

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2), 365–374. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.345>
- Amaliah, N. D. (2021). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Hedonis Serta Implikasinya Terhadap Perilaku Konsumtif. *Skripsi*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh media sosial dan status ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Arifin, J. (2017). *SPPS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Arini, W. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kecamatan Medan Marelan (Kota Medan). *Skripsi*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Astuti, R. P. F. (2016). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro. *Jurnal Pendidikan Edutama*, 3(2), 49–58. <https://ejournal.ikipgribojonegoro.ac.id/index.php/JPE/article/download/36/36>
- Cahyani, S. (2020). Pengaruh Perubahan Gaya Hidup, Literasi Keuangan (Financial Literacy) dan Pemahaman Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016). *Skripsi*. Kudus: IAIN Kudus.
- Ciptasari, W. N., Andayani, E., & Yudiono, U. (2017). Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan, Pengetahuan Ekonomi dan Modernitas Individu. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 1–6.
- Efendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Farasyi, F. Al, & Iswati, H. (2021). Pengaruh Media Sosial, E-Lifestyle dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif. *Syntax Idea*, 3(11), 2355–2371.
- Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(1), 48–57.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435–439. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Ghazali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A., Pirari, W. S., & Sari, M. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Humaniora*, 4(2), 23–35.
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode* (C. S. Rahayu (ed.); Pertama). Kuningan: Hidayatul

Quran Kuningan.

- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014/2015. *Skripsi*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Hurbania, I. (2021). Pengaruh Media Sosial Instagram, Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas X SMAN 1 Tanjung Bumi Iftita. *Thesis*. STKIP PGRI Bangkalan.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi* (F. Zulkarnain (Ed.); Pertama). Medan: UMSU PRESS.
- Kadeni, & Sriyani, N. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61–70. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Kamaluddin, & Muhajirin. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE BIMA). *Jurnal Akrab Juara*, 3(3), 113–122. <http://content.ebscohost.com/ContentServer.asp?EbscoContent=dGJyMNLe80Sep7Q4y9f3OLCmr1Gep7JSsKy4Sa6WxWXS&ContentCustomer=dGJyMPGptk%2B3rLJNuePfgcyx43zx1%2B6B&T=P&P=AN&S=R&D=buh&K=134748798%0Ahttp://amg.um.dk/~media/amg/Documents/Policie sandStrategies/S>
- Khabiba, C. D. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Teman Sebaya dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang Angkatan 2017. *Skripsi*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi kedua belas Jilid 1* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (Eds.); Keduabelas). Jakarta: Erlangga.
- Kumalasari, D., & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga Di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional Dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage*, 8(1), 1–12.

- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS OF CONTROL PADA REMAJA PUTRI. *Psikologika*, 2(4), 5–13. journal.uii.ac.id
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasar Locus Of Control Pada Remaja Putri. *Psikologika*, 2(4), 5–13. journal.uii.ac.id
- Literasi Keuangan. (2017). Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Lirerasi-Kuangan.aspx>. Diunduh pada tanggal 10 Mei 2022.
- Lubis, F. A. (2020). Preferensi Masyarakat Al Wasliyah Terhadap Asuransi Syariah Di Sumatera Utara. *Disertasi*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Mawo, T., Thomas, P., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60–65.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15. <https://beritagar.id/artikel/sains->
- Mustomi, D., & Puspasari, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 4(1), 133–147. https://doi.org/10.36841/cermin_unars.v4i1.496
- Nasution, R. A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Patricia, N., & Handayani, S. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pramugari Maskapai Penerbangan “X.” *Jurnal Psikologi*, 12(01), 10–17.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Rahmani, N. A. B. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi*. Medan: Rahmani Percetakan.
- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara). *Skripsi*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 5(2), 172–186.
- RI, D. A. (2019). Al-Qur’an dan Terjemahannya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an.
- Rinati, A. E. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Kedokteran Fakultas Kedokteran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Skripsi*. Medan: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Sejarah FEBI UIN Sumatera Utara*. (n.d.). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara-Medan. <https://febi.uinsu.ac.id/sejarah-singkat/>. Diunduh pada tanggal 15 Juli 2022.
- Selvia, M., Alfisah, H. E., & Wicakson, T. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari Banjarmasin. *Jurnal Universitas Islam Kalimantan MAB*, 1–6.
- Silalahi, R. Y. B. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 3(2), 191–200.
- Struktur Organisasi FEBI UIN Sumatera Utara*. (n.d.). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara-Medan. <https://febi.uinsu.ac.id/tentang-kita/>. Diunduh pada tanggal 15 Juli 2022.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Susmita, D. A., & Aslami, N. (2021). Potensi Teknologi dan Media Sosial Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Asuransi Syariah. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 2(1), 39–52.
- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Triani, A., & Mulyadi, H. (2019). Peningkatan Pengalaman Keuangan Remaja Untuk Literasi Keuangan Syariah Yang Lebih Baik. *I-Finance: A Research Journal on Islamic Finance*, 5(1), 9–22. <https://doi.org/10.19109/ifinace.v5i1.3714>
- Vebriyani, T. (2021). Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016). *Skripsi*. Kudus: IAIN Kudus.
- Visi - Misi FEBI UIN Sumatera Utara*. (n.d.). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara-Medan. <https://febi.uinsu.ac.id/visi-misi/>. Diunduh pada tanggal 15 Juli 2022.
- Wahidah, N. (2013). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, 3(2), 1–12.
- Wahyudi, K. (2016). Dampak Gaya Hidup Moderen Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar). *Skripsi*. Makassar: UIN Alauddin Makassar.

- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Widayati, I. (2012). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Finansial Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *ASSET: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 1(1), 89–99. <https://doi.org/10.1107/S1600536809037635>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENGARUH MEDIA SOSIAL, GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (STUDI KASUS MAHASISWA FEBI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA)

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Responden diharapkan membaca terlebih dahulu diskripsi masing-masing pertanyaan sebelum memberikan jawaban.
2. Responden dapat memberikan jawaban 1 dari masing-masing pertanyaan dengan tanda ceklist (√)
3. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Netral (N)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)
4. Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

B. Data Responden

1. Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
2. Program Studi
 - Akuntansi Syariah
 - Asuransi Syariah

- Ekonomi Islam
 - Manajemen
 - Perbankan Syariah
3. Uang Saku Perbulan
- < Rp. 500.000
 - Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 - > Rp. 1.000.000

C. Variabel Media Sosial (X1)

No.	Perhatian	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan media sosial karena banyak fitur yang saya sukai					
2.	Saya tidak suka diganggu ketika mengakses media sosial yang saya gemari					
3.	Saya menikmati aktivitas saat mengakses media sosial					
No.	Penghayatan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mudah terpengaruh informasi yang saya baca di media sosial					
2.	Beberapa hal yang sedang menjadi tren di media sosial saya praktikkan dalam kehidupan sehari-hari					
3.	Orang-orang di media sosial memberikan inspirasi terhadap penampilan saya sehari-hari					
No.	Durasi	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya lupa waktu ketika mengakses media sosial					
2.	Saya memberikan batasan waktu 1					

	hingga 3 jam ketika menggunakan media sosial					
3.	Dalam sehari saya bisa menggunakan media sosial lebih dari 3 jam					
No.	Frekuensi	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya menggunakan media sosial 1 hingga 4 kali dalam sehari					
2.	Saya tidak memberikan batasan, artinya saya dapat membuka media sosial lebih dari 5 kali dalam sehari					
3.	Saya termasuk tidak aktif menggunakan media sosial, biasanya hanya 3 kali dalam seminggu					

D. Variabel Gaya Hidup (X2)

No.	Kegiatan	SS	S	N	TS	STS
1.	Berbelanja merupakan kegiatan yang saya sukai					
2.	Saya sering menghabiskan waktu luang dengan nongkrong di kafe bersama teman-teman					
3.	Saya selalu menghabiskan waktu dengan bersenang-senang ketika berlibur					
No.	Minat	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu update trend mode fashion terbaru yang menjadi gaya hidup jaman sekarang					
2.	Saya membeli produk berdasarkan keinginan bukan kebutuhan					

3.	Saya lebih memilih produk bermerk (<i>branded</i>) daripada produk tidak bermerk					
No.	Opini	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk mahal bermerk (<i>branded</i>) yang saya beli dapat mencerminkan kelas status sosial saya					
2.	Saya membeli produk tertentu demi menjaga gengsi dimata teman-teman saya					
3.	Saya membeli produk berdasarkan alasan masa depan					

E. Variabel Literasi Keuangan (X3)

No.	Pendapatan Pencatatan Keuangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pendapatan merupakan semua penghasilan yang dapat digunakan guna memenuhi kebutuhan					
2.	Saya mengatur pendapatan agar dapat digunakan selama satu bulan					
3.	Saya selalu mendapatkan uang saku perbulan dari orang tua					
No.	Tabungan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menyimpan uang demi masa depan merupakan manfaat menabung dalam pengelolaan keuangan pribadi					
2.	Menabung di rekening bank merupakan cara mengelola uang saya dengan baik					
3.	Saya selalu menyisipkan pendapatan					

	untuk ditabung					
No.	Investasi	SS	S	N	TS	STS
1.	Investasi merupakan penanaman modal untuk jangka panjang dengan harapan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang					
2.	Investasi bermanfaat untuk menyiapkan masa depan yang lebih matang					
3.	Saya merencanakan program investasi secara teratur tiap bulan					
No.	Pencatatan Keuangan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya selalu melakukan pencatatan keuangan dalam mengelola keuangan					
2.	Saya berusaha membuat pengeluaran lebih kecil dari pemasukan					
3.	Saya mencatat keuangan saya selama satu bulan					

F. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Pembelian Impulsif	SS	S	N	TS	STS
1.	Ketika menemukan produk yang menarik, tanpa berpikir panjang saya langsung membelinya					
2.	Ketika berada di pusat perbelanjaan, ada keinginan tiba-tiba untuk membeli suatu produk yang tampak menarik					
3.	Saya membeli produk-produk keluaran terbaru					
No.	Pemborosan	SS	S	N	TS	STS

1.	Ketika diskon besar-besaran, saya suka memborong barang-barang yang saya inginkan					
2.	Ketika menemukan barang yang cocok dengan keinginan saya, saya langsung membelinya					
3.	Saya membeli barang-barang yang saya inginkan menggunakan uang saku pribadi					
No.	Pembelian Tidak Rasional	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya senang mengikuti perkembangan mode					
2.	Saya senang dinilai menjadi <i>trendsetter</i> di lingkungan saya					
3.	Saya senang jika memakai pakaian dengan merk terkenal					

Lampiran 2 Hasil Uji Karakteristik Responden

A. Hasil Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (N)	Presentasi (%)
Laki-laki	31	33,7%
Perempuan	61	66,3%
Total	92	100%

B. Hasil Identifikasi Responden Berdasarkan Program Studi

Usia	Jumlah (N)	Presentasi (%)
Akuntansi Syariah	25	27,2%
Asuransi Syariah	8	8,7%
Ekonomi Islam	22	23,9%
Manajemen	9	9,8%

P11	Pearson	.239*	-.124	.293*	.114	.531*	.458*	.236*	-.017	.304*	.139	1	.063	.468*
	Correlation			*		*	*			*				*
	n													
	Sig. (2-tailed)	.022	.240	.005	.280	.000	.000	.023	.870	.003	.185		.549	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P12	Pearson	-.012	.300*	-.076	.181	.098	.504*	.396*	-.095	.493*	-.058	.063	1	.421*
	Correlation		*				*	*		*				*
	n													
	Sig. (2-tailed)	.908	.004	.469	.084	.353	.000	.000	.369	.000	.584	.549		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT OT AL	Pearson	.698**	.449*	.220*	.784*	.519*	.734*	.658*	.535*	.727*	.477*	.468*	.421*	1
	Correlation		*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	n													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

4. Perilaku Konsumtif (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	PTOTAL
P1	Pearson	1	.177	.361*	.530*	.332*	.273*	.318*	.487*	.214*	.647**
	Correlation			*	*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)		.092	.000	.000	.001	.009	.002	.000	.040	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P2	Pearson	.177	1	.104	.386*	.562*	.478*	.256*	.396*	.278*	.647**
	Correlation				*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.092		.324	.000	.000	.000	.014	.000	.007	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P3	Pearson	.361*	.104	1	.342*	.198	.316*	.556*	.173	.218*	.574**
	Correlation	*			*		*	*		*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.324		.001	.058	.002	.000	.100	.036	.000

	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P4	Pearson	.530*	.386*	.342*	1	.421*	.128	.379*	.395*	.287*	.696**
	Correlation	*	*	*		*		*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.223	.000	.000	.006	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P5	Pearson	.332*	.562*	.198	.421*	1	.190	.341*	.403*	.274*	.662**
	Correlation	*	*		*			*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.058	.000		.070	.001	.000	.008	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P6	Pearson	.273*	.478*	.316*	.128	.190	1	.293*	.246*	.429*	.569**
	Correlation	*	*	*				*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.002	.223	.070		.005	.018	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P7	Pearson	.318*	.256*	.556*	.379*	.341*	.293*	1	.401*	.248*	.683**
	Correlation	*	*	*	*	*	*		*	*	
	Sig. (2-tailed)	.002	.014	.000	.000	.001	.005		.000	.017	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P8	Pearson	.487*	.396*	.173	.395*	.403*	.246*	.401*	1	.211*	.653**
	Correlation	*	*		*	*	*	*		*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.100	.000	.000	.018	.000		.044	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P9	Pearson	.214*	.278*	.218*	.287*	.274*	.429*	.248*	.211*	1	.541**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*		
	Sig. (2-tailed)	.040	.007	.036	.006	.008	.000	.017	.044		.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
PT	Pearson	.647*	.647*	.574*	.696*	.662*	.569*	.683*	.653*	.541*	1
OT	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
AL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

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

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

B. Uji Reliabilitas

1. Media Sosial (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.802	12

2. Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.766	.758	9

3. Literasi Keuangan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.808	.801	12

4. Perilaku Konsumtif (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.811	.811	9

Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		92
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.49026342
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.100
	Negative	-.083
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.223 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

B. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Media Sosial	.989	1.011
	Gaya Hidup	.983	1.017
	Literasi Keuangan	.993	1.007

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

C. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	.887	4.903		.181	.857
	Media Sosial	.078	.060	.136	1.300	.197
	Gaya Hidup	-.095	.073	-.137	-1.305	.195
	Literasi Keuangan	.025	.056	.046	.442	.660
a. Dependent Variable: RESUC						

Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.159	7.623		2.120	.037
	Media Sosial	.271	.094	1.296	2.895	.005
	Gaya Hidup	.090	.113	.081	3.794	.000
	Literasi Keuangan	.029	.087	1.034	2.333	.001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis

A. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	109.302	3	36.434	12.892	.040 ^b
	Residual	1108.556	88	12.597		
	Total	1217.859	91			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Media Sosial, Gaya Hidup						

B. Uji t

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.159	7.623		2.120	.037
	Media Sosial	.271	.094	1.296	2.895	.005
	Gaya Hidup	.090	.113	.081	3.794	.000
	Literasi Keuangan	.029	.087	1.034	2.333	.001
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

C. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.791	.759	1.549
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Media Sosial, Gaya Hidup				