ini berlangsung.

Dengan penuh kerendahan hati, penulis menutup penyusunan skripsi ini dengan harapan bahwa hasil penelitian yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat serta kontribusi yang bermanfaat.

Samarinda, 11 April 2025

Naufal Yumna Lathif

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGUJI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI	iv
RIYAWAT HIDUP	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	7
1.3 Batasan masalah	7
1.4 Tujuan penelitian.....	8
1.5 Manfaat penelitian.....	8
1.6 Sistematika penulisan	9
BAB II DASAR TEORI.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Tinjauan Teori	14
2.3 Hubungan Antar Variabel	28
2.4 Kerangka Konseptual	29
2.5 Hipotesis	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Definisi Operasional.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Teknik Analisis Data	37
3.6 Uji Hipotesis	43
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	46
4.1 Gambaran Umum Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda....	46
4.2 Gambaran Objek Penelitian Responden.....	54
BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	56
5.1 Analisis Data Penelitian	56
5.2 Pembahasan	66
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	70
6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Definisi operasional variabel	33
Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Aktif.....	34
Tabel 3.4 Interval Koefisien Antar Variabel.....	43
Tabel 4.1 Jumlah Fakultas Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda	46
Tabel 4.2 Tahun Pendirian Fakultas Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda	47
Tabel 4.3 Data Usia Mahasiswa	54
Tabel 4.4 Data Tahun Angkatan	55
Tabel 5.1 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 5.3 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 5.4 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 5.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
Tabel 5.6 Hasil Uji Linearitas	61
Tabel 5.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
Tabel 5.8 Hasil Uji Koefisien Korelasi	63
Tabel 5.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 5.10 Hasil Uji F	64
Tabel 5.11 Hasil Uji t	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna <i>E-Commerce</i> di Indonesia	2
Gambar 2.1 Model Konseptual	30
Gambar 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Wawancara studi awal	77
Lampiran 2. Kuisisioner penelitian.....	78
Lampiran 3. Hasil rekapitulasi kuisisioner	84
Lampiran 4. Output hasil	96
Lampiran 5. R tabel, T tabel, dan F tabel.....	101

ABSTRAK

Naufal Yumna Lathif (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Dosen Pembimbing I: Bapak H. Rudy Syafariansyah, SE., MM dan Dosen Pembimbing II: Ibu Sri Wahyuti, SE., MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda angkatan 2021–2024 yang pernah melakukan aktivitas konsumtif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan, penggunaan digital payment secara bijak, serta pengelolaan keuangan yang efektif untuk menekan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama di era digital yang penuh dengan kemudahan akses konsumsi.

Kata kunci: literasi keuangan, *digital payment*, pengelolaan keuangan, perilaku konsumtif

BAB I

PENDAHULUAN

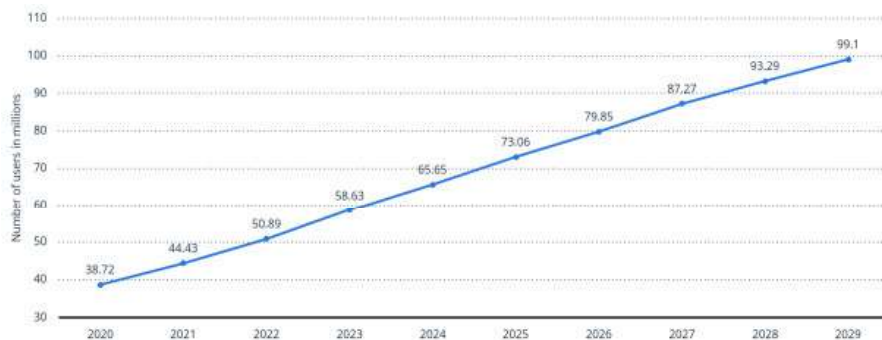
1.1 Latar belakang

Kemajuan zaman yang semakin modern dan perkembangan teknologi yang pesat telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia. Era globalisasi telah mencapai tahap baru, ditandai dengan semakin bertambahnya peran teknologi digital dalam sektor ekonomi. Perkembangan teknologi dan tersedianya berbagai fasilitas yang semakin canggih telah mempermudah pelaku ekonomi untuk mengubah pola permintaan dan penawaran. Saat ini, kegiatan jual beli dapat dilakukan secara praktis melalui perangkat digital dengan memanfaatkan jaringan elektronik yang dikenal sebagai e-commerce.

Menurut Dzakiyyah et al., (2022), perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang cenderung tidak rasional dalam melakukan pembelian barang atau menggunakan jasa yang sebenarnya bukan merupakan kebutuhan utama, dilakukan secara berlebihan demi memperoleh kepuasan pribadi atau menunjukkan status sosial. Konsumsi yang tidak rasional dan bersifat impulsif terlihat ketika seseorang membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan pokok, melainkan hanya untuk memuaskan keinginan atau dorongan sesaat.

Berdasarkan data, jumlah pengguna *e-commerce* terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2020, tercatat sebanyak 38,72 juta pengguna, meningkat menjadi 44,43 juta pada tahun 2021, dan terus bertambah menjadi 50,89 juta pada tahun 2022. Pada tahun 2023, angka ini naik lagi menjadi 58,63 juta, dan pada tahun 2024 mencapai 65,65 juta pengguna. Lonjakan ini

menunjukkan semakin tingginya ketergantungan masyarakat terhadap platform belanja online yang menawarkan kemudahan, kecepatan, serta berbagai fitur menarik. (<https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>)



Gambar 1.1 Pengguna *E-Commerce* di Indonesia

Sumber : Statista 2024

E-commerce Kaltim mengalami peningkatan pesat pada kuartal II 2021 seiring terbatasnya mobilitas masyarakat akibat pandemi. Volume transaksi mencapai 4,8 juta dengan nilai sebesar Rp 1,12 triliun, didominasi oleh produk fashion (29%), elektronik (25%), kebutuhan rumah tangga dan kantor (19%), serta hobi (18%). Kenaikan aktivitas belanja online ini juga sejalan dengan meningkatnya penggunaan layanan data, terutama pada layanan streaming dan aplikasi belanja. XL Axiata mencatat lonjakan traffic hingga 65% untuk e-commerce, dengan peningkatan tertinggi terjadi di Kutai Kartanegara (13%), Samarinda (7%), dan Balikpapan (6%). (<https://www.prokal.co/bisnis/1773928362/transaksi-ecommerce-di-kaltim-meningkat>)

Literasi keuangan merupakan suatu proses atau program yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri seseorang

dalam mengelola keuangan pribadinya secara lebih efektif (Dilasari et al., 2021). Masih banyak orang yang belum menyadari pentingnya pemahaman tentang literasi keuangan, termasuk pengetahuan dasar mengenai aspek keuangan. Setiap orang memiliki kewajiban untuk mengatur keuangannya dengan baik, karena hal tersebut berperan penting dalam menjaga keberlangsungan hidup.

Pemahaman mengenai keuangan sangat penting bagi masyarakat karena memungkinkan mereka untuk memilih dan memanfaatkan berbagai produk serta layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan masing-masing (Dachlan & Hendriyadi, 2023). Tanggung jawab ini tidak hanya masyarakat umum, tetapi juga bagi mahasiswa. Mahasiswa perlu memiliki kemampuan dalam mengatur keuangan agar mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Salah satu cara untuk meningkatkan literasi keuangan adalah melalui lembaga pendidikan, seperti di lingkungan perguruan tinggi (Hermawan dan Septiani, 2024).

Meskipun indeks literasi keuangan nasional telah mencapai 65,43% menurut informasi dari SNLIK pada tahun 2024, tingkat literasi keuangan di Kalimantan Timur masih tergolong rendah. Kondisi ini menjadi perhatian serius mengingat pentingnya pemahaman masyarakat terhadap pengelolaan keuangan yang bijak dan penggunaan layanan keuangan yang aman. Menanggapi hal tersebut, Bank Indonesia (BI) terus mengencangkan edukasi kepada masyarakat Kalimantan Timur melalui berbagai program literasi dan inklusi keuangan. Upaya ini dilakukan sebagai bagian dari strategi perlindungan konsumen dan untuk mewujudkan masyarakat Kalimantan Timur yang lebih sejahtera, cerdas secara finansial, dan terlindungi dalam menggunakan layanan keuangan.

(<https://www.narasi.co/literasi-keuangan-di-kaltim-masih-rendah-bi-gencar-edukasi-masyarakat/>)

Digital Payment telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern, terutama dalam mendukung kegiatan konsumsi sehari-hari. Sistem ini memberikan berbagai kemudahan dalam melakukan transaksi, seperti kecepatan, efisiensi, dan fleksibilitas dalam metode pembayaran. Menurut Rizkiyah et al., (2021), *digital payment* merupakan metode transaksi non-tunai yang lebih praktis dan efisien, yang hanya dapat diakses melalui smartphone serta dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja.

Penggunaan alat pembayaran digital di Indonesia terus berkembang pesat, didukung oleh hadirnya berbagai platform seperti GoPay, Ovo, LinkAja, Dana, hingga layanan digital dari perbankan konvensional seperti E-money Mandiri, Brizzi BRI, Tap Cash BNI, dan Flazz BCA. Selain itu, Bank Indonesia juga meluncurkan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai sistem pembayaran digital yang kini diwajibkan untuk disediakan oleh semua perbankan. Aksesibilitas QRIS yang semakin luas menjadikannya mudah ditemukan dalam berbagai transaksi sehari-hari, sehingga mendorong optimisme BI dalam menargetkan 55 juta pengguna dan 2,5 miliar transaksi melalui QRIS pada tahun 2024. (<http://indonesia.go.id/kategori/editorial/8279/transaksi-digital-tumbuh-pesat?lang=1>)

Sepanjang tahun 2024, Provinsi Kalimantan Timur mencatat transaksi non-tunai sebesar Rp13,78 triliun, menunjukkan peningkatan signifikan dalam adopsi sistem pembayaran digital. Capaian ini tidak terlepas dari upaya intensif Bank

Indonesia (BI) setempat dalam melakukan sosialisasi kepada berbagai lapisan masyarakat, termasuk komunitas, pelajar, dan masyarakat umum. Sosialisasi tersebut mendorong pemanfaatan beragam instrumen pembayaran non-tunai seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), uang elektronik (UE), serta alat pembayaran berbasis kartu. Tingginya nilai transaksi ini mencerminkan perubahan perilaku masyarakat dalam bertransaksi yang semakin mengarah pada digitalisasi dan efisiensi system pembayaran.

<https://kaltim.antaranews.com/berita/233093/transaksi-non-tunai-kaltim-capai-rp1378-triliun-berkat-sosialisasi>

Salah satu komponen kunci dalam mengatur perilaku konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa, adalah pengelolaan keuangan. Dampak modernisme terhadap perilaku pembelian dan pengelolaan uang saku mahasiswa diteliti dalam penelitian yang dilakukan oleh Rozaini dan Sitohang (2020). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh pengelolaan uang saku. Hal ini berarti bahwa seseorang akan membuat pilihan konsumsi yang lebih bijaksana jika mereka lebih mahir dalam mengelola uang mereka. Orang dengan kemampuan pengelolaan uang yang baik sering kali mampu menghindari pembelian impulsif dan lebih berkonsentrasi untuk memenuhi kebutuhan mereka yang paling penting.

Literasi keuangan, *digital payment*, dan pengelolaan keuangan memiliki peranan penting dalam membentuk perilaku konsumsi seseorang. Rendahnya pemahaman keuangan membuat individu kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sedangkan kemudahan bertransaksi dengan pembayaran digital

mendorong pembelian impulsif karena prosesnya cepat dan praktis. Jika tidak disertai dengan kemampuan mengelola keuangan yang baik, kecenderungan untuk bersikap konsumtif akan semakin tinggi. Kondisi ini sangat relevan di kalangan mahasiswa, yang umumnya berada dalam tahap menuju kemandirian finansial dan sering kali belum memiliki pemahaman serta kontrol keuangan yang memadai, sehingga lebih rentan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan wawancara dengan 30 mahasiswa Program Studi Manajemen FEB Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, ditemukan kecenderungan perilaku konsumtif. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman literasi keuangan, termasuk pentingnya perencanaan dan pengelolaan keuangan pribadi, serta dampak jangka panjang dari konsumsi yang tidak terkontrol. Minimnya literasi keuangan membuat mahasiswa rentan dalam mengambil keputusan finansial yang kurang bijak.

Mahasiswa telah menggunakan digital payment dalam bertransaksi. Kemudahan dan kecepatan transaksi melalui berbagai platform pembayaran digital seperti e-wallet menjadi alasan utama tingginya penggunaan metode ini. Namun, kemudahan tersebut juga dapat menjadi pemicu meningkatnya perilaku konsumtif, karena mahasiswa cenderung melakukan pembelian secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas.

Pengelolaan keuangan yang kurang teratur menjadi salah satu permasalahan yang ditemukan dalam wawancara terhadap mahasiswa. Mahasiswa mengaku tidak secara rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran mereka setiap bulan. Jenis pengeluaran yang paling sering disebutkan antara lain fashion,

skincare, dan modifikasi motor, yang erat kaitannya dengan gaya hidup konsumtif.

Berdasarkan fenomena ini, peneliti tertarik untuk menyelidiki “**Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda**”.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda?
2. Apakah *Digital Payment* berpengaruh secara pasial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda?
3. Apakah Pengelolaan Keuangan berpengaruh secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda?
4. Apakah Literasi keuangan, *Digital Payment* dan pengelolaan keuangan berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda?

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah ini diuraikan untuk membatasi pembahasan atas permasalahan dalam penelitian, yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Angkatan 2021-2024.

2. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan, sedangkan variabel dependennya adalah Perilaku Konsumtif mahasiswa

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Digital Payment* secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
3. Untuk mengetahui pengaruh Pengelolaan Keuangan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
4. Untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

1.5 Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat membantu peneliti dalam menambah pengetahuan mengenai pengaruh literasi keuangan, *digital payment*, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian ini menjadi syarat kelulusan program studi manajemen dan

pengalaman berharga dalam merancang, melaksanakan, dan menganalisis suatu penelitian ilmiah.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman serta meningkatkan kesadaran mahasiswa mengenai pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana. Dengan memahami keterkaitan antara literasi keuangan, penggunaan pembayaran digital, dan kemampuan dalam mengatur keuangan, mahasiswa diharapkan dapat mengambil keputusan yang tepat untuk mengendalikan pola konsumsi.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pihak universitas dalam merancang program-program edukatif atau pelatihan yang berkaitan dengan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan mahasiswa. Dengan demikian, institusi pendidikan dapat turut berperan dalam membentuk karakter mahasiswa yang bijak secara finansial di tengah perkembangan teknologi digital yang semakin pesat.

1.6 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini disusun guna memberikan gambaran yang runtut dan terarah mengenai isi penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat landasan teori, model konseptual, serta hipotesis yang menjelaskan secara rinci mengenai pengaruh literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen FEB UWGM.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang metodologi penelitian, yang mencakup perencanaan dan pelaksanaan proses yang diperlukan untuk menemukan solusi bagi masalah yang ditentukan.

BAB IV GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang gambaran umum dan gambaran objek yang diteliti.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil dan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan, digital payment dan pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Feb Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

BAB VI PENUTUP

Menguraikan Kesimpulan dan saran yang dikumpulkan peneliti dan disajikan di bab ini, Kesimpulan memberikan hasil dari penyelesaian dan saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II

DASAR TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Menurut Abbas (2019: 89), penelitian yang telah dilakukan sebelumnya merupakan salah satu acuan bagi penulis dalam melaksanakan studi ini, sehingga dapat memperluas teori yang digunakan dalam menganalisis topik penelitian. Diharapkan, penelitian ini tidak mengalami duplikasi atau kesamaan dengan studi-studi sebelumnya, serta mampu mengidentifikasi dan membandingkan hasil penelitian ini dengan penelitian yang sudah ada.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian, tahun dan judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Aisyah Dzakiyyah, Ari Saptono, Aditya Pratama (2022), The effect of financial literacy and self-control On the consumptive behavior of state senior high School students in east jakarta	Pada variabel literasi keuangan	Pada variabel pengelolaan keuangan, dan digital payment, Lokasi penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Ada pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif; (2) Ada pengaruh langsung pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif; (3) Ada pengaruh langsung literasi keuangan terhadap pengendalian diri; dan (4) Pengendalian diri mampu menjadi mediator pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA Negeri di Jakarta Timur. Untuk mengurangi

				perilaku konsumtif, sekolah dapat menciptakan kegiatan yang dapat membantu siswa meningkatkan literasi keuangan dan pengendalian diri mereka. Dan bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mereka dapat mengkaji faktor-faktor lain yang diyakini mempengaruhi perilaku konsumtif. <i>Translated with DeepL.com (free version)</i>
2	Indah Geovani Butar Butar, Artie Arditha Rachman, Nurmala (2024), Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Pada variabel literasi keuangan dan <i>digital payment</i>	Pada variabel pengelolaan keuangan dan Lokasi penelitian	Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel pembayaran digital memengaruhi perilaku pembelian mahasiswa sampai batas tertentu. Selain itu, perilaku pembelian mahasiswa dipengaruhi oleh variabel pendapatan. Demikian pula, perilaku pembelian mahasiswa dipengaruhi oleh variabel literasi keuangan. Secara bersamaan, perilaku konsumen mahasiswa dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu pembayaran digital,

				pendapatan, dan pengetahuan keuangan.
3	Lola Putri Kalita ,Ahmad Fiqih Baidhlowi (2024), Analisis pengaruh pengelolaan keuangan pribaditerkait perilaku konsumtif di kalangan mahasiswaterhadap pembelian aplikasi premium	Pada varibel pengelolaan keuangan	Pada variabel literasi keuangan dan pada variabel digital payment, serta Lokasi penelitian	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan pribadi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pembelian aplikasi premium. Mahasiswa dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih terkendali dibandingkan dengan mahasiswa yang pengelolaan keuangannya kurang baik. Studi ini memberikan kontribusi dalam pengembangan literasi keuangan, khususnya untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang pentingnya pengelolaan keuangan pribadi yang bijak dalam mengurangi perilaku konsumtif yang tidak produktif.Kata Kunci:pengelolaan keuangan pribadi; perilaku konsumtif; aplikasi premium; literasi keuangan.

Sumber: Data diolah peneliti 2025

2.2 Tinjauan Teori

2.2.1 *Theory Of Planned Behaviour* (TPB)

Theory of Planned Behaviour (TPB) menjelaskan bahwa behavioral intention atau niat untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi tidak hanya oleh *attitude towards behavior* atau sikap individu terhadap tindakan tersebut, serta *subjective norm* atau norma subjektif, tetapi juga oleh persepsi individu terhadap kemampuannya dalam mengontrol tindakan tersebut (*perceived behavioral control*). (Ajzen, 1991 dalam Purwanto et al. 2023:15).

Theory of Planned Behaviour (TPB) adalah pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang digunakan khususnya dalam konteks perilaku konsumen. Dalam memahami *Theory of Planned Behaviour* (TPB), penting untuk mengetahui bagaimana pengukuran norma subjektif, sikap, dan kontrol perilaku dilakukan, karena ketiga elemen ini menjadi faktor utama yang membangun teori tersebut. Berikut penjelasannya:

1. Sikap terhadap perilaku (*attitude*), khususnya sikap terhadap suatu tindakan dipengaruhi oleh keyakinan perilaku individu, atau gagasan tentang potensi hasil dari perilaku tersebut. Gagasan ini berkaitan dengan evaluasi subjektif seseorang terhadap lingkungannya. Melalui proses menghubungkan perilaku dengan potensi keuntungan atau kerugian, baik sebelum maupun setelah tindakan, orang mengembangkan kesadaran tentang diri mereka sendiri dan lingkungannya.

2. Norma subjektif adalah bagaimana perasaan seseorang tentang harapan atau pendapat orang-orang yang memiliki suara dalam hidup mereka (orang-orang penting) tentang apakah akan melakukan sesuatu atau tidak. Pendapat ini subjektif dan berasal dari sudut pandang individu.
3. Pandangan seseorang tentang ketersediaan sumber daya, termasuk alat, kesesuaian, bakat, dan peluang yang dapat membantu atau menghalangi perilaku dikenal sebagai kontrol perilaku yang dirasakan. Pandangan tentang kontrol perilaku juga dipengaruhi oleh sejauh mana pengaruh sumber daya ini.

Theory of Planned Behaviour (TPB) menjelaskan bahwa niat seseorang untuk berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, serta persepsi terhadap kontrol perilaku. Literasi keuangan berperan dalam membentuk sikap yang lebih rasional terhadap konsumsi, sedangkan norma subjektif dipengaruhi oleh tekanan sosial dari lingkungan seperti teman, keluarga, dan media sosial. Akses yang mudah ke layanan *digital payment* dapat memperkuat kecenderungan konsumtif, namun kemampuan dalam mengelola keuangan dengan baik dapat meningkatkan kontrol perilaku, sehingga individu dapat membuat keputusan keuangan yang lebih terencana dan bijaksana.

2.2.2 Manajemen Keuangan

Menurut Sujawerni (2024:9), manajemen keuangan dapat diartikan sebagai serangkaian aktivitas strategis yang mencakup upaya perolehan sumber pendanaan dengan biaya seminimal mungkin, disertai dengan pengelolaan dana secara optimal. Pengelolaan tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa dana

yang tersedia dapat dimanfaatkan secara efektif dalam rangka mendukung pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan.

Menurut Jaya et al. (2023:2), manajemen keuangan merupakan rangkaian proses yang berfokus pada perolehan, pemanfaatan, dan pengelolaan dana dengan tujuan meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Secara keseluruhan, manajemen keuangan mencakup berbagai aktivitas dalam organisasi yang berkaitan dengan perolehan, distribusi, serta pemanfaatan sumber dana secara optimal.

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan adalah kegiatan yang mencakup pengumpulan, pemanfaatan, dan pengelolaan dana dengan tujuan mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Proses ini dilakukan dengan mengoptimalkan sumber daya keuangan secara efektif dan efisien, sehingga dapat memaksimalkan kinerja operasional dan meminimalkan biaya yang dikeluarkan.

2.2.2.1 Fungsi Manajemen Keuangan

Menurut Sujawerni (2024:12) mengemukakan bahwa terdapat dua fungsi utama dalam manajemen keuangan, yaitu:

1. Keputusan Investasi (*Investment Decision*)

Memilih aset mana yang akan ditangani disebut sebagai pilihan investasi. Karena memiliki dampak langsung pada arus kas masa depan perusahaan dan tingkat pengembalian investasi, pilihan ini dianggap sebagai yang terpenting dari tiga jenis keputusan keuangan. Memilih satu atau lebih

alternatif investasi yang dianggap memberikan pengembalian terbaik adalah tujuan dari keputusan ini.

2. Keputusan Pendanaan (*Financing Decision*)

Keputusan pendanaan berkaitan dengan penentuan sumber pembiayaan yang akan digunakan untuk mendukung investasi yang telah dinyatakan layak. Selain itu, keputusan ini juga mencakup penentuan komposisi pembiayaan yang paling efisien, atau yang dikenal sebagai struktur modal optimal, dengan tujuan untuk menjaga stabilitas keuangan serta meningkatkan efisiensi operasional perusahaan.

2.2.3 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan pembelian barang atau jasa secara berlebihan dan tidak rasional hanya untuk memenuhi tuntutan dan mendapatkan kepuasan yang berlebihan (Wardani dan Anggadita, 2021:7). Perilaku konsumtif menurut Lubis dalam Fatmawatie (2022: 39) adalah suatu sikap yang semata-mata didorong oleh tuntutan tanpa dipikir secara matang, sehingga tanpa sengaja dapat mengakibatkan pemborosan dan biaya yang tinggi. Berdasarkan uraian di atas, perilaku konsumtif adalah sikap atau tindakan individu yang melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan karena semata-mata keinginan dan bukan karena alasan yang masuk akal. Tanpa disadari, hal tersebut dapat mengakibatkan pemborosan dan pengeluaran yang berlebihan.

2.2.3.1 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut Wardani dan Anggadita (2021:43), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua aspek, yaitu aspek internal dan eksternal, meliputi:

1. Faktor internal, meliputi:

a. Motivasi

Motivasi merupakan dorongan atau ajakan yang menggambarkan kekuatan dari dalam individu yang berperan dalam membangkitkan serta mengarahkan perilaku seseorang.

b. Proses dan pengalaman belajar

Konsumen memperoleh informasi melalui pengamatan dan pengalaman yang mereka alami. Proses ini bergantung pada objek yang diamati. Jika objek tersebut menunjukkan perilaku membeli barang yang tidak diperlukan, maka konsumen cenderung menirunya.

c. Kepribadian

Kepribadian adalah pola perilaku yang menetap dalam diri individu, menjadi bagian dari kebiasaan, dan cenderung bersifat konsisten dalam menjalani kehidupannya.

d. Konsep diri

Konsep diri merujuk pada cara seseorang memandang dan menilai dirinya sendiri, yang pada waktu tertentu mencerminkan gambaran dari apa yang ia pikirkan tentang dirinya.

e. Keadaan ekonomi

Kemampuan seseorang untuk memilih dan membeli barang sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonominya. Orang-orang yang memiliki kondisi ekonomi rendah umumnya lebih teliti dan berhati-hati dalam

mengelola uang dibandingkan dengan mereka yang berada di tingkat ekonomi yang lebih tinggi.

f. Gaya hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang menghabiskan waktu dan uang yang mencerminkan pilihan pribadi. Salah satu bentuk gaya hidup yang kini populer di kalangan remaja adalah berbelanja untuk bersenang-senang, yang dapat memicu perilaku konsumtif.

2. Faktor eksternal, meliputi:

a. Faktor budaya

Budaya adalah bentuk sikap yang disadari, diterima, dan dimiliki secara kolektif oleh suatu kelompok, baik dalam skala besar maupun kecil, yang berkembang dan berlangsung dalam kehidupan kelompok tersebut.

b. Faktor kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok dalam masyarakat yang bersifat relatif tetap dan terbagi dalam berbagai tingkatan atau hierarki. Setiap anggota dalam kelas sosial tersebut memiliki kesamaan dalam nilai, minat, dan sikap. Dalam hierarki kelas sosial yang terdiri dari tingkatan rendah hingga tinggi, kelompok pada lapisan atas biasanya menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif.

c. Faktor keluarga

Keluarga adalah unit kecil yang menjadi model utama dalam proses perkembangan individu, khususnya remaja. Keluarga memiliki peran

penting dalam membentuk karakter, termasuk dalam membentuk perilaku konsumtif.

d. Kelompok atau grup referensi

Kelompok ini terdiri atas individu-individu yang dapat memengaruhi perilaku, pandangan, kebiasaan, dan keputusan konsumsi seseorang. Kelompok referensi membantu orang-orang menyesuaikan diri dengan cara hidup yang baru, memengaruhi perilaku, pandangan diri, serta menciptakan tekanan sosial yang memengaruhi pilihan terhadap produk dan merek tertentu.

2.2.3.2 Indikator Perilaku konsumtif

Menurut sumartono dalam Wardani dan Anggadita (2021:10), indikator perilaku konsumtif adalah:

1. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Karena mereka sering menampilkan ciri khas mereka dalam gaya rambut, dandanan, dan pakaian agar selalu tampak menarik di hadapan orang lain, mereka memiliki kebutuhan yang besar untuk membeli. Oleh karena itu, mereka tidak berpikir dua kali untuk mengeluarkan uang tambahan untuk menjaga kecantikan mereka.
2. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan). Kehidupan yang berfokus pada kemewahan sering kali dicirikan oleh pola pengeluaran ini, ketika pembeli lebih menyukai barang-barang yang paling mewah.

3. Memakai produk karna unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Dengan mengenakan barang yang sama dengan karakter favorit mereka, mereka sering kali mengadopsi kebiasaan atau gaya hidup karakter tersebut.

2.2.4 Literasi Keuangan

Kemampuan untuk memahami secara menyeluruh berbagai masalah keuangan, seperti tabungan, investasi, pinjaman, asuransi, dan instrumen keuangan lainnya, disebut sebagai literasi keuangan (Ariani, 2021:9). Setiap orang harus memiliki pemahaman yang kuat tentang uang agar dapat mengelola keuangan dengan bijak dan terhindar dari kesalahan. Menurut Wahyuti et al. (2023), memiliki gelar sarjana keuangan sangat membantu seseorang dalam mengelola keuangan secara efektif. Hal ini termasuk menabung, mengendalikan pengeluaran, membuat anggaran yang realistis, dan menangani biaya tak terduga.

Menurut Choerudin et al. (2023:5) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk mengelola berbagai aspek keuangan melalui pengetahuan dan keterampilan. Efek jangka panjang dari pemahaman nilai literasi keuangan meliputi upaya menjaga stabilitas, keamanan, dan kesejahteraan situasi keuangan. Literasi keuangan sangat penting bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, tetapi juga berkontribusi terhadap keberhasilan komersial dan ekonomi suatu negara.

Berdasarkan definisi tersebut, literasi keuangan dapat disimpulkan sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta membuat keputusan yang tepat mengenai keuangan pribadi. Hal ini meliputi pengetahuan dan

keterampilan terkait tabungan, investasi, utang, asuransi, dan berbagai instrumen keuangan lainnya. Pemahaman ini bukan hanya penting untuk menjaga kestabilan dan kesejahteraan finansial seseorang, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

2.2.4.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Literasi keuangan

Berikut tiga faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016) yaitu:

1. Jenis Kelamin

Tingkat literasi keuangan dapat berbeda antara laki-laki dan perempuan. Perbedaan ini bisa disebabkan oleh peran sosial, akses terhadap informasi keuangan, serta kebiasaan dalam mengelola uang yang cenderung berbeda antar gender.

2. Tingkat Pendidikan

Semakin tinggi jenjang pendidikan yang dimiliki seseorang, biasanya pemahaman mereka terhadap konsep keuangan juga semakin baik. Pendidikan formal mempermudah individu dalam menyerap informasi keuangan dan mengambil keputusan finansial secara lebih bijaksana.

3. Tingkat Pendapatan

Seseorang dengan pendapatan yang lebih besar biasanya memiliki pengalaman dan kebutuhan yang lebih kompleks dalam mengelola keuangan, sehingga mereka terdorong untuk memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai produk dan layanan keuangan.

2.2.4.2 Indikator Literasi Keuangan

Menurut Oseifuah dalam Choerudin et al. (2023:6), terdapat 3 indikator pada literasi keuangan, yaitu:

1. Pengetahuan keuangan, pemahaman seseorang terhadap berbagai istilah keuangan, seperti tingkat suku bunga bank, penggunaan kartu kredit, kebangkrutan, saham, serta berbagai layanan perbankan. Selain itu, pengetahuan ini mencakup pemahaman tentang konsep keuangan, perhitungan atau formula terkait, manfaat perpajakan, pengelolaan dana pensiun, serta berbagai sumber pendapatan keluarga dan aspek keuangan lainnya.
2. Sikap keuangan, merujuk pada minat atau kepedulian seseorang dalam meningkatkan wawasan dan pemahaman di bidang keuangan. Sikap ini dapat diwujudkan melalui perencanaan keuangan pensiun bagi pegawai, pelaksanaan kebijakan perpajakan pemerintah, serta pemanfaatan layanan perbankan yang berkaitan dengan transaksi internasional, seperti giro, kliring, letter of credit (L/C), dan layanan keuangan serupa lainnya.
3. Perilaku keuangan (*Financial Behavior*), mengacu pada kebiasaan dalam mengelola pengeluaran dan tabungan, mencatat serta menyimpan data keuangan pribadi, serta menyusun rencana pembiayaan untuk masa depan. Selain itu, perilaku keuangan mencakup kemampuan dalam mengelola utang dan kredit dengan bijak, selaras dengan arus kas perusahaan atau individu.

2.2.5 Digital Payment

Menurut Whardana et al. (2023:112), *digital payment* adalah proses pemindahan dana secara elektronik antara dua pihak, seperti bank, perusahaan, pemerintah, maupun individu, untuk mendapatkan barang atau jasa. Metode pembayaran ini memberikan kemudahan akses bagi konsumen dalam melakukan transaksi keuangan dan layanan, yang didukung oleh berbagai startup serta perusahaan teknologi finansial.

Menurut Languyu (2024:112), *Digital payment* adalah metode transaksi yang membutuhkan koneksi internet sebagai media perantara. Banyak perusahaan memilih menggunakan metode pembayaran non-tunai ini karena dinilai lebih efisien serta mampu memberikan kenyamanan dan keamanan yang lebih tinggi bagi konsumen saat bertransaksi.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *Digital payment* atau pembayaran digital adalah sistem transaksi keuangan yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan koneksi internet sebagai perantara. Metode ini digunakan untuk mentransfer dana antara berbagai pihak, seperti bank, bisnis, pemerintah, dan individu, dalam memperoleh barang atau jasa. Selain memberikan kemudahan akses bagi konsumen, pembayaran digital juga meningkatkan efisiensi, keamanan, dan kenyamanan dalam bertransaksi. Perkembangan teknologi keuangan serta inovasi dari berbagai startup turut mendorong adopsi pembayaran digital dalam berbagai sektor bisnis.

2.2.5.1 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi *Digital Payment*

Terdapat beberapa faktor yang memengaruhi penggunaan pembayaran digital, sebagai berikut:

1. Kemudahan, Akses dan penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS yang praktis mendorong minat masyarakat untuk bertransaksi secara digital.
2. Keamanan, Ancaman terhadap kebocoran data pribadi, termasuk informasi kartu dan rekening, menjadi perhatian utama dalam penggunaan sistem pembayaran digital.
3. Kecepatan, Proses transaksi melalui pembayaran digital berlangsung dengan cepat dan efisien, karena tidak memerlukan pertukaran uang tunai atau kembalian.

2.2.5.2 Indikator *Digital Payment*

Menurut Puspita (2019:127), terdapat tiga indikator yang menjadi tolak ukur dalam penggunaan pembayaran digital.

1. Kenyamanan, yaitu sejauh mana pengguna merasa nyaman saat melakukan transaksi secara digital.
2. Kemudahan akses, yaitu kemampuan sistem pembayaran digital untuk dapat digunakan setiap saat dan di berbagai lokasi tanpa adanya kendala..
3. Manfaat, yakni berbagai keuntungan atau nilai tambah yang dirasakan oleh pengguna, baik secara langsung seperti efisiensi waktu dan tenaga, maupun secara tidak langsung seperti peningkatan pengalaman bertransaksi.

2.2.6 Pengelolaan Keuangan

Menurut Lestari (2020:2), pengelolaan keuangan pribadi merupakan proses pembelajaran mengenai cara memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara optimal oleh individu maupun keluarga guna meraih keberhasilan finansial.

Proses ini mencakup berbagai aktivitas seperti mengatur pendapatan, pengeluaran, menabung, perlindungan finansial, serta melakukan investasi. Bagi individu, pengelolaan keuangan mencakup pengaturan pendapatan, pengeluaran, tabungan, investasi, serta perencanaan masa pensiun. Hal ini melibatkan proses pengambilan keputusan dalam mendistribusikan sumber daya yang terbatas untuk mencapai tujuan keuangan masing-masing (Jirwanto et al. 2024:6).

Menurut Rudy dkk. (2020:46), manajemen keuangan pribadi merupakan keterampilan dalam mengatur keuangan, baik secara individu maupun dalam lingkup rumah tangga, guna mencapai target yang telah ditentukan sebelumnya. Meskipun proses pengelolaannya tidak selalu mudah dijalankan, penerapan manajemen keuangan pribadi memungkinkan pengendalian pendapatan dan pengeluaran secara sistematis, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan pribadi merupakan serangkaian aktivitas dalam merencanakan dan mengatur kondisi keuangan seseorang. Proses ini mencakup pengelolaan pemasukan, pengeluaran, tabungan, investasi, perlindungan aset, serta perencanaan keuangan untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang.

2.2.6.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan

Menurut Selcuk dalam Arifa (2019), terdapat sejumlah aspek yang memengaruhi perilaku dalam mengelola keuangan, antara lain:

1. Literasi keuangan, yakni sejauh mana individu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam mengatur kondisi finansialnya.

2. Agen sosialisasi keuangan, yaitu pihak atau individu yang memberikan edukasi serta keterampilan keuangan melalui proses interaksi sosial.
3. Sikap terhadap uang, yakni bagaimana seseorang memandang dan menilai uang yang mereka miliki.

2.2.6.2 Indikator Pengelolaan Keuangan

Menurut Warsono (2010:20), terdapat beberapa indikator dalam pengelolaan keuangan, antara lain:

1. Penggunaan dana dan penentuan sumber dana

Pengalokasian dana berkaitan dengan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan secara tepat dan efisien, tanpa memandang dari mana sumber dana tersebut berasal. Dana yang digunakan harus disesuaikan dengan skala prioritas, yang ditentukan berdasarkan tingkat urgensi kebutuhan, namun tetap memperhatikan kebutuhan sehari-hari. Sumber dana dapat berasal dari berbagai pihak, seperti orang tua, beasiswa, maupun donatur. Individu juga perlu memahami asal-usul dana yang dimiliki. Dengan mengetahui sumber tersebut, seseorang dapat mencari alternatif pendapatan lainnya yang dapat dikelola dengan baik.

2. Manajemen risiko

Setiap individu perlu memiliki perlindungan keuangan yang memadai agar siap menghadapi kejadian tak terduga seperti sakit atau kebutuhan mendesak. Salah satu bentuk perlindungan adalah melalui asuransi. Manajemen risiko berarti mengatur dan mengantisipasi berbagai kemungkinan risiko yang bisa terjadi.

3. Perencanaan untuk masa depan

Merancang keuangan untuk masa mendatang memiliki peran penting karena menjadi salah satu bagian dari tujuan hidup seseorang. Melalui perencanaan ini, individu dapat mengantisipasi kebutuhan di masa depan dan mulai melakukan investasi sejak awal guna mewujudkan tujuan tersebut.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB), literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan sikap seseorang terhadap aktivitas konsumsi. Menurut Choerudin et al. (2023), menyatakan bahwa pemahaman serta pengetahuan mengenai keuangan pribadi sangat penting dalam mendukung pengambilan keputusan finansial yang tepat, sehingga individu mampu memilih dan memanfaatkan produk serta instrumen keuangan secara optimal. Seseorang yang memiliki utang atau memanfaatkan instrumen keuangan tertentu berpotensi mengalami peningkatan perilaku konsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Dzakiyyah et al. (2022), menunjukkan bahwa Literasi keuangan memiliki dampak positif dan signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif seseorang.

2.3.2 Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB), penggunaan digital payment berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku karena menyangkut kemudahan dalam mengakses dan menggunakan uang. Menurut Thaler (1999), individu cenderung memperlakukan uang secara berbeda tergantung pada sumber dan cara penggunaannya. Dalam konteks digital payment, karena uang tidak terlihat secara fisik, pengguna lebih cenderung mengabaikan nilai uang yang mereka keluarkan.

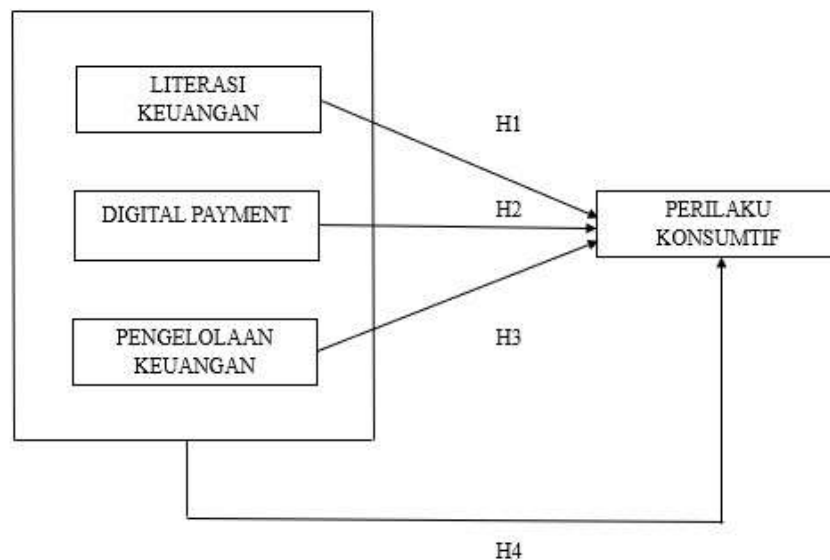
Hal ini dapat menyebabkan keputusan konsumsi yang impulsif atau tidak terkontrol. Penelitian yang dilakukan oleh Butar et al. (2024), menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2.3.3 Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dalam *Theory of Planned Behaviour* (TPB), pengelolaan keuangan termasuk dalam aspek persepsi kontrol perilaku karena menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengatur perilaku konsumsi. Pengelolaan keuangan meliputi aktivitas seperti penyusunan anggaran, pencatatan pengeluaran, penentuan prioritas kebutuhan, serta penyisihan dana untuk masa depan. Dengan demikian, pengelolaan dana yang bijak dan perencanaan keuangan yang matang akan mengurangi kecenderungan untuk bersikap konsumtif (Gitman & Zutter, 2012). Penelitian yang dilakukan Kalita dan Baidhlowi (2024), menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

2.4 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2022:95), kerangka pemikiran merupakan bentuk model konseptual yang menjelaskan keterkaitan antara teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), yang menjadi subjek penelitian, dijelaskan sebagian oleh kerangka ini. Perilaku konsumen adalah variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan manajemen keuangan, penggunaan pembayaran digital, dan literasi keuangan adalah faktor independen. Skema kerangka konseptual berikut menjelaskan bagaimana variabel-variabel ini saling berhubungan:



Gambar 2.1 Model Konseptual

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2022:159), hipotesis merupakan dugaan sementara atas rumusan masalah dalam penelitian, yang kebenarannya perlu dibuktikan melalui data yang diperoleh.. Meskipun didasarkan pada ide-ide yang relevan, statusnya bersifat sementara karena kebenarannya belum didukung oleh bukti aktual dari temuan penelitian. Mengacu pada rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan kerangka kerja yang dijelaskan sebelumnya, hipotesis penelitian adalah:

H1: Diduga literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

H2: Diduga digital payment berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

H3: Diduga pengelolaan keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

H4: Diduga literasi keuangan, *digital payment*, dan pengelolaan keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Menurut Purba dkk., (2021:2), metode penelitian berasal dari kata "metode" yang berarti cara yang tepat untuk melakukan sesuatu, dan "logos" yang berarti ilmu atau pengetahuan. Metodologi merupakan cara berpikir logis dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan demikian, metode penelitian adalah ilmu yang menjelaskan bagaimana penelitian seharusnya dilakukan agar sesuai dengan kaidah ilmiah. Pemahaman terhadap metode ini perlu dimiliki peneliti sebelum melaksanakan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas, yaitu metode penelitian yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dan menghasilkan data berupa angka. Penelitian kausalitas digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan sebab-akibat antara variabel bebas, yaitu Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan terhadap variabel terikat, yaitu Perilaku Konsumtif mahasiswa. Pemilihan pendekatan dan jenis penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh antar variabel yang bersifat numerik dan dapat dianalisis secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widyagama Mahakam Samarinda, angkatan tahun 2021 hingga 2024.

3.2 Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini meliputi Literasi Keuangan, *Digital Payment*, Pengelolaan Keuangan, serta Perilaku Konsumtif.

Tabel 3.1 Definisi operasional variabel

Variabel	Devinisi operasional	Indikator
Literasi Keuangan (X1)	Literasi keuangan merupakan tingkat kecakapan mahasiswa Program Studi Manajemen UWGM dalam memahami, mengelola, serta membuat keputusan yang tepat mengenai keuangan pribadi.	1. Pengetahuan Keuangan 2. Sikap Keuangan 3. <i>Financial Behavior</i>
<i>Digital Payment</i> (X2)	Digital payment adalah cara melakukan pembayaran secara online menggunakan internet, seperti lewat aplikasi dompet digital atau mobile banking. Dalam penelitian ini, digital payment dilihat dari seberapa sering dan seberapa baik mahasiswa Manajemen UWGM menggunakan metode pembayaran digital yang cepat, aman, dan praktis.	1. Kenyamanan 2. Kemudahan akses 3. Manfaat
Pengelolaan Keuangan (X3)	Pengelolaan keuangan adalah kemampuan individu, khususnya mahasiswa Manajemen UWGM, dalam mengatur dan mengendalikan keuangan mereka.	1. Penggunaan dana dan Penentuan Sumber Dana 2. Manajemen Risiko 3. Perencanaan masa depan
Perilaku konsumtif (Y1)	Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan mahasiswa Manajemen UWGM untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa dasar pertimbangan yang rasional, semata-mata dipicu oleh dorongan keinginan.	1. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi 2. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)

		3. Memakai produk karna unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
--	--	--

Sumber: diolah peneliti 2025

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi, menurut Sugiyono (2022:130), adalah kategori luas yang meliputi sekumpulan item atau individu dengan jumlah dan serangkaian atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti guna memperoleh kesimpulan dari temuan penelitian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2021–2024.

Tabel 3.2 Jumlah Mahasiswa Aktif

Mahasiswa	Jumlah
2021	184
2022	182
2023	162
2024	134
Total	662

Sumber: dioalah peneliti 2025

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:81) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari populasi yang memiliki jumlah dan atribut tertentu. Prosedur purposive sampling, atau proses pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan, digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini. Kriteria berikut menjadi panduan dalam pemilihan sampel penelitian:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen

2. Mahasiswa aktif Angkatan 2021-2024
3. Mahasiswa yang tidak bekerja

Menurut Sugiyono (2022:143), yang menyatakan bahwa perhitungan sampel dapat dilakukan menggunakan rumus Slovin apabila telah diketahui jumlah populasi serta tingkat toleransi kesalahan. Untuk menetapkan jumlah sampel dalam penelitian ini, digunakan rumus Slovin dengan margin of error sebesar 5% (0,05) dan tingkat kepercayaan sebesar 95%, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (662 mahasiswa)

e = Tingkat kesalahan (5% atau 0,05)

Perhitungan:

$$\begin{aligned}
 n &= 662 / (1 + 662(0,05)^2) \\
 &= 662 / (1 + 662(0,0025)) \\
 &= 662 / (1 + 1,655) \\
 &= 662 / 2,655 \\
 &= 249,4
 \end{aligned}$$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Menurut Sugiyono (2022:213), data primer merupakan informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber aslinya. Pengumpulan data ini

dilakukan melalui teknik seperti wawancara maupun penyebaran kuesioner kepada responden, di mana mereka diminta untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang telah dirancang secara sistematis.

1. Observasi (*Observation*)

Penelitian ini menerapkan metode observasi, yaitu dengan mengamati secara langsung aktivitas mahasiswa Program Studi Manajemen di Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Menurut Sugiyono (2022:203), observasi adalah suatu cara dalam mengumpulkan data melalui pengamatan langsung terhadap subjek penelitian, dengan tujuan memperoleh informasi yang akurat dan berkaitan erat dengan fokus studi yang sedang dilakukan.

2. Wawancara (*Interview*)

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik, pengumpulan data dalam penelitian ini juga dilakukan dengan metode wawancara, yaitu tanya jawab secara langsung dengan mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Menurut Sugiyono (2022:194), salah satu cara pengumpulan data adalah dengan melakukan komunikasi secara langsung dengan orang-orang yang memiliki pengetahuan atau pengalaman terkait dengan topik penelitian. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dan mendukung kebutuhan penelitian yang dilakukan.

3. Kuesioner (*Questionnaire*)

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai salah satu teknik pengumpulan data selain melakukan observasi dan wawancara. Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda diberikan alat ini

untuk menghimpun data mengenai pendapat dan solusi mereka terhadap permasalahan yang diteliti. Menurut Sugiyono (2022:199) mendefinisikan kuesioner sebagai suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membuat serangkaian pertanyaan yang berkaitan dengan variabel atau subjek penelitian dan menyebarkannya kepada responden untuk memperoleh tanggapan subjektif.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi yang didapatkan secara tidak langsung oleh peneliti, biasanya melalui perantara seperti individu lain atau dokumen tertentu (Sugiyono, 2022:214). Mempelajari literatur yang berkaitan dengan penelitian ini, seperti studi pustaka, sejarah literatur, serta profil mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Selain itu, data juga dikumpulkan dari buku, jurnal, dan sumber-sumber online yang berkaitan erat dengan objek yang diteliti.

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa langkah yaitu pengumpulan informasi dari semua partisipan, pengklasifikasian informasi menurut standar yang telah ditetapkan, pengujian setiap variabel, dan akhirnya penyajian hasil temuan setelah pengujian. Para peneliti menggunakan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis sebagai bagian dari metodologi analisis data kuantitatif. Perangkat lunak SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 29 digunakan dalam pengolahan data penelitian ini. Skala Likert merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan

persepsi individu terhadap item atau fenomena tertentu (Siregar, 2016:138). Dalam penelitian ini, item-item tersebut disebut sebagai variabel karena telah diidentifikasi secara tepat. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai berkisar antara 1 sampai dengan 4, yang menandakan hal-hal berikut:

1. Skor 1 berarti sangat tidak setuju
2. Skor 2 berarti tidak setuju
3. Skor 3 berarti setuju
4. Skor 4 berarti sangat setuju

3.5.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Tujuan uji validitas, menurut Ghozali (2021:66), adalah untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner. Apabila setiap pernyataan dalam suatu instrumen dapat mewakili dengan tepat pengertian yang diukur, maka instrumen tersebut dianggap sah.

1. Jika nilai r -hitung melebihi nilai r -tabel, maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
2. Namun, jika nilai r -hitung lebih rendah daripada nilai r -tabel, maka instrumen tersebut dianggap tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Darma (2021:17), uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu variabel berdasarkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun. Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai

Cronbach's alpha terhadap tingkat signifikansi yang telah ditentukan dalam penelitian, yang biasanya dipilih antara 0,5, 0,6, atau 0,7 sesuai kebutuhan.

Adapun kriteria dalam penilaian reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's alpha melebihi batas tingkat signifikansi yang telah ditetapkan.
2. Sebaliknya, instrumen dianggap tidak reliabel jika nilai Cronbach's alpha berada di bawah batas tingkat signifikansi tersebut.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2021:196) menyatakan bahwa tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel residual model regresi memiliki distribusi normal. Distribusi data normal merupakan ciri model regresi terbaik. Dengan ambang signifikansi 0,05, uji statistik Kolmogorov-Smirnov digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini. Pilihan berikut dibuat berdasarkan temuan uji:

1. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 (5%), maka data dinyatakan berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 (5%), maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan yang saling terhubung (Ghozali, 2021:157). Tidak boleh ada hubungan antara variabel independen dalam

model regresi yang baik. Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai toleransi dapat digunakan untuk mengidentifikasi multikolinearitas. Multikolinearitas sering terdeteksi oleh nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF lebih dari 10.

1. Jika nilai toleransi lebih dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada indikasi multikolinearitas.
2. Namun, apabila nilai toleransi kurang dari 0,10 atau nilai VIF melebihi 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2021:178), uji heteroskedastisitas merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual antar satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode uji Glejser. Dijelaskan bahwa deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan meregresikan nilai absolut (ABS) dari residual sebagai variabel dependen. Hasil uji tersebut dapat dilihat melalui nilai probabilitas signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

4. Uji Linearitas

Menurut Ghazali (2021:203), pengujian ini dilakukan untuk memastikan apakah spesifikasi model yang diterapkan sudah tepat. Setelah uji linearitas dilakukan, peneliti dapat mengetahui bentuk hubungan empiris yang paling sesuai, apakah bersifat linear, kuadrat, atau kubik. Jika nilai signifikansi yang

diperoleh melebihi 0,05, maka hubungan antara variabel indenpenden dan variabel denpenden dapat dianggap linier.

3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menilai pengaruh gabungan faktor-faktor independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021:145). Penelitian ini melibatkan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh variabel manajemen keuangan (X3), pembayaran digital (X2), dan literasi keuangan (X1) secara bersamaan terhadap variabel perilaku konsumen (Y), digunakan analisis regresi linier berganda.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku Konsumtif

X1 = Literasi Keuangan

X2 = Digital Payment

X3 = Pengelolaan Keuangan

β = Koefisien Regresi Variabel Bebas

α = Konstanta

e = error

3.5.4 Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi (r) digunakan untuk menjelaskan tingkat hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Menurut Sugiyono (2022:191), perhitungan korelasi ganda antara variabel X1 dan X2 terhadap

variabel Y dapat dilakukan dengan menggunakan rumus tertentu yang telah ditetapkan:

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1}r_{yx_2}r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}}$$

Keterangan:

1. $R_{yx_1x_2}$ = koefisien korelasi gabungan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.
2. r_{yx_1} = koefisien korelasi antara X1 dengan Y.
3. r_{yx_2} = koefisien korelasi antara X2 dengan Y.
4. $r_{x_1x_2}$ = koefisien korelasi antara X1 dengan X2.

Koefisien korelasi (r) digunakan untuk menunjukkan tingkat kekuatan dan arah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), dengan nilai yang berada dalam kisaran -1 hingga +1. Interpretasi nilai koefisien korelasi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika nilai $r = 0$ atau mendekati nol, maka hubungan antara kedua variabel sangat lemah atau tidak terdapat hubungan sama sekali.
2. Jika nilai r mendekati +1, maka terdapat hubungan positif yang sangat kuat, yang berarti kenaikan pada variabel X cenderung diikuti oleh kenaikan pada variabel Y.
3. Jika nilai r mendekati -1, maka terdapat hubungan negatif yang kuat, artinya peningkatan pada variabel X cenderung menyebabkan penurunan pada variabel Y.

Dengan demikian, besarnya nilai hubungan antara variabel dapat diinterpretasikan dan diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori pengukuran sebagai berikut:

Tabel 3.4 Interval Koefisien Antar Variabel

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2022

3.5.5 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi yang terjadi pada variabel dependen (Bahri, 2018:192). Bagian ringkasan model pada output SPSS menampilkan nilai R^2 , yang berkisar antara 0 hingga 1. Kapasitas variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen menurun saat mendekati 0. Di sisi lain, semakin besar variabel independen memengaruhi variabel dependen, semakin dekat nilainya dengan 1.

3.6 Uji Hipotesis

3.6.1 Uji t

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan melalui uji t-statistik (uji parsial). Menurut Ghozali (2021:148), uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana pengaruh masing-masing variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dalam suatu model penelitian. Ketentuan untuk menerima atau menolak sebuah hipotesis dengan tingkat signifikansi 0,05 didasarkan pada kriteria berikut:

1. Jika nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel atau nilai signifikansi (Sig.) berada di bawah 0,05, maka hal ini mengindikasikan bahwa masing-masing variabel independen secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Sebaliknya, jika nilai t-hitung lebih kecil dari t-tabel atau nilai signifikansi (Sig) lebih besar dari 0,05, maka variabel independen secara parsial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

3.6.2 Uji F

Menurut Ghozali (2021: 148), uji F bertujuan untuk mengevaluasi apakah seluruh variabel bebas secara kolektif memiliki pengaruh terhadap variabel terikat dalam suatu model regresi. Meskipun kerap disamakan dengan uji t parsial, uji F lebih menekankan pada signifikansi model regresi secara keseluruhan. Dalam konteks penelitian ini, proses pengujian dilakukan melalui analisis varians (ANOVA). Adapun dasar dalam mengambil keputusan pada uji F mengacu pada nilai signifikansi yang dihasilkan dari analisis tersebut yaitu:

1. Apabila nilai F-hitung melebihi nilai F-tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.
2. Sebaliknya, jika nilai F-hitung berada di bawah nilai F-tabel, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen, sehingga hipotesis nol (H0) diterima dan hipotesis alternatif (H1) ditolak.

Selain membandingkan nilai F-hitung dengan F-table, keputusan juga dapat diambil berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dengan ketentuan berikut:

1. Semua faktor independen yang digabungkan memiliki dampak signifikan terhadap variabel dependen jika nilai signifikansi (Sig.) kurang dari 0,05. Akibatnya, hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.
2. Di sisi lain, dapat dikatakan bahwa faktor-faktor independen tidak secara signifikan memengaruhi variabel dependen pada saat yang sama jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05. Dalam keadaan ini, hipotesis alternatif (H1) ditolak dan hipotesis nol (H0) diterima.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda



Gambar 4.1
Univesitas Widya Gama Mahakam Samarinda

4.1.1 Sejarah Singkat Universitas Widya Gama Mahakam

Samarinda

Gagasan pendirian Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda berawal pada bulan juni 1984, dalam sebuah pertemuan tak terduga di sarinah malang, ketika seorang rekan menyampaikan ide untuk mendirikan perguruan tinggi di Samarinda kepada Drs. Ismet Barakbah. Gagasan ini muncul dari keprihatinan terhadap banyaknya pemuda Kalimantan Timur yang menimba ilmu di Universitas Widya Gama Malang, bahkan lebih dari 100 orang, yang mencerminkan potensi besar dari lulusan SLTA di kalimantan Timur dan daerah lain seperti Jawa, Ujung Pandang, serta Banjarmasin.

Drs. Ismet Barakbah menyampaikan gagasan ini kepada Drs. Ramli Yahya, yang pada waktu itu banyak memberikan saran kepada Gubernur Kalimantan Timur, H. Suwandi (Alm), yang juga menjabat sebagai ketua yayasan pengasuh Universitas Widya Gama Malang. Meskipun tidak menginginkan

kehadiran PTS baru karena khawatir mempersempit daya tampung terhadap 60 lulusan SLTA, beliau tetap mendukung perkembangan dunia pendidikan di Kalimantan Timur.

Data dari kanwil depdikbud menunjukkan bahwa masih banyak lulusan SLTA di Kalimantan Timur. Khususnya Samarinda, yang belum tertampung di PTN maupun PTS. Karena itu, pendirian universitas ini di fokuskan pada memberikan kesempatan bagi masyarakat kurang mampu, khususnya yang berasal dari pedalaman, perbatasan, serta anak-anak dari pegawai negeri.

Gagasan ini diperkuat oleh sejumlah tokoh pendidikan seperti Drs. M. Ramli yahya, Drs.M. Husni Basran (Alm), Drs. Abdurrahim Asmaran, dan Drs. Fitriansyah HS. Drs. Rustam Effendy (Alm) yang memiliki pegalam an panjang dalam dunia pendidikan kampus ini. Melalui akta notaris Abdul Wahab, SH Nomor 03 Tahun 1985 tanggal 5 maret 1985, yang kemudian di daftarkan pada pengadilan Negeri Samarinda, Universitas Widya Gama Mahakam secara resmi didirikan pada tanggal 17 april 1985.

Sejak saat itu, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang diasuh oleh YPPPM memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu :

Tabel 4.1
Jumlah Fakultas Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

No	Nama Fakultas	Jurusan
1	Ekonomi	Akuntansi
		Manajemen Perusahaan
		Manajemen Keuangan
2	Pertanian	Budidaya Tanaman
		D-III Perikanan
3	Hukum	Hukum pidana
		Hukum perdata

	Ilmu Administrasi	Ilmu adminitrasi
--	-------------------	------------------

Pada tanggal 2 september 1985 dimulailah kuliah perdana yang disampaikan oleh bapak Prof. Dr. M. Yunus Rasyid, MA dengan tema “Peningkatan Kualitas Sumber Daya insani suatu tantangan bagi Generasi Tahun 2000” yang di hadiri oleh seluruh mahasiswa/mahasiswi, staf Univesitas Perguruan Tinggi yang ada di Samarinda. Untuk gedung perkuliahan, atas jasa baik bapak H.M. Yos Soetomo, maka beberapa ruangan SMA kesatuan Bangsa yang terletak di jalan Ruhui Rahayu Samarinda dipinjam-pakaikanpada yayasan pembina pendidikan Mahakam. Dengan jumlah mahasiswa angkatan pertama sebanyak 233 orang, universitas Widya Gama Mahakam Samarinda memulau kiprahnya di Samarinda Bumi Etam Tercinta.

Dalam perkembangan, Univesitas Widya Gama Mahakam Samarinda telah melalui berbagai tahapan perubahan, diantaranya :

Tabel 4.2
Tahun Pendirian Fakultas Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

No	Tahun Pendirian	Mulai Berdiri
1	2002	D-III pendidikan bahasa inggris
		Program diploma III pendidikan bahasa inggris
2	2004	Fakultas Kesehatan Masyarakat
3	2007	Fakultas keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP) dengan mengelola diploma III pendidikan Bahasa inggris dan strata-I Pendidikan Bahasa Inggris
4	2008	Diploma IV Keuangan dan Perbankan Syariah

5	2012	Pendidikan Guru Sekolah Dasar (PSGD) dan Pendidikan Guru Anak Usia Dini (PG PAUD)\
6	2023	Teknik Informatika ilmu komputer

Sumber: www.uwgm.ac.id

4.1.2 Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda

Fakultas Ekonomi berdiri tahun 1986 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 0395/O/1986 tanggal 23 Mei 1986 tentang Penetapan Kembali Penyesuaian Jalur, Jenjang dan Program Pendidikan serta Nama Unit/Fakultas/Jurusan/Program Studi dengan Status Terdaftar pada Perguruan Tinggi Swasta di lingkungan Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta Wilayah VII dengan dua jurusan yaitu :

1. Jurusan Manajemen
 - a) Program Studi Manajemen Keuangan
 - b) Program Studi Manajemen Perusahaan
2. Jurusan Akuntansi
 - a) Program Studi Akuntansi

Ijin penyelenggaraan ini diperpanjang dengan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Nomor : 247/DIKTI/Kep tanggal 1 Mei 1993 tentang Penetapan kembali Status Terdaftar kepada Jurusan/Program Studi pada Fakultas-Fakultas untuk Jenjang Program D-III dan S1 di Lingkungan Kopertis Wilayah XI di Banjarmasin.

Pada tahun 1999, berdasarkan Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor :

110/DIKTI/Kep/1999 tanggal 30 Maret 1999 tentang Penataan Program Studi Jenjang Pendidikan Program Sarjana (S1) yang berstatus Terdaftar pada Perguruan Tinggi Swasta di Lingkungan Kopertis Wilayah XI, maka Fakultas Ekonomi yang memiliki 2 (dua) jurusan dan 3 (tiga) Program Studi diubah menjadi 2 (dua) program studi yaitu : (1). Manajemen dengan serta (2). Akuntansi.

Ijin penyelenggaraan ini telah diperpanjang berdasarkan Surat Koordinator Kopertis Wilayah XI Kalimantan Nomor : 1899/D/T/K-XI/2009 tanggal 20 April 2009 tentang Perpanjangan Ulang Ijin Penyelenggaraan Program Studi Manajemen, Nomor : 1900/D/T/K-XI/2009 tanggal 20 April 2009 tentang Perpanjangan Ulang. Ijin Penyelenggaraan Program Studi Akuntansi. Tahun Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda yang berlaku selama 4 (empat) tahun. Tahun 2008, fakultas membuka Program Studi Keuangan dan Perbankan Syari'ah (D-IV) sesuai dengan surat Dirjen Dikti Nomor : 2085/D/T/2008 tanggal 7 Juli 2008. Maka sampai tahun ini Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda menyelenggarakan 3 (tiga) Program Studi yaitu : Akuntansi, Manajemen, dan Keuangan Perbankan Syari'ah.

A. VISI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

“Menjadi salah satu pusat pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat dalam bidang Ilmu Ekonomi dan Bisnis dengan mengutamakan profesionalisme dan jiwa entrepreneur atas dasar IPTEK dan IMTAQ pada tingkat Nasional”

1. Program Studi Manajemen

Menjadi Program Studi Yang Unggul di bidang Ilmu Manajemen dan Entrepreneurship pada Tahun 2025

2. Program Studi Akuntansi

Menjadi Program Studi yang unggul di bidang ilmu Akuntansi dan Entrepreneurship pada tahun 2025

B. MISI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

1. Menyelenggarakan pendidikan pada bidang ilmu ekonomi umumnya, dan khususnya di bidang ilmu manajemen, akuntansi dan keuangan perbankan syari'ah dalam memenuhi kebutuhan dunia kerja baik di instansi negara maupun swasta/perusahaan dengan mengedepankan pembinaan akademik yang sehat, demokratis, sinergi dalam kegiatan kurikuler dan ekstra kurikuler dengan dukungan teknologi informasi serta menciptakan lapangan kerja secara mandiri (wirausaha)
2. Menyelenggarakan pendidikan dengan mengembangkan jurusan/Program Studi dalam menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas, memiliki ilmu pengetahuan dan teknologi, beriman, bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berbudi pekerti, berjiwa enterpreneur yang berperan dalam aspek kehidupan masyarakat
3. Mengembangkan ilmu pengetahuan dengan pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian dan pengabdian masyarakat untuk kesejahteraan masyarakat dengan berlandaskan keimanan dan ketaqwaan kepada Tuhan Yang Maha Esa

4. Menjalin dan meningkatkan hubungan kerjasama dengan alumni, pengguna lulusan, pihak swasta dan pemerintah agar terbukanya jaringan kerja bagi lulusan

4.1.3 struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Sumber: fekon-uwgm.ac.id

Gambar 4.2
Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

4.1.4 Gambaran Umum Program Studi Manajemen Universitas Widya

Gama Mahakam Samarinda

Program Studi Manajemen merupakan salah satu program studi yang berada di bawah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam (UWGM) Samarinda. Keberadaan program ini merupakan respons terhadap meningkatnya kebutuhan akan tenaga profesional yang andal di bidang manajerial, baik di sektor pemerintahan maupun sektor swasta, khususnya di kawasan Kalimantan Timur.

Program Studi Manajemen UWGM menyelenggarakan pendidikan pada jenjang Strata 1 (S1) yang dirancang untuk menghasilkan lulusan yang memiliki pengetahuan teoretis, keterampilan praktis, serta sikap profesional dalam bidang manajemen. Lulusan diharapkan mampu bersaing dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi.

Penyusunan kurikulum program ini mengacu pada Standar Nasional Pendidikan Tinggi dan diselaraskan dengan tuntutan pasar kerja serta perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Program studi ini menawarkan beberapa bidang peminatan, antara lain:

1. Manajemen Sumber Daya Manusia
2. Manajemen Keuangan
3. Manajemen Pemasaran
4. Manajemen Operasional

4.2 Gambaran Objek Penelitian Responden

Responden merupakan elemen kunci dalam proses pengumpulan data penelitian. Ketidakkuratan dalam menggambarkan karakteristik responden dapat berdampak pada kurang optimalnya hasil penelitian serta ketidaksesuaian dengan tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel sebanyak 249 mahasiswa dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

4.2.1 Data Kuisioner

Berdasarkan judul dan perumusan masalah dalam penelitian ini, variabel yang diteliti meliputi Literasi Keuangan (X1), Digital Payment (X2), dan Pengelolaan Keuangan (X3) sebagai variabel independen, serta Perilaku Konsumtif (Y) sebagai variabel dependen. Selanjutnya, masing-masing variabel akan dideskripsikan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang diperoleh dari sampel penelitian yang terlampir.

4.2.2 Karakteristik Responden

4.2.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Karakteristik tersebut, salah satunya berdasarkan rentang usia, dapat dijabarkan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Data Usia Mahasiswa
Prodi Manajemen, FEB, Angkatan 2021-2024, UWGM

No	Usia	Jumlah Mahasiswa
1	19 th	65
2	20 th	59
3	21 th	73
4	22 th	50
5	23 th	2
	Jumlah	249

Sumber: kuesioner penelitian 2025

4.2.2.2 Karakteristik Responden berdasarkan Tahun Angkatan

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Karakteristik responden berdasarkan tahun angkatan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Data Tahun Angkatan
Prodi Manajemen, FEB, Angkatan 2021-2024, UWGM

No	Tahun Angkatan	Jumlah mahasiswa
1	2021	50
2	2022	90
3	2023	41
4	2024	68
	jumlah	249

Sumber: kuesioner penelitian 2025

BAB V

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

5.1 Analisis Data Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan. Uji kualitas data dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas guna memenuhi persyaratan regresi linear berganda. Setelah itu, analisis statistik dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear berganda, uji koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Terakhir, untuk menguji hipotesis digunakan uji t (parsial) dan uji F (simultan).

5.1.1 Uji Kualitas Data

5.1.1.1 Uji Validitas

Tujuan uji validitas untuk mengetahui keabsahan suatu kuesioner. Apabila setiap pernyataan dalam suatu instrumen dapat mewakili dengan tepat pengertian yang diukur, maka instrumen tersebut dianggap sah.

1. Jika nilai r-hitung melebihi nilai r-tabel, maka instrumen tersebut dinyatakan valid.
2. Namun, jika nilai r-hitung lebih rendah daripada nilai r-tabel, maka instrumen tersebut dianggap tidak valid.

Tabel 5.1
Hasil Uji Validitas

		r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	<i>Pearson Correlation</i>	.644**	0.1244	Valid
X1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.618**	0.1244	Valid
X1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.646**	0.1244	Valid

X1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.676**	0.1244	Valid
X1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.659**	0.1244	Valid
X1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.639**	0.1244	Valid
X1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.598**	0.1244	Valid
X1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.677**	0.1244	Valid
X1.9	<i>Pearson Correlation</i>	.703**	0.1244	Valid
X2.1	<i>Pearson Correlation</i>	.573**	0.1244	Valid
X2.2	<i>Pearson Correlation</i>	.640**	0.1244	Valid
X2.3	<i>Pearson Correlation</i>	.653**	0.1244	Valid
X2.4	<i>Pearson Correlation</i>	.654**	0.1244	Valid
X2.5	<i>Pearson Correlation</i>	.664**	0.1244	Valid
X2.6	<i>Pearson Correlation</i>	.644**	0.1244	Valid
X2.7	<i>Pearson Correlation</i>	.580**	0.1244	Valid
X2.8	<i>Pearson Correlation</i>	.677**	0.1244	Valid
X2.9	<i>Pearson Correlation</i>	.547**	0.1244	Valid
X3.1	<i>Pearson Correlation</i>	.519**	0.1244	Valid
X3.2	<i>Pearson Correlation</i>	.685**	0.1244	Valid
X3.3	<i>Pearson Correlation</i>	.610**	0.1244	Valid
X3.4	<i>Pearson Correlation</i>	.631**	0.1244	Valid
X3.5	<i>Pearson Correlation</i>	.707**	0.1244	Valid
X3.6	<i>Pearson Correlation</i>	.527**	0.1244	Valid
X3.7	<i>Pearson Correlation</i>	.500**	0.1244	Valid
X3.8	<i>Pearson Correlation</i>	.513**	0.1244	Valid
X3.9	<i>Pearson Correlation</i>	.537**	0.1244	Valid
Y1.1	<i>Pearson Correlation</i>	.706**	0.1244	Valid
Y1.2	<i>Pearson Correlation</i>	.533**	0.1244	Valid
Y1.3	<i>Pearson Correlation</i>	.525**	0.1244	Valid
Y1.4	<i>Pearson Correlation</i>	.583**	0.1244	Valid
Y1.5	<i>Pearson Correlation</i>	.544**	0.1244	Valid
Y1.6	<i>Pearson Correlation</i>	.565**	0.1244	Valid
Y1.7	<i>Pearson Correlation</i>	.542**	0.1244	Valid
Y1.8	<i>Pearson Correlation</i>	.524**	0.1244	Valid
Y1.9	<i>Pearson Correlation</i>	.557**	0.1244	Valid

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan Tabel 5.1 dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel, sehingga seluruh item dalam kuesioner dinyatakan valid. Dengan kata

lain, hasil uji validitas menunjukkan bahwa r hitung $>$ r tabel, yang berarti instrumen kuesioner layak digunakan dalam penelitian ini.

5.1.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi suatu variabel berdasarkan serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang telah disusun. Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai Cronbach's alpha terhadap tingkat signifikansi yang telah ditentukan dalam penelitian, yang biasanya dipilih antara 0,5, 0,6, atau 0,7 sesuai kebutuhan. Adapun kriteria dalam penilaian reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's alpha melebihi batas tingkat signifikansi yang telah ditetapkan.
2. Sebaliknya, instrumen dianggap tidak reliabel jika nilai Cronbach's alpha berada di bawah batas tingkat signifikansi tersebut.

Tabel 5.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Hasil Statistik
Literasi Keuangan (X1)	0,6	.827
Digital Payment (X2)	0,6	.806
Pengelolaan Keuangan (X3)	0,6	.757
Perilaku Konsumtif (Y)	0,6	.733

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan keterangan pada tabel di atas, diketahui bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,6. Dengan demikian, variabel literasi keuangan, digital payment, dan pengelolaan keuangan dinyatakan reliabel.

5.1.2 Uji Asumsi Klasik

5.1.2.1 Uji Normalitas

Dalam pengujian normalitas, peneliti menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov untuk menganalisis data guna menentukan apakah data tersebut mengikuti distribusi normal atau tidak. Berikut adalah beberapa pedoman yang digunakan untuk menilai distribusi data:

1. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (probabilitas) lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan persentase di atas 5%.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau di bawah 5%, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Tabel 5.3
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		249
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.33970942
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.029
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.100
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.101
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.094
	Upper Bound	.109

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,100 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis memiliki distribusi normal.

5.1.2.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 5.4
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.913	1.095
	Digital Payment	.923	1.084
	Pengelolaan Keuangan	.899	1.113

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai tolerance dan VIF sebagai berikut :

Variabel Literasi Keuangan (X1) nilai tolerance $0,913 > 0,10$ dan nilai VIF $1,095 < 10,000$ maka untuk variabel Literasi Keuangan tidak terjadi multikolinearitas.

1. Variabel *Digital Payment* (X2) nilai tolerance $0,923 > 0,10$ dan nilai VIF $1,084 < 10,000$ maka untuk variabel *Digital Payment* tidak terjadi multikolinearitas.
2. Variabel Pengelolaan Keuangan (X3) nilai tolerance $0,899 > 0,10$ dan nilai VIF $1,113 < 10,000$ maka untuk variabel Literasi Keuangan tidak terjadi multikolinearitas.

5.1.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.876	1.207		3.211	.001
	Literasi Keuangan	-.008	.039	-.015	-.204	.839
	Digital Payment	.013	.039	.024	.328	.743
	Pengelolaan Keuangan	-.043	.039	-.082	-1.110	.268

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil uji Glejser terhadap variabel Literasi Keuangan (X1), *Digital Payment* (X2), dan Pengelolaan Keuangan (X3), diperoleh nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

5.1.2.4 Uji Linearitas

Tabel 5.6
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Nilai Signifikan	Deviation from linearity
Literasi Keuangan (X1)	0,05	.239
Digital Payment (X2)	0,05	.347
Pengelolaan Keuangan (X3)	0,05	.120

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan informasi pada tabel di atas, diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Oleh karena itu, variabel literasi keuangan, *digital payment*, dan pengelolaan keuangan dapat dinyatakan memiliki hubungan yang linear.

5.1.3 Analisis Statistik

5.1.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5.7

Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.826	2.371		-4.566	<,001
	Literasi Keuangan	.327	.062	.250	5.278	<,001
	Digital Payment	.489	.063	.369	7.818	<,001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.062	.380	7.951	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil pengujian regresi pada tabel diatas maka dapat disusun persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = -10,826 + 0,327 + 0,489 + 0,497 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X1 = Literasi Keuangan

X2 = Digital Payment

X3 = Pengelolaan Keuangan

β = Koefisien Regresi Variabel Bebas

α = Konstanta

Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

- a. Nilai Konstanta (α) sebesar -10,826 menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1), *Digital Payment* (X2), dan Pengelolaan Keuangan (X3), berada pada nilai nol, maka nilai variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif (Y) sebesar -10,826.
- b. Koefisien Regresi Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,327 menunjukkan bahwa Literasi Keuangan bersifat positif terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, setiap peningkatan Literasi Keuangan sebesar 1% akan menyebabkan peningkatan Perilaku Konsumtif sebesar 0,327, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

- c. Koefisien Regresi *Digital Payment* (X2) sebesar 0,489 menunjukkan bahwa *Digital Payment* bersifat positif terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, setiap peningkatan *Digital Payment* sebesar 1%, maka Perilaku Konsumtif juga akan meningkat sebesar 0,489, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- d. Koefisien Regresi Pengelolaan Keuangan (X3) sebesar 0,497 menunjukkan bahwa Pengelolaan keuangan bersifat positif terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, setiap peningkatan Pengelolaan keuangan sebesar 1% akan diikuti oleh peningkatan Perilaku Konsumtif sebesar 0,497, dengan asumsi variabel lainnya konstan.

5.1.3.2 Analisis Koefisien Korelasi

Tabel 5.8

Hasil Uji Koefisien Korelasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.490	4.36620

a. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,704. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel Literasi Keuangan (X1), Digital Payment (X2), dan Pengelolaan Keuangan (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y) pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Kekuatan hubungan ini tergolong tinggi karena mengacu pada pedoman interpretasi koefisien korelasi, di mana nilai R berada dalam rentang 0,60 hingga 0,799.

5.1.3.3 Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 5.9

Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.490	4.36620

a. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan tabel di atas, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,496. Artinya, Literasi Keuangan (X1), *Digital Payment* (X2), dan Pengelolaan Keuangan (X3) mampu menjelaskan pengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda sebesar 49,6%. Sementara itu, sisanya sebesar 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.1.4 Uji Hipotesis

5.1.4.1 Uji t (Parsial)

Tabel 5.10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.826	2.371		-4.566	<,001
	Literasi Keuangan	.327	.062	.250	5.278	<,001
	Digital Payment	.489	.063	.369	7.818	<,001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.062	.380	7.951	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengujian Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y), Diketahui bahwa nilai t hitung $>$ t tabel sebesar 5,278 lebih besar dari t tabel sebesar 1,970, serta nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
2. Pengujian *Digital Payment* (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y), Nilai t hitung $>$ t tabel sebesar 7,818 $>$ 1,970, dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 $<$ 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel *Digital Payment* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).
3. Pengujian Pengelolaan Keuangan (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y), Diketahui bahwa nilai t hitung $>$ t tabel sebesar 7,951 $>$ 1,970, dan nilai signifikansi sebesar 0,001 $<$ 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Pengelolaan Keuangan (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

5.1.4.2 Uji F (Simultan)

Tabel 5.11

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4599.553	3	1533.184	80.424	<,001 ^b
	Residual	4670.603	245	19.064		
	Total	9270.156	248			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

Sumber data: Output SPSS yang diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa pengujian hipotesis menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel, yaitu $80,424 > 2,64$ dengan nilai F hitung yang positif dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

5.2 Pembahasan

5.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar $5,278 > t$ tabel 1,970 dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Maka, hipotesis pertama (H1) berpengaruh positif dan signifikan. Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena memberikan pengetahuan, rasa percaya diri, dan akses terhadap berbagai instrumen keuangan untuk mengambil keputusan pembelian dengan percaya diri.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), literasi keuangan memiliki keterkaitan dengan sikap seseorang terhadap aktivitas konsumsi dan pendapat Choerudin et al. (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan penting dalam mendukung keputusan finansial yang rasional, termasuk dalam pemanfaatan produk dan instrumen keuangan. Individu dengan pemahaman keuangan yang lebih tinggi cenderung lebih aktif dalam aktivitas konsumsi karena memiliki akses dan kepercayaan diri dalam menggunakan layanan keuangan. Hal ini diperkuat oleh penelitian Dzakiyyah et al. (2022) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan juga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif H1 diterima, artinya terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan sesuai dengan yang diajukan dalam penelitian.

5.2.2 Pengaruh *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar $7,818 > t \text{ tabel } 1,970$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena membuat transaksi jadi cepat, mudah, dan praktis.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), penggunaan digital payment berkaitan dengan persepsi kontrol perilaku karena menyangkut kemudahan dalam mengakses dan menggunakan uang dan pendapat Thaler (1999) yang menjelaskan bahwa individu mempersepsikan uang secara berbeda tergantung pada bentuk dan cara penggunaanya, karena uang tidak

terlihat secara fisik, pengguna cenderung mengabaikan nilai uang yang dibelanjakan, sehingga lebih mudah melakukan konsumsi secara impulsif dan tidak terkontrol. Hal ini diperkuat oleh penelitian Butar et al. (2024) yang menunjukkan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki pengaruh terhadap peningkatan perilaku konsumtif. Dan juga dapat disimpulkan bahwa *Digital Payment* terhadap perilaku konsumtif H2 diterima, artinya terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan sesuai dengan yang diajukan dalam penelitian.

5.2.3 Pengaruh Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji menunjukkan bahwa variabel Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa, dengan nilai t hitung sebesar $7,951 > t$ tabel $1,970$ dan signifikansi $0,001 < 0,05$. Pengelolaan keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif karena mahasiswa yang mampu mengatur keuangan cenderung tetap melakukan konsumsi, dengan cara yang terencana dan terkendali.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behaviour* (TPB), pengelolaan keuangan termasuk dalam aspek persepsi kontrol perilaku karena menggambarkan kemampuan seseorang dalam mengatur perilaku konsumsi dan pendapat Gitman dan Zutter (2012) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan termasuk dalam aspek persepsi kontrol perilaku, karena mencerminkan kemampuan individu dalam mengatur perilaku konsumsi. Aktivitas seperti penyusunan anggaran, pencatatan pengeluaran, penentuan skala prioritas, serta penyisihan dana untuk kebutuhan masa depan merupakan bentuk konkret dari

perencanaan keuangan yang bijak. Ketika pengelolaan keuangan dilakukan dengan baik, maka kecenderungan untuk melakukan konsumsi berlebihan dapat diminimalkan.

Penelitian Kalita dan Baidhlowi (2024) juga mendukung temuan ini, dengan menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif, di mana individu yang mampu mengelola keuangannya dengan efektif cenderung lebih rasional dan terkontrol dalam melakukan konsumsi. Dan juga dapat disimpulkan bahwa pengelolaan keuangan terhadap perilaku konsumtif H2 diterima, artinya terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan sesuai dengan yang diajukan dalam penelitian.

5.2.4 Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis dapat dijelaskan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($80,424 > 2,64$) dan nilai F hitung bernilai positif, dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, yang berarti bahwa Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda. Mahasiswa yang memahami keuangan, memiliki akses digital yang mudah, serta mampu mengelola keuangannya dengan baik cenderung lebih aktif melakukan konsumsi dengan cara yang terencana dan terkontrol.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif H4 diterima, ,

artinya terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan sesuai dengan yang diajukan dalam penelitian.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, mengenai Pengaruh Literasi Keuangan, *Digital Payment*, dan Pengelolaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Penulis menyimpulkan bahwasannya:

1. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
2. *Digital Payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
3. Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan signifikan Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.
4. Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Peningkatan Edukasi Keuangan Mahasiswa
2. Kampus sebaiknya memasukkan materi tentang pengelolaan keuangan, seperti cara menyusun anggaran dan investasi dasar, disesuaikan dengan

kurikulum yang sudah ada, supaya mahasiswa bisa belajar mengontrol kebiasaan konsumtif dengan lebih bijak

3. Penggunaan Digital Payment yang Terkendali

Mahasiswa diimbau lebih bijak dalam memanfaatkan pembayaran digital, serta memaksimalkan fitur seperti batas transaksi dan pelacakan pengeluaran agar terhindar dari perilaku konsumtif berlebihan.

4. Penguatan Kemampuan Mengelola Keuangan Pribadi

Perlu adanya pembekalan keterampilan praktis, seperti membuat anggaran dan mencatat pengeluaran, disesuaikan dengan kurikulum yang sudah ada agar mahasiswa lebih disiplin dalam keuangan sehari-hari.

5. Pendekatan Terintegrasi dalam Pembinaan Mahasiswa

Karena ketiga variabel saling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, kampus perlu menggabungkannya dalam program pembinaan, baik melalui kurikulum dan organisasi.

6. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Disarankan menambahkan variabel lain seperti pengaruh teman sebaya, media sosial, atau gaya hidup, serta memperluas objek penelitian ke fakultas atau perguruan tinggi lain agar hasilnya lebih komprehensif dan dapat dibandingkan secara lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Muhammad Astri Yulidar. (2019). *Metodologi Penelitian Dasar Penyusunan Skripsi*. Pare Pare: CV. Kaaffah Learning Center Alfabeta.
- Antara News. (2024, September 11). *Transaksi non-tunai Kaltim capai Rp13,78 triliun berkat sosialisasi*.
<https://kaltim.antaranews.com/berita/233093/transaksi-non-tunai-kaltim-capai-rp1378-triliun-berkat-sosialisasi>
- Arianti, B. F. (2022). *Literasi keuangan (teori dan implementasinya)*.
- Arifa, J. S. N., & Setiyani, R. (2020). *Pengaruh pendidikan keuangan di keluarga, pendapatan, dan literasi keuangan terhadap financial management behavior melalui financial self-efficacy sebagai variabel mediasi*. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 552-568.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Lengkap Dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Penerbit Andi (Anggota Ikapi). Percetakan Andi Ofset. Yogyakarta.
- Budi, D. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Jawa Barat: Guepedia.
- Butar, I. G. B., Rachman, A. A., & Nurmala, N. (2024). *Pengaruh Digital Payment, Pendapatan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 3021-3035.
- Choerudin, A., Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., ... & Paramita, V. S. (2023). *Literasi Keuangan*. Global Eksekutif Teknologi. CV. Alfabeta.
- Dachlan, R. S., & Eko Hendriyadi. (2023). *Dampak Penerapan Literasi Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Umkm: Studi Kasus Pada Umkm Unit Citra Niaga Samarinda*. *Jurnal Ekonomika: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan Syari'ah*, 12(2), 148–162.
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2020). *Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Locus of Control Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Subang*. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02).
- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). *the Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Consumptive Behavior of State Senior High School Students in East Jakarta*. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 71-82.

- Fatmawatie, N. (2022). *E commerce dan Perilaku Konsumtif*.
- Ghozali, I. (2021), *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Kesepuluh. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of managerial finance 13th edition*. Massachusetts: Addison-Wesley Publishing Company.
- Henry Jirwanto, S. E., Aqsa, M. M. A., & SE, M. (2024). *Manajemen keuangan*. CV. Azka Pustaka.
- Hermawan, M. D. A., & Septiani, D. (2024). *Literasi Keuangan Dan Dampaknya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Tinjauan Literatur*. Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik), 16(3), 187-196.
- Indonesia.go.id. (2023, April 13). *Transaksi digital tumbuh pesat*.
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8279/transaksi-digital-tumbuh-pesat?lang=1>
- Jaya, A., Kuswandi, S., Prasetyandari, C. W., Baidlowi, I., Mardiana, M., Ardana, Y., ... & Muchsidin, M. (2023). *Manajemen keuangan*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Kalita, L. P., & Baidhlowi, A. F. (2024). *Analisis pengaruh pengelolaan keuangan pribadi terkait perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa terhadap pembelian aplikasi premium*. Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3(2), 684–693.
- Katadata Insight Center. (2024). *Indeks literasi keuangan Indonesia naik pada 2023*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/4287eef6088bb31/indeks-literasi-keuangan-indonesia-naik-pada-2023>
- Lestari, D. (2020). *Manajemen keuangan pribadi*. Deepublish Publisher.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2016). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan tahun 2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.
- Pro Kalimantan. (2021). *Transaksi e-Commerce di Kaltim meningkat*. Prokal.
<https://www.prokal.co/bisnis/1773928362/transaksi-ecommerce-di-kaltim-meningkat>

- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Silitonga, H. P., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode penelitian ekonomi*. Yayasan Kita Menulis.
- Purwanto, N., Budiyanto, B., & Suhermin, S. (2023). *Theory of Planned Behavior*.
- Puspita, Y. C. (2019). *Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi Ovo*. Jurnal Manajemen Informatika, 09(02), 121-128.
- Rizkiyah, K., Nurmayanti, L., Macdhy, R. D. N., & Yusuf, A. (2021). *Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO*. Jurnal Ilmiah Manajemen, 16(1), 107–126.
- Rozaini, N., & Sitohang, A. (2020). *Pengaruh pengelolaan uang saku dan modernitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Stambuk 2018*. Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya (JMBEP), 6(2), 1–8.
- Rudy, R., Sunardi, N., & Kartono. (2020). *Pengetahuan Keuangan dan Love Of Money Pengaruhnya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Cihambulu, Kec. Pabuaran Kab. Subang*. Jurnal Sekuritas, 43-56.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Statista. (2024). *E-commerce users in Indonesia*.
<https://www.statista.com/forecasts/251635/e-commerce-users-in-indonesia>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sujawerni, V, W. (2024). *Manajemen Keuangan: Teori Aplikasi dan Hasil Penerapan*. Pustaka Baru Press.
- Surachman, A. E., Zuhra, S., Tarmizi, R., Anantadjaya, S. P., Nagari, A., Pekerti, R. D., ... & Ayuandiani, W. (2024). *Manajemen Keuangan di Era Digital*. Sada Kurnia Pustaka.
- Thaler, R. H. (1999). *Mental accounting matters*. Journal of Behavioral decision making, 12(3), 183-206.

- Wahyuti, S., Nasrun, A., & Zannati, S. L. (2023). *Edukasi pentingnya budaya menabung sejak dini untuk bekal masa depan*. Jurnal Dharmagama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1), 16-19.
- Wardani, L. M. I., & Anggadita, R. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem.
- Wardhana, A., Pradana, M., Kartawinata, B. R., & Akbar, A. (2023). *Financial Technology 4.0 Indonesia Perspective 2023*.
- Warsono, W. (2010). *Prinsip-prinsip dan Praktik Keuangan Pribadi*.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Wawancara Studi Awal

Nama :

Prodi :

Jenis kelamin :

Pertanyaan

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Jumlah Mahasiswa
1	Apakah anda pernah mendengar dan paham mengenai literasi keuangan?	40%	60%	30
2	Apakah anda saat bertransaksi menggunakan <i>digital payment</i> ?	100%	0%	30
3	Apakah anda mencatat pemasukan dan pengeluaran?	23,33%	76,67%	30
4	Apakah anda suka berbelanja?	86,67%	13,33%	30

LAMPIRAN 2

Kuisoner Penelitian

Halo semuanya,

Saya Naufal Yumna Lathif mahasiswa Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda"** dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Dengan ini meminta kesediaan teman-teman untuk memberikan tanggapan pernyataan ini. Jika kalian membantu orang yang sedang mengerjakan skripsi maka nanti jika kalian skripsi akan dipermudah juga sekian terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Usia :
2. Prodi :
3. Angkatan :
4. Apakah anda sedang bekerja
 - Ya
 - Tidak

B. Pernyataan

Silakan pilih salah satu jawaban untuk setiap pertanyaan sesuai dengan pendapat atau kondisi Anda. Mohon isi dengan jujur dan berdasarkan pengalaman atau situasi Anda yang sebenarnya.

Pada setiap pertanyaan, tersedia 4 (empat) pilihan jawaban dengan alternatif sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) = 4

S (Setuju) = 3

TS (Tidak Setuju) = 2

STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

Variabel	Indikator	Kuisisioner
1. Literasi Keuangan	1. Pengetahuan keuangan	1. Saya memahami literasi keuangan 2. Saya mengetahui berbagai pilihan produk Tabungan atau investasi 3. Saya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran sehari-hari.
	2. Sikap keuangan	1. Saya yakin bahwa mengelola uang yang bijak dapat mendukung pemenuhan kebutuhan pribadi 2. Saya perlu menunda pengeluaran yang tidak penting agar memiliki tabungan untuk kebutuhan mendesak 3. Saya membuat

		Keputusan yang matang terkait penggunaan uang
	3. <i>Financial behavior</i>	1. Saya mencatat pengeluaran untuk memastikan uang saku bulanan cukup sampai akhir bulan 2. Saya menyisihkan uang saku untuk ditabung walaupun dalam jumlah kecil 3. Saya mengklasifikasikan barang sebagai kebutuhan atau keinginan sebagai pertimbangan sebelum membeli.
2. Digital payment	1. Kenyamanan	1. Saya lebih nyaman menggunakan <i>digital payment</i> dibandingkan dengan pembayaran tunai. 2. Saya saat bertransaksi menggunakan <i>digital payment</i> lebih aman. 3. <i>Digital payment</i> membantu saya menghindari antrean panjang saat melakukan pembayaran.
	2. Kemudahan Akses	1. Saya dapat mengakses layanan <i>digital payment</i> kapan saja dan di mana saja. 2. Aplikasi <i>digital payment</i> mudah digunakan bahkan bagi pengguna baru. 3. Saya tidak

		mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur yang ada pada aplikasi digital payment.
	3. Manfaat	1. <i>Digital payment</i> mempermudah saya dalam melakukan pembayaran berbagai kebutuhan. 2. Pengeluaran saya lebih mudah dicatat dan dipantau dengan <i>digital payment</i>. 3. Saya mendapatkan berbagai keuntungan (seperti promo, cashback, dll) dengan menggunakan digital payment.
3. Pengelolaan keuangan	1. Penggunaan dana dan penentuan sumber dana	1. Saya memastikan bahwa pengeluaran sudah sesuai dengan anggaran yang telah ditentukan 2. Saya menghindari penggunaan dana dari sumber yang berisiko tinggi, seperti pinjaman online ilegal. 3. Saya merasa mampu mengelola dana dengan efektif meskipun sumber dana terbatas
	2. Manajemen risiko	1. Saya memahami risiko keuangan yang dapat terjadi jika tidak mengelola dana dengan baik. 2. Saya mempertimbangkan

		risiko keuangan sebelum membuat Keputusan pembelian yang besar 3. Saya menghindari penggunaan kartu kredit atau pinjaman online untuk kebutuhan konsumtif
	3. Perencanaan masa depan	1. Saya memiliki rencana keuangan yang jelas untuk kebutuhan jangka Panjang 2. Saya yakin bahwa perencanaan keuangan yang baik dapat membantu saya mencapai impian saya di masa depan 3. Saya percaya bahwa perencanaan keuangan sejak usia muda sebagai hal yang penting
4. Perilaku konsumtif	1. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	1. Saya membeli produk untuk memastikan penampilan saya tetap terlihat baik 2. Produk yang saya beli sering kali bertujuan untuk meningkatkan status sosial 3. Saya mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum membeli produk tertentu
	2. Membeli produk atas pertimbangan	1. Saya tertarik membeli produk yang murah

	harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)	meskipun manfaatnya tidak terlalu besar 2. Saya membeli produk murah tanpa mempertimbangkan apakah saya membutuhkannya atau tidak 3. Saya lebih mementingkan jumlah produk yang bisa dibeli dengan anggaran saya daripada kualitasnya
	3. Memakai produk karna unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	1. Saya tertarik membeli produk yang diiklankan oleh figur public atau model terkenal 2. Produk yang saya beli terinspirasi dari tren. 3. Produk yang diiklankan oleh figur publik terpercaya dibandingkan produk tanpa iklan serupa

[illegible]

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
75	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	4	1	4	3	2	1	4	3	3	2	2	
76	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	4	1	4	3	4	3	4	2	2	3	3	2	2	
77	4	3	4	3	3	4	3	4	4	1	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	
79	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	1	2	4	3	3	2	3	2	2	4	3	3	2	
80	1	3	3	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	
81	1	2	3	1	2	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	
82	2	2	2	3	3	2	1	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	1	2	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	
84	1	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
85	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	4	2	2	3	4	3	2	4	2	2	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	3	2
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
87	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	2	4	2	1	2	2	1	2	2	1	2	4	3	3	4	1	4	2	3	3	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	4	3	3	3	2	2	3	3	4	
89	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	1	3
90	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4
91	3	3	2	3	2	3	1	2	3	2	4	3	4	2	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3
92	4	2	2	1	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	2	2	4	2	3	4	3	4	4	3	3
93	2	4	4	1	2	1	3	4	3	1	4	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3
94	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
95	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2
96	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2
97	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3
98	1	2	3	2	2	3	1	3	3	3	4	4	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	2	3
99	2	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	1	3	3	4	4	3	3	
100	2	4	3	4	2	4	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	
101	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	
102	2	3	4	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2
103	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3
104	2	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
105	2	2	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4
106	2	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	4	4	3	1
107	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3	3
108	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	3
109	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2
110	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	2	4	4	3	3	3
111	2	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	3	3

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ	
112	2	3	3	3	2	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	3	1	4	4	3	4	3	4	3	4	2	2	2
113	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	3	4	3	4	3	2	4
114	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	1	3	3	3	3	3	3	
115	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	4		
116	2	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	4		
117	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	3	4	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	4	
118	2	3	2	1	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	1	3	
119	3	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	1	2
120	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	1	3	4	
121	1	2	3	1	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	2	4	3	2	3	3	3	4	
122	2	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	1	3	
123	2	2	2	2	3	3	3	2	4	2	3	3	4	2	3	2	2	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	2	3	2	3	3	2	4	4	
124	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	1	4	3	4	3	4	3	4	3	1	3	4	
125	2	2	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	1	1	4	4		
126	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	1	3	4	2	3	1	2	2	3	2	2	1	4	
127	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	1	2	2	
128	3	4	3	1	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	4	2	3	3	1	1	3	
129	2	3	3	4	2	4	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	1	3	2	4	4	3	3	2	1	3	2	3	
130	2	3	3	3	2	4	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	3	2	3	4	2	4	2	4	4	3	2	3	2	2	3	
131	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	
132	4	4	3	3	3	4	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	1	1	2	3	
133	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	3	2	4	2	3	1	2	2	
134	3	4	3	2	4	3	2	3	2	3	4	4	2	2	3	2	4	3	3	3	3	1	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	2	
135	3	3	4	1	2	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	1	3	3	2	4	3	4		
136	3	3	4	1	3	4	3	4	3	4	1	2	2	4	2	2	3	4	4	2	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	1	3	4	2		
137	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	1	4	
138	3	2	3	2	2	3	2	3	1	4	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	3	1	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3		
139	4	4	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	
140	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	2	4	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	
141	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	4	2	4	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4	
142	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	2	3	2	3	3	4	2	2	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	4	2	4	1	2	
143	2	2	3	1	2	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	2	4	2	4	2	2	3	3	4	4	3	1	3	3
144	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	2	3	2	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	1	4	4
145	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	4	3	3	4	2	2	3	4		
146	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3		
147	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	1	2	4	
148	3	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	2	4	3	1	2		

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ			
149	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	
150	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	3	3	
151	4	2	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	
152	4	2	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	4	2	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	1	2	3	3		
153	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	3	1	2	2	2		
154	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2		
155	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	2	2	
156	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	3	3	3	2	1	
157	2	4	3	2	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	4	3	2	2	3	4	3	1	4	3	2	4
158	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	2	4	2	4	1	3	3	4	
159	4	2	4	2	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	
160	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	2	1	1	2	1	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	
161	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	2	4	1	2	3	
162	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	1	2	3	3	3	2	4	
163	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	2	3	3	2	3	2	3	4	3	2	1	3	3	4	4	4	4	3	1	4	1	3	4	3	3	3	3	
164	2	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	1	3	2	1	2	1	1	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	
165	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	4	1	3	3	3	3	
166	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	4	4	1	3	3	4	4		
167	4	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	1	3	3	4	
168	3	2	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	2	2	4	3	3	4	2	4	3	3	4	2	2	3	2	2	
169	2	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	2	3		
170	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3		
171	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	3	
172	2	2	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	4	
173	3	4	4	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	2	3	2	4	3	2	4
174	3	2	4	4	2	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3
176	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	
177	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	3	4	3	3	1	2	3	2	3	2	4	3	
178	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	1	4	3	3	2	3	1	2	2	
179	3	3	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	1	2	3	4	1	4
180	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	3	2	4	1	2	2	3	3	
181	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	1	3	3	2	2	3	
182	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	
183	3	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	2	2	3	2	
184	3	3	4	3	3	4	2	4	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	
185	3	4	3	3	3	4	2	3	2	1	3	3	2	2	2	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	2	1	2	1	3	2	2

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI		
186	2	2	3	3	2	3	3	3	2	1	2	1	1	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	2	4	3	3
187	4	3	4	3	4	4	2	4	4	2	2	2	3	3	2	1	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	1	3	3	2
188	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	3	
189	3	4	4	3	3	3	4	4	3	1	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	1	2	4	3	4	4	1	1	2	3	3	3	4	
190	4	2	4	2	2	2	2	4	3	2	3	1	2	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	2	3
191	4	3	4	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	4	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	
192	4	3	4	2	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	3	2	4	4	3	2	2	2	3	2	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2
193	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	
194	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	4	2	3	3	2	2	3	4	4	2	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	
195	3	4	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
196	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	3	4	
197	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	1	1	3	2	2	2	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2
198	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	2	1	2	1	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	
199	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	1	2	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	1	
200	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	2	1	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3
201	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	3	4	2	2	2	1	3
202	4	3	4	3	2	4	2	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	1	1	3	2	1	3	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	2
203	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	2	3	2	2	3	1	3	4	3	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	1	2	3	1	2	2
204	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	4	2	4	3	3	3	4	1	3	2	1	2	3	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	2	4	
205	2	3	3	3	1	2	3	3	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4	2	3	2	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	1	1	
206	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	3	1	4	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4
207	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	1	3	2	4	4	3	1	2	1	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	4	3	
208	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4	1	4	3	
209	2	3	3	2	2	4	2	3	3	3	2	4	2	2	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	
210	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	4	2	2	3	2	2	3	4	4	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	
211	2	3	4	3	2	3	3	4	4	2	3	2	2	4	3	4	4	4	2	3	2	2	3	2	3	3	4	3	3	3	2	4	2	1	1	
212	3	4	4	3	3	4	2	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	4	4	3	2	1	3	3	2	2	3	
213	4	4	3	4	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	2	1	2	4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	2	4	4	2	3	2	2	
214	3	3	4	3	2	3	3	4	3	2	4	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	
215	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	4	2	3	2	2	3	3	4	4	2	4	2	3	2	3	3	3	
216	4	3	3	2	3	2	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	
217	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2	2	3	4	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	2	3	2	3	1	3	
218	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	
219	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	2	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	1	2	2	1	2	1	2	1	
221	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	2	1	4	3	4	2	3	
222	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	2

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AJ		
205	2	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	2	3	2	3	3	4	4	2	4	2	3	3	2	3	3	3	3	
206	4	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	
207	3	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2	3	4	4	3	2	3	1	2	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3
208	4	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	4	2	3	4	2	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	
209	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	4	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	2	3	4	3	4	4	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	
211	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	2	4	4	4	4	2	1	4	3	4	2	3	3	
212	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1
213	2	4	4	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	1	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	4	4	3	2	
214	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	
215	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	1	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	2	
216	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	3	4	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	
217	2	3	4	2	2	3	2	4	4	2	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
218	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
219	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	
220	2	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
221	3	3	4	4	3	4	2	4	4	2	2	2	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	2	1	4	3	4	2	3	3	
222	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1
223	2	4	4	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	1	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	4	4	3	2	
224	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	
225	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	1	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	2	
226	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	3	4	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	
227	2	3	4	2	2	3	2	4	4	2	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
228	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
229	3	4	2	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	1	1	2	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
230	4	3	4	4	3	4	2	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	2	
231	2	3	4	2	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	
232	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	
233	3	2	3	2	2	2	2	1	3	3	4	4	3	2	4	3	3	1	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
234	2	3	4	4	2	3	2	3	3	2	3	2	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
235	2	4	3	4	2	4	2	1	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	
236	2	3	3	2	3	3	4	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	
237	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	2	2	1	1	2	1	2	
238	3	2	3	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	
239	2	3	3	4	3	4	3	1	3	3	4	2	2	4	3	2	3	2	1	2	1	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
240	2	4	3	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	1	1	2	
241	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
242	1	2	2	1	2	2	1	2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	
243	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	2	3	1	2	3	3	2	3	
244	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	2	2	3	3	
245	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
246	2	3	4	3	3	2	2	4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	2	3	3	
247	4	3	4	3	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	
248	3	3	4	2	3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	
249	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	4	4	3	4	3	3	3	4	4
250	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	
251																																					

Data Kuesioner Literasi Keuangan (X1)

variabel	No	pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
	X1.1	Saya memahami literasi keuangan	76	131	42	0	249
		persentase	30,52 %	52,61 %	16,87 %	0,00 %	
	X1.2	Saya mengetahui berbagai pilihan produk Tabungan atau investasi	79	98	64	8	249
		Persentase	31,73 %	39,36 %	25,70 %	3,21 %	
	X1.3	Saya memahami perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dalam pengeluaran sehari-hari.	105	99	45	0	249
		Persentase	42,17 %	39,76 %	18,07 %	0,00 %	

X1.4	Saya yakin bahwa mengelola uang yang bijak dapat mendukung pemenuhan kebutuhan pribadi	132	98	19	0	249
	Persentase	53,01 %	39,36 %	7,63%	0,00 %	
X1.5	Saya perlu menunda pengeluaran yang tidak penting agar memiliki tabungan untuk kebutuhan mendesak	78	110	56	5	249
	Persentase	31,33 %	44,18 %	22,49 %	2,01 %	
X1.6	Saya membuat Keputusan yang matang terkait penggunaan uang	47	126	76	0	249
	Persentase	18,88 %	50,60 %	30,52 %	0,00 %	
X1.7	Saya mencatat pengeluaran untuk memastikan uang saku bulanan cukup sampai akhir bulan	92	115	41	1	249
	Persentase	36,95 %	46,19 %	16,47 %	0,40 %	
X1.8	Saya menyisihkan uang saku untuk ditabung walaupun dalam jumlah kecil	55	104	85	5	249
	Persentase	22,09 %	41,77 %	34,14 %	2,01 %	

	X1.9	Saya mengklasifikasikan barang sebagai kebutuhan atau keinginan sebagai pertimbangan sebelum membeli	130	96	23	0	249
		Persentase	52,21 %	38,55 %	9,24%	0,00 %	

Sumber: Data Kuesioner, 2025

Data Kuesioner *Digital Payment* (X2)

variabel	No	pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
	X2.1	Saya lebih nyaman menggunakan <i>digital payment</i> dibandingkan dengan pembayaran tunai	78	140	31	0	249
		persentase	31,33%	56,22%	12,45%	0,00%	
	X2.2	Saya saat bertransaksi menggunakan <i>digital payment</i> lebih aman	76	102	63	8	249
		Persentase	30,52%	40,96%	25,30%	3,21%	
	X2.3	<i>Digital payment</i> membantu saya menghindari antrean	109	97	43	0	249

	panjang saat melakukan pembayaran					
	Persentase	43,78%	38,96%	17,27%	0,00%	
X2.4	Saya dapat mengakses layanan <i>digital payment</i> kapan saja dan di mana saja	86	110	44	9	249
	Persentase	34,54%	44,18%	17,67%	3,61%	
X2.5	Aplikasi <i>digital payment</i> mudah digunakan bahkan bagi pengguna baru	80	114	50	5	249
	Persentase	32,13%	45,78%	20,08%	2,01%	
X2.6	Saya tidak mengalami kesulitan dalam memahami fitur-fitur yang ada pada aplikasi <i>digital payment</i>	47	123	79	0	249
	Persentase	18,88%	49,40%	31,73%	0,00%	
X2.7	<i>Digital payment</i> mempermudah saya dalam melakukan	91	114	42	2	249

	pembayaran berbagai kebutuhan					
	Persentase	36,55%	45,78%	16,87%	0,80%	
X2.8	Pengeluaran saya lebih mudah dicatat dan dipantau dengan <i>digital payment</i>	54	104	86	5	249
	Persentase	21,69%	41,77%	34,54%	2,01%	
X2.9	Saya mendapatkan berbagai keuntungan (seperti promo, cashback, dll) dengan menggunakan digital payment	130	103	16	0	249
	Persentase	52,21%	41,37%	6,43%	0,00%	

Sumber: Data Kuesioner, 2025

Data Kuesioner Pengelolaan Keuangan (X3)

variabel	No	pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
	X3.1	Saya memastikan bahwa pengeluaran sudah sesuai dengan anggaran yang telah ditentukan	127	80	38	4	249
		persentase	51,00%	32,13%	15,26%	1,61%	

X3.2	Saya menghindari penggunaan dana dari sumber yang berisiko tinggi, seperti pinjaman online ilegal	67	112	53	17	249
	Persentase	26,91%	44,98%	21,29%	6,83%	
X3.3	Saya merasa mampu mengelola dana dengan efektif meskipun sumber dana terbatas	65	111	68	5	249
	Persentase	26,10%	44,58%	27,31%	2,01%	
X3.4	Saya memahami risiko keuangan yang dapat terjadi jika tidak mengelola dana dengan baik	52	120	62	15	249
	Persentase	20,88%	48,19%	24,90%	6,02%	
X3.5	Saya mempertimbangkan risiko keuangan sebelum membuat Keputusan pembelian yang besar	53	124	52	20	249
	Persentase	21,29%	49,80%	20,88%	8,03%	
X3.6	Saya menghindari penggunaan kartu kredit atau pinjaman online untuk kebutuhan konsumtif	56	121	63	9	249

	Persentase	22,49%	48,59%	25,30%	3,61%	
X3.7	Saya memiliki rencana keuangan yang jelas untuk kebutuhan jangka Panjang	39	105	88	17	249
	Persentase	15,66%	42,17%	35,34%	6,83%	
X3.8	Saya yakin bahwa perencanaan keuangan yang baik dapat membantu saya mencapai impian saya di masa depan	91	118	31	9	249
	Persentase	36,55%	47,39%	12,45%	3,61%	
X3.9	Saya percaya bahwa perencanaan keuangan sejak usia muda sebagai hal yang penting	67	113	65	4	249
	Persentase	26,91%	45,38%	26,10%	1,61%	

Sumber: Data Kuesioner, 2025

Data Kuesioner Perilaku Konsumtif (Y)

variabel	No	pernyataan	SS	S	TS	STS	Total
	Y.1	Saya membeli produk untuk memastikan penampilan saya tetap terlihat baik	127	88	21	13	249

	persentase	51,00%	35,34%	8,43%	5,22%	
Y.2	Produk yang saya beli sering kali bertujuan untuk meningkatkan status sosial	39	120	76	14	249
	Persentase	15,66%	48,19%	30,52%	5,62%	
Y.3	Saya mempertimbangkan pendapat orang lain sebelum membeli produk tertentu	42	125	65	17	249
	Persentase	16,87%	50,20%	26,10%	6,83%	
Y.4	Saya tertarik membeli produk yang murah meskipun manfaatnya tidak terlalu besar	40	117	68	24	249
	Persentase	16,06%	46,99%	27,31%	9,64%	
Y.5	Saya membeli produk murah tanpa mempertimbangkan apakah saya membutuhkannya atau tidak	51	114	67	17	249
	Persentase	20,48%	45,78%	26,91%	6,83%	
Y.6	Saya lebih mementingkan jumlah produk yang bisa dibeli dengan anggaran saya daripada kualitasnya	42	124	68	15	249

	Persentase	16,87%	49,80%	27,31%	6,02%	
Y.7	Saya tertarik membeli produk yang diiklankan oleh figur public atau model terkenal	49	125	61	14	249
	Persentase	19,68%	50,20%	24,50%	5,62%	
Y.8	Produk yang saya beli terinspirasi dari tren	14	105	97	33	249
	Persentase	5,62%	42,17%	38,96%	13,25%	
Y.9	Produk yang diiklankan oleh figur publik terpercaya dibandingkan produk tanpa iklan serupa	68	107	62	12	249
	Persentase	27,31%	42,97%	24,90%	4,82%	

Sumber: Data Kuesioner, 2025

LAMPIRAN 4

OUTPUT HASIL

1. UJI VALIDITAS

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.257**	.321**	.353**	.374**	.420**	.335**	.367**	.403**	.644**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.2	Pearson Correlation	.257**	1	.300**	.299**	.403**	.372**	.249**	.298**	.317**	.618**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.3	Pearson Correlation	.321**	.300**	1	.299**	.451**	.369**	.291**	.399**	.317**	.646**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.4	Pearson Correlation	.353**	.299**	.299**	1	.247**	.240**	.362**	.367**	.953**	.676**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.5	Pearson Correlation	.374**	.403**	.451**	.247**	1	.313**	.369**	.351**	.256**	.659**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.6	Pearson Correlation	.420**	.372**	.369**	.240**	.313**	1	.257**	.497**	.269**	.639**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.7	Pearson Correlation	.335**	.249**	.291**	.362**	.369**	.257**	1	.285**	.376**	.598**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.8	Pearson Correlation	.367**	.298**	.399**	.367**	.351**	.497**	.285**	1	.368**	.677**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1.9	Pearson Correlation	.403**	.317**	.317**	.953**	.256**	.269**	.376**	.368**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X1	Pearson Correlation	.644**	.618**	.646**	.676**	.659**	.639**	.598**	.677**	.703**	1

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.226**	.263**	.246**	.371**	.371**	.308**	.307**	.253**	.573**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.2	Pearson Correlation	.226**	1	.315**	.390**	.391**	.364**	.242**	.300**	.279**	.640**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.3	Pearson Correlation	.263**	.315**	1	.392**	.408**	.363**	.270**	.391**	.274**	.653**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.4	Pearson Correlation	.246**	.390**	.392**	1	.411**	.291**	.249**	.361**	.286**	.654**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.5	Pearson Correlation	.371**	.391**	.408**	.411**	1	.272**	.352**	.285**	.209**	.664**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.6	Pearson Correlation	.371**	.364**	.363**	.291**	.272**	1	.265**	.685**	.249**	.644**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.7	Pearson Correlation	.308**	.242**	.270**	.249**	.352**	.265**	1	.299**	.317**	.580**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2.8	Pearson Correlation	.253**	.279**	.274**	.286**	.209**	.249**	.317**	.369**	1	.547**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X2	Pearson Correlation	.573**	.640**	.653**	.654**	.664**	.644**	.580**	.677**	.547**	1

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.362**	.236**	.211**	.329**	.196**	.056	.205**	.132*	.519**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.002	.379	.001	.037	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.2	Pearson Correlation	.362**	1	.326**	.429**	.405**	.267**	.206**	.282**	.262**	.685**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.3	Pearson Correlation	.236**	.326**	1	.438**	.309**	.228**	.205**	.179**	.291**	.610**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.001	.005	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.4	Pearson Correlation	.211**	.429**	.438**	1	.391**	.219**	.255**	.130*	.204**	.631**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	.040	.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.5	Pearson Correlation	.329**	.405**	.309**	.391**	1	.285**	.353**	.338**	.259**	.707**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.6	Pearson Correlation	.196**	.267**	.228**	.219**	.285**	1	.167**	.265**	.156*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.002	<.001	<.001	<.001	<.001		.008	<.001	.014	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.7	Pearson Correlation	.056	.206**	.205**	.255**	.353**	.167**	1	.063	.292**	.500**
	Sig. (2-tailed)	.379	.001	.001	<.001	<.001	.008		.323	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.8	Pearson Correlation	.205**	.282**	.179**	.130*	.338**	.265**	.063	1	.248**	.513**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.005	.040	<.001	<.001	.323		<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3.9	Pearson Correlation	.132*	.262**	.291**	.204**	.259**	.156*	.292**	.249**	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.037	<.001	<.001	.001	<.001	.014	<.001	<.001		<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
X3	Pearson Correlation	.519**	.685**	.610**	.631**	.707**	.527**	.500**	.513**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	

IBM SPSS Statistics Processor is ready

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.335**	.276**	.301**	.343**	.374**	.341**	.292**	.312**	.706**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.2	Pearson Correlation	.335**	1	.134*	.181**	.145*	.285**	.214**	.222**	.226**	.633**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.035	.004	.022	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.3	Pearson Correlation	.276**	.134*	1	.325**	.169**	.264**	.198**	.113	.188**	.525**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.035		<.001	.007	<.001	.002	.074	.003	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.4	Pearson Correlation	.301**	.181**	.325**	1	.228**	.284**	.187**	.255**	.171**	.583**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.004	<.001		<.001	<.001	.003	<.001	.007	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.5	Pearson Correlation	.343**	.145*	.169**	.228**	1	.185**	.215**	.152*	.291**	.544**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.022	.007	<.001		.003	<.001	.016	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.6	Pearson Correlation	.374**	.285**	.264**	.284**	.185**	1	.150*	.247**	.096	.565**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.003		.013	<.001	.132	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.7	Pearson Correlation	.341**	.214**	.198**	.187**	.215**	.158*	1	.173**	.281**	.512**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.002	.003	<.001	.013		.006	<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.8	Pearson Correlation	.292**	.222**	.113	.255**	.152*	.247**	.173**	1	.238**	.524**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.074	<.001	.016	<.001	.006		<.001	<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y.9	Pearson Correlation	.312**	.226**	.188**	.171**	.291**	.096	.281**	.238**	1	.667**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.003	.007	<.001	.132	<.001	<.001		<.001
	N	249	249	249	249	249	249	249	249	249	249
Y	Pearson Correlation	.706**	.633**	.525**	.583**	.544**	.565**	.512**	.524**	.667**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	9

3. Uji NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		249
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.33970942
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.029
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.100
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.101
	99% Confidence Interval	Lower Bound .094
		Upper Bound .109

4. Uji MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	Literasi Keuangan	.913	1.095
	Digital Payment	.923	1.084
	Pengelolaan Keuangan	.899	1.113

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

5. Uji HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.876	1.207		3.211	.001
	Literasi Keuangan	-.008	.039	-.015	-.204	.839
	Digital Payment	.013	.039	.024	.328	.743
	Pengelolaan Keuangan	-.043	.039	-.082	-1.110	.268

a. Dependent Variable: ABS_RES

6. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Literasi Keuangan	Between Groups	(Combined)	339.308	17	19.959	1.167	.293
		Linearity	.108	1	.108	.006	.937
		Deviation from Linearity	339.200	16	21.200	1.239	.239
	Within Groups		3951.664	231	17.107		
	Total		4290.972	248			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Digital Payment	Between Groups	(Combined)	417.080	19	21.952	1.298	.186
		Linearity	80.254	1	80.254	4.744	.030
		Deviation from Linearity	336.826	18	18.713	1.106	.347
	Within Groups		3873.892	229	16.917		
	Total		4290.972	248			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Pengelolaan Keuangan	Between Groups	(Combined)	580.291	20	29.015	1.783	.023
		Linearity	142.079	1	142.079	8.730	.003
		Deviation from Linearity	438.212	19	23.064	1.417	.120
	Within Groups		3710.681	228	16.275		
	Total		4290.972	248			

7. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.826	2.371		-4.566	<.001
	Literasi Keuangan	.327	.062	.250	5.278	<.001
	Digital Payment	.489	.063	.369	7.818	<.001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.062	.380	7.951	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

8. Uji Koefisien Korelasi & Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.490	4.36620

a. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

9. UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4599.553	3	1533.184	80.424	<.001 ^b
	Residual	4670.603	245	19.064		
	Total	9270.156	248			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Pengelolaan Keuangan, Digital Payment, Literasi Keuangan

10. UJI t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-10.826	2.371		-4.566	<.001
	Literasi Keuangan	.327	.062	.250	5.278	<.001
	Digital Payment	.489	.063	.369	7.818	<.001
	Pengelolaan Keuangan	.497	.062	.380	7.951	<.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Lampiran 5

R table, T table, dan F tabel

Tabel R Untuk 1-500
By @SUJI DATA

Df=(N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8883
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950

Tabel R Untuk 1-500
By @SUJI DATA

40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4886
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2543	0.2997	0.3300	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507

Tabel R Untuk 1-500
By @SUJI DATA

84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864

Tabel R Untuk 1-500
By @SUJI DATA

128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481

Tabel R Untuk 1.500

By «SUJI DATA

DF	0,25	0,5	0,75	0,95	0,99
172	0,1251	0,1488	0,1762	0,1948	0,2473
173	0,1247	0,1484	0,1757	0,1942	0,2467
174	0,1244	0,1480	0,1752	0,1937	0,2460
175	0,1240	0,1476	0,1747	0,1932	0,2453
176	0,1237	0,1471	0,1743	0,1926	0,2446
177	0,1233	0,1467	0,1738	0,1921	0,2439
178	0,1230	0,1463	0,1733	0,1915	0,2433
179	0,1226	0,1459	0,1728	0,1910	0,2426
180	0,1223	0,1455	0,1723	0,1905	0,2419
181	0,1220	0,1451	0,1719	0,1900	0,2413
182	0,1216	0,1447	0,1714	0,1895	0,2406
183	0,1213	0,1443	0,1709	0,1890	0,2400
184	0,1210	0,1439	0,1705	0,1884	0,2394
185	0,1207	0,1435	0,1700	0,1879	0,2387
186	0,1203	0,1432	0,1696	0,1874	0,2381
187	0,1200	0,1428	0,1691	0,1869	0,2375
188	0,1197	0,1424	0,1687	0,1865	0,2369
189	0,1194	0,1420	0,1682	0,1860	0,2363
190	0,1191	0,1417	0,1678	0,1855	0,2357
191	0,1188	0,1413	0,1674	0,1850	0,2351
192	0,1184	0,1409	0,1669	0,1845	0,2345
193	0,1181	0,1406	0,1665	0,1841	0,2339
194	0,1178	0,1402	0,1661	0,1836	0,2333
195	0,1175	0,1398	0,1657	0,1831	0,2327
196	0,1172	0,1395	0,1652	0,1827	0,2321
197	0,1169	0,1391	0,1648	0,1822	0,2315
198	0,1166	0,1388	0,1644	0,1818	0,2310
199	0,1164	0,1384	0,1640	0,1813	0,2304
200	0,1161	0,1381	0,1636	0,1809	0,2298
201	0,1158	0,1378	0,1632	0,1804	0,2293
202	0,1155	0,1374	0,1628	0,1800	0,2287
203	0,1152	0,1371	0,1624	0,1795	0,2282
204	0,1149	0,1367	0,1620	0,1791	0,2276
205	0,1146	0,1364	0,1616	0,1787	0,2271
206	0,1144	0,1361	0,1612	0,1782	0,2265
207	0,1141	0,1358	0,1608	0,1778	0,2260
208	0,1138	0,1354	0,1604	0,1774	0,2255
209	0,1135	0,1351	0,1601	0,1770	0,2250
210	0,1133	0,1348	0,1599	0,1766	0,2244
211	0,1130	0,1345	0,1593	0,1761	0,2239
212	0,1127	0,1342	0,1589	0,1757	0,2234
213	0,1125	0,1338	0,1586	0,1753	0,2229
214	0,1122	0,1335	0,1582	0,1749	0,2224
215	0,1120	0,1332	0,1578	0,1745	0,2219

Tabel R Untuk 1.500

By «SUJI DATA

DF	0,1	0,25	0,5	0,75	0,95
216	0,1117	0,1329	0,1575	0,1741	0,2214
217	0,1114	0,1326	0,1571	0,1737	0,2209
218	0,1112	0,1323	0,1568	0,1733	0,2204
219	0,1109	0,1320	0,1564	0,1729	0,2199
220	0,1107	0,1317	0,1561	0,1726	0,2194
221	0,1104	0,1314	0,1557	0,1722	0,2189
222	0,1102	0,1311	0,1554	0,1718	0,2184
223	0,1099	0,1308	0,1550	0,1714	0,2179
224	0,1097	0,1305	0,1547	0,1710	0,2175
225	0,1094	0,1303	0,1543	0,1707	0,2170
226	0,1092	0,1300	0,1540	0,1703	0,2165
227	0,1090	0,1297	0,1537	0,1699	0,2161
228	0,1087	0,1294	0,1533	0,1695	0,2156
229	0,1085	0,1291	0,1530	0,1692	0,2151
230	0,1083	0,1288	0,1527	0,1688	0,2147
231	0,1080	0,1286	0,1523	0,1684	0,2142
232	0,1078	0,1283	0,1520	0,1681	0,2138
233	0,1076	0,1280	0,1517	0,1677	0,2133
234	0,1073	0,1277	0,1514	0,1674	0,2129
235	0,1071	0,1275	0,1510	0,1670	0,2124
236	0,1069	0,1272	0,1507	0,1667	0,2120
237	0,1067	0,1269	0,1504	0,1663	0,2115
238	0,1064	0,1267	0,1501	0,1660	0,2111
239	0,1062	0,1264	0,1498	0,1656	0,2107
240	0,1060	0,1261	0,1495	0,1653	0,2102
241	0,1058	0,1259	0,1492	0,1650	0,2098
242	0,1055	0,1256	0,1489	0,1646	0,2094
243	0,1053	0,1254	0,1486	0,1643	0,2090
244	0,1051	0,1251	0,1483	0,1640	0,2085
245	0,1049	0,1249	0,1480	0,1636	0,2081
246	0,1047	0,1246	0,1477	0,1633	0,2077
247	0,1045	0,1244	0,1474	0,1630	0,2073
248	0,1043	0,1241	0,1471	0,1626	0,2069
249	0,1041	0,1239	0,1468	0,1623	0,2065
250	0,1039	0,1236	0,1465	0,1620	0,2061
251	0,1036	0,1234	0,1462	0,1617	0,2057
252	0,1034	0,1231	0,1459	0,1614	0,2053
253	0,1032	0,1229	0,1456	0,1610	0,2049
254	0,1030	0,1226	0,1453	0,1607	0,2045
255	0,1028	0,1224	0,1451	0,1604	0,2041
256	0,1026	0,1222	0,1448	0,1601	0,2037
257	0,1024	0,1219	0,1445	0,1598	0,2033
258	0,1022	0,1217	0,1442	0,1595	0,2029
259	0,1020	0,1215	0,1439	0,1592	0,2025

DF	Tabel Distribusi Student t						
	uji satu sisi (one tailed)						
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	
DF	uji dua sisi (two tailed)						
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
1	1,000	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	
2	0,816	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	
3	0,765	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	
4	0,741	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	
5	0,727	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	
6	0,718	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	
7	0,711	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	
8	0,706	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	
9	0,703	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	
10	0,700	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	
11	0,697	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	
12	0,695	1,354	1,782	2,179	2,681	3,053	
13	0,694	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	
14	0,692	1,344	1,761	2,145	2,624	2,977	
15	0,691	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	
16	0,690	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	
17	0,689	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	
18	0,688	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	
19	0,688	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	
20	0,687	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	
21	0,686	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	
22	0,686	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	
23	0,685	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	
24	0,685	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	
25	0,684	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	
26	0,684	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	
27	0,684	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	
28	0,683	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	
29	0,683	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	
30	0,683	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	
31	0,682	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	
32	0,682	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	
33	0,682	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	
34	0,682	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	
35	0,682	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	
36	0,681	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	
37	0,681	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	
38	0,681	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	
39	0,681	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	
40	0,681	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	
41	0,681	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	
42	0,680	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	
43	0,680	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	
44	0,680	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	
45	0,680	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	
46	0,680	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	
47	0,680	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	
48	0,680	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	
49	0,680	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	
50	0,679	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	
51	0,679	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	
52	0,679	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	

DF atau dk	Tabel Distribusi Student t						
	uji satu sisi (one tailed)						
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	
	uji dua sisi (two tailed)						
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
53	0,679	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	
54	0,679	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	
55	0,679	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	
56	0,679	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	
57	0,679	1,297	1,673	2,002	2,394	2,665	
58	0,679	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	
59	0,679	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	
60	0,679	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	
61	0,679	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	
62	0,679	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	
63	0,679	1,295	1,669	1,998	2,387	2,655	
64	0,679	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	
65	0,679	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	
66	0,679	1,295	1,668	1,997	2,384	2,653	
67	0,679	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	
68	0,679	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	
69	0,679	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	
70	0,679	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	
71	0,679	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	
72	0,679	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	
73	0,679	1,293	1,666	1,993	2,378	2,645	
74	0,679	1,293	1,665	1,992	2,377	2,644	
75	0,679	1,293	1,665	1,992	2,376	2,643	
76	0,679	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	
77	0,679	1,293	1,665	1,991	2,375	2,641	
78	0,679	1,293	1,664	1,991	2,374	2,640	
79	0,679	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	
80	0,679	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	
81	0,679	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	
82	0,679	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	
83	0,679	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	
84	0,679	1,292	1,663	1,988	2,372	2,635	
85	0,679	1,292	1,663	1,988	2,371	2,634	
86	0,679	1,291	1,663	1,988	2,371	2,633	
87	0,679	1,291	1,663	1,988	2,370	2,633	
88	0,679	1,291	1,662	1,987	2,369	2,631	
89	0,679	1,291	1,662	1,987	2,369	2,631	
90	0,679	1,291	1,662	1,987	2,368	2,631	
91	0,679	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	
92	0,679	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	
93	0,679	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	
94	0,679	1,291	1,661	1,986	2,367	2,628	
95	0,679	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	
96	0,679	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	
97	0,679	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	
98	0,679	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	
99	0,679	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	
100	0,679	1,290	1,660	1,984	2,364	2,625	
101	0,679	1,290	1,660	1,984	2,364	2,625	
102	0,679	1,290	1,660	1,983	2,363	2,625	
103	0,679	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624	
104	0,679	1,290	1,660	1,983	2,363	2,624	

Tabel Distribusi Student t						
df	u(1) satu sisi (one tailed)					
	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
	u(2) dua sisi (two tailed)					
atau Dik	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01
156	0.670	1.287	1.655	1.975	2.350	2.608
157	0.670	1.287	1.655	1.975	2.350	2.608
158	0.670	1.287	1.655	1.975	2.350	2.607
159	0.670	1.287	1.654	1.975	2.350	2.607
160	0.670	1.287	1.654	1.975	2.350	2.607
161	0.670	1.287	1.654	1.975	2.350	2.607
162	0.670	1.287	1.654	1.975	2.350	2.607
163	0.670	1.287	1.654	1.975	2.349	2.606
164	0.670	1.287	1.654	1.975	2.349	2.606
165	0.670	1.287	1.654	1.974	2.349	2.606
166	0.670	1.287	1.654	1.974	2.349	2.606
167	0.670	1.287	1.654	1.974	2.349	2.605
168	0.670	1.287	1.654	1.974	2.349	2.605
169	0.670	1.287	1.654	1.974	2.349	2.605
170	0.670	1.287	1.654	1.974	2.348	2.605
171	0.670	1.287	1.654	1.974	2.348	2.605
172	0.670	1.286	1.654	1.974	2.348	2.605
173	0.670	1.286	1.654	1.974	2.348	2.605
174	0.670	1.286	1.654	1.974	2.348	2.604
175	0.670	1.286	1.654	1.974	2.348	2.604
176	0.670	1.286	1.654	1.974	2.348	2.604
177	0.670	1.286	1.654	1.973	2.348	2.604
178	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.604
179	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.604
180	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
181	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
182	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
183	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
184	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
185	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
186	0.670	1.286	1.653	1.973	2.347	2.603
187	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
188	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
189	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
190	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
191	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
192	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
193	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
194	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
195	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
196	0.670	1.286	1.653	1.973	2.346	2.603
197	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
198	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
199	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
200	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
201	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
202	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
203	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
204	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
205	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
206	0.670	1.286	1.653	1.973	2.345	2.603
207	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.603

Tabel Distribusi Student t						
df	u(1) satu sisi (one tailed)					
	0.25	0.1	0.05	0.025	0.01	0.005
	u(2) dua sisi (two tailed)					
atau Dik	0.5	0.2	0.1	0.05	0.02	0.01
208	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.603
209	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.603
210	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
211	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
212	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
213	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
214	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
215	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
216	0.670	1.286	1.653	1.973	2.344	2.599
217	0.670	1.285	1.653	1.973	2.344	2.599
218	0.670	1.285	1.653	1.973	2.344	2.599
219	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
220	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
221	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
222	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
223	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
224	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
225	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
226	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
227	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
228	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.598
229	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
230	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
231	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
232	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
233	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
234	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
235	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
236	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
237	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
238	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
239	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.597
240	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
241	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
242	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
243	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
244	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
245	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
246	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
247	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
248	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
249	0.670	1.285	1.653	1.973	2.343	2.596
250	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.596
251	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.596
252	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
253	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
254	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
255	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
256	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
257	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
258	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595
259	0.670	1.285	1.653	1.969	2.343	2.595

Tabel Presentase Distribusi F untuk Probabilitas = 0,05					
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)				
	1	2	3	4	5
1	161.4	199.5	215.7	224.5	230.1
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47

38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33

