

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis tentang pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan dasar keuangan pribadi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Generasi Z yang memiliki pemahaman keuangan pribadi yang lebih baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga lebih berhati-hati dalam melakukan pengeluaran dan tidak mudah terdorong oleh pembelian impulsif.
2. Pemahaman produk keuangan digital memengaruhi cara Generasi Z menggunakan layanan keuangan digital. Rendahnya pemahaman terhadap mekanisme, manfaat, dan risiko produk keuangan digital mendorong penggunaan yang kurang bijak dan meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, sementara pemahaman yang baik membantu pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional.
3. Sikap dan kedisiplinan dalam mengelola keuangan berperan sebagai faktor pengendali perilaku konsumtif. Generasi Z yang memiliki perencanaan keuangan, kontrol diri, dan kedisiplinan dalam mengatur pengeluaran cenderung mampu menekan perilaku konsumtif dan menjaga stabilitas keuangan.

Secara keseluruhan, literasi keuangan digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi Generasi Z. Semakin baik tingkat literasi keuangan digital yang dimiliki, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif, sehingga mendukung pengelolaan keuangan yang lebih sehat dan berkelanjutan di era digital.

5.2. Saran

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada subbab sebelumnya, maka saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah :

1. Generasi Z disarankan aktif meningkatkan pengetahuan dasar keuangan pribadi seperti menyusun anggaran, membedakan kebutuhan vs keinginan, dan mengenal dana darurat agar terhindar dari pembelian impulsif akibat *flash sale* dan notifikasi promosi digital.
2. Generasi Z disarankan memperdalam pemahaman terhadap mekanisme, struktur biaya, dan risiko kredit dari layanan *fintech* seperti *PayLater* dan *e-wallet* agar penggunaannya lebih bijak dan tidak berujung pada akumulasi utang konsumtif.
3. Generasi Z dituntut untuk membangun sikap disiplin dan kontrol diri dalam mengelola keuangan, termasuk membiasakan perencanaan pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, sehingga dapat menjaga kestabilan keuangan dalam jangka panjang.
4. Bagi peneliti selanjutnya, terdapat beberapa hal yang dapat dikembangkan lebih lanjut. Penelitian mendatang dapat memperluas variabel dengan memasukkan faktor moderasi maupun mediasi seperti kontrol diri, *Fear of*

Missing Out (FOMO), *peer pressure*, dan budaya flexing sebagaimana yang dirujuk dalam penelitian Aini dkk. 2024 serta Pohan dkk. 2024. Metode analisis yang lebih kuat seperti regresi logistik, *Structural Equation Modeling* (SEM), maupun *moderated mediation* juga dapat digunakan untuk menghasilkan temuan yang lebih akurat. Selain itu, perluasan populasi dan sampel ke berbagai kota dan wilayah akan membuat hasil penelitian lebih representatif. Pendekatan *mixed-method* melalui wawancara mendalam atau *Focus Group Discussion* (FGD) juga dapat dipertimbangkan untuk mengungkap motivasi dan pengalaman subjektif Generasi Z secara lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Maharani, C. V., dan D. S. R. Wardana. (2024), “Analisis Dampak Digitalisasi terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z dalam Kehadiran TikTok Shop.”, Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), Vol. 6(1), hlm. 1-13.
- Maharani, C. V., R. H. C. Putri, dan V. H. V. H. (2024), “Perilaku Konsumtif Gen Z dalam Kehadiran TikTok Shop.”, Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK), Vol. 6(1), hlm. 15-28.
- Mustofa, T. L., S. Setiawati, dan B. G. Cahyo. (2023), “Model Penguatan Ekonomi Lokal: Studi Kasus Desa Wukirsari.”, Jurnal Administrasi Pembangunan dan Kebijakan Publik (JAPKP), Vol. 14(3), hlm. 3344-3350.
- Nurfitria, S. T., dan H. B. Utami. (2022), “Efektivitas Bantuan Sosial dalam Menanggulangi Kemiskinan di Masa Pandemi Covid-19.”, Jurnal Kebijakan Publik dan Pembangunan (JKPP), Vol. 10(2), hlm. 12-16.
- Putri, S. R., dan A. R. R. Permana. (2021), “Pengaruh Stres Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Cipta Karya Sejahtera.”, Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia (JMSDM), Vol. 8(1), hlm. 1351-1360.
- Saputro, G. R. E., dan P. A. Irawan. (2023), “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Secara Online pada E-commerce.”, Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM), Vol. 12(2), hlm. 1618-1627.
- Purba, P. P.. (2020), “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi pada Generasi Milenial di Yogyakarta.”, Skripsi,

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomi,
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Yogyakarta.

Santoso, S. (2014). Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Elex
Media Komputindo.

Anisa, K.. (2023), “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif
Dalam Berbelanja Pada E-Commerce (Studi Kasus Masyarakat Generasi Z
di Kabupaten Banyumas).”, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri, Purwokerto.

Khaliq, A., dan B. Uspri. (2017), “Kemiskinan Multidimensi dan Perlindungan
Sosial.”, Jurnal Manajemen, Vol. 13(2), hlm. 85-191.

Setiadi, N. J. (2013). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motivasi,
Konsumsi, dan Strategi Pemasaran. Jakarta: Kencana Prenada Media
Group.

Ajzen, I., (1991), "The Theory of Planned Behavior", Organizational Behavior and
Human Decision Processes, 50 (2), hal. 179–211.

Amalia, N., (2025), “5 Fakta Literasi Finansial Gen Z berdasarkan Survei OJK”,
Nasmedia Blog, diakses dari <https://nasmedia.id/blog/5-fakta-literasi-finansial-gen-z-berdasarkan-survei-ojk/> pada tanggal 7 Februari 2026.

Ardelia, N. A., (2024), “Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku
Konsumtif”, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam
Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, diakses dari
<https://repository.uinsaizu.ac.id/35133/> pada tanggal 18 Februari 2026.

Dunia Fintech, (2026), “Tren E-Wallet di Indonesia”, diakses dari <https://duniafintech.com/ini-tren-e-wallet-di-indonesia/> pada tanggal 20 Maret 2026.

Elsalonika, A., dan Ida, (2025), "Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri", Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, diakses dari <https://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/download/32838/20261/102952> pada tanggal 3 Maret 2026.

Friedman, M., (1957), A Theory of the Consumption Function, Princeton University Press, Princeton.

GoodStats, (2025), “E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025”, diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-digital-favorit-2025-V6gYH> pada tanggal 4 April 2026.

Hariyono, M., dan Pradana, H. H., (2024), "Fenomena Flexing pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z", Jurnal Psychoaksara, 2 (1), hal. 29–40. DOI: 10.30999/pyschoaksara.

Huston, S. J., (2010), "Measuring Financial Literacy", Journal of Consumer Affairs, 44 (2), hal. 296–316.

Jubelio, (2025), “Hasil Survei Dompot Digital Paling Favorit di Indonesia”, diakses dari <https://jubelio.com/hasil-survei-dompot-digital-paling-favorit-di-indonesia/> pada tanggal 12 November 2025.

Keynes, J. M., (1936), The General Theory of Employment, Interest, and Money, Palgrave Macmillan, London.

- Khasanah, A., (2026), "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri sebagai Variabel Moderasi: Studi pada Gen Z Kota Malang", Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. (tidak dipublikasikan).
- Lusardi, A., dan Mitchell, O. S., (2014), "The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence", *Journal of Economic Literature*, 52 (1), hal. 5–44.
- Margaretha, F., dan Pambudhi, R. A., (2015), "Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi", *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17 (1), hal. 76–85.
- Modigliani, F., dan Brumberg, R., (1954), "Utility Analysis and the Consumption Function: An Interpretation of Cross-Section Data", *Post-Keynesian Economics*, hal. 388–436.
- Nadhifah, H. A., Arif, M., Sucipto, B., dan Sudibyo, H., (2024), "Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti", *Jurnal Fokus Konseling*, 10 (1), hal. 17–27. DOI: 10.52657/jfk.v10i1.2195.
- Ningsih, S. R., (2021), "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 3 (1), hal. 12–25.
- Novadila, S. F., (2025), "Pengaruh Literasi Keuangan dan Digital Platform yang Dimoderasi oleh Faktor Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

- (Studi Empiris pada Generasi Z di DKI Jakarta)", Skripsi, Manajemen, Universitas Teknologi dan Manajemen Jakarta. (tidak dipublikasikan).
- OCBC NISP, (2024), "Index Literasi Keuangan Gen Z Minim, Benarkah?", diakses dari <https://www.ocbc.id/id/article/2024/12/10/indeks-keuangan-gen-z> pada tanggal 15 Januari 2026.
- Otoritas Jasa Keuangan, (2017), Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisi 2017), OJK, Jakarta.
- Pohan, S., (2024), "Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia", Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia, 4 (2), hal. 237–246. DOI: 10.52436/1.jishi.205.
- Pulungan, D. R., Febriaty, H., dan Ritonga, P., (2018), "Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Mahasiswa", Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah, 1 (2), hal. 43–54.
- Regina, T., (2024), "Dampak Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z", Kompleksitas: Jurnal Ilmiah Manajemen, Organisasi dan Bisnis, 13 (1), hal. 50–57. DOI: 10.56486/kompleksitas.vol13no1.501.
- Samuelson, P. A., dan Nordhaus, W. D., (2010), Economics, 19th Edition, McGraw-Hill Irwin.
- Sari, R. K., dan Dwita, S., (2020), "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa", Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha, 2 (1), hal. 108–115.

- Schiffman, L. G., dan Kanuk, L. L., (2010), *Consumer Behavior*, 10th Edition, Pearson Education.
- Setiadi, N. J., (2013), *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motivasi, Konsumsi, dan Strategi Pemasaran*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Sihombing, S. O., (2020), "Pengaruh Pendapatan dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi", *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 13 (1), hal. 101–114.
- Sina, P. G., (2014), "Tipe Kepribadian dalam Mengelola Keuangan Keluarga", *Jurnal Humaniora*, 5 (1), hal. 457–466.
- Sukirno, S., (2016), *Mikroekonomi Teori Pengantar*, Edisi Ketiga, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Susiati, Swarsono, R., Wargo, Munip, A., dan Kurniawan, (2024), "Digitalisasi Ekonomi dan Perubahan Pola Konsumsi Gen Z di Kalangan Mahasiswa", *JALHu: Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 10 (2), hal. 50–62. DOI: 10.58553/jalhu.
- Yushita, A. N., (2017), "Pentingnya Literasi Keuangan bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi", *Jurnal Nominal*, 6 (1), hal. 11–26.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kata Pengantar Kuesioner

Perkenalkan, saya Deanta Lomak Nainggolan, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, mahasiswa yang sedang melaksanakan penelitian untuk memenuhi syarat kelulusan/tugas proposal tugas akhir.

Tujuan utama dari penyebaran kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data empiris yang valid guna menguji dan menganalisis secara mendalam sejauh mana pemahaman Gen Z tentang keuangan digital (Literasi Keuangan Digital) memengaruhi pola belanja dan kebiasaan pengeluaran (Perilaku Konsumtif) mereka.

Saya percaya bahwa wawasan dan jawaban jujur dari Anda akan menjadi kontribusi krusial dalam memahami dinamika keuangan digital dan dampaknya terhadap generasi muda saat ini. Seluruh informasi yang Anda berikan dijamin kerahasiaannya dan semata-mata hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian ini.

Mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu anda.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Bacalah dan pahami setiap pernyataan/pertanyaan yang disajikan dengan teliti.

1. Jawablah setiap pernyataan berdasarkan pandangan, pengalaman, atau kondisi Anda yang sebenarnya, tanpa dipengaruhi oleh jawaban orang lain.
2. Menjamin kerahasiaan seluruh jawaban Anda.
3. Data yang dikumpulkan hanya akan digunakan untuk kepentingan analisis akademik dan penelitian ini.

STS = Setuju tidak setuju

TS = Tidak setuju

RR = Ragu-ragu

S = Setuju

SS = Sangat setuju

Terima kasih atas waktu dan partisipasinya.

Hormat saya,

Deanta Lomak Nainggolan

A. Instrumen Penelitian Literasi Keuangan Digital

LITERASI KEUANGAN							
Indikator	No	Pertanyaan	STS	TS	RR	S	SS
a. Pengetahuan Keuangan Dasar Pribadi	1.	Saya memahami pentingnya membuat anggaran untuk mengatur keuangan saya.					
	2.	Saya memahami pentingnya menabung untuk kebutuhan mendesak dan masa depan.					
	3.	Saya mengetahui perbedaan antara “kebutuhan” dan “keinginan” dalam pengeluaran.					
	4.	Saya tahu bahwa memiliki dana darurat sangat penting untuk keadaan mendesak.					
	5.	Saya merasa cukup paham kapan waktu yang tepat untuk menabung.					
b. Pemahaman Produk dan	6.	Saya mencari informasi					

Keuangan Digital		sebelum menggunakan produk keuangan digital baru.					
	7.	Saya selalu memeriksa riwayat transaksi di aplikasi keuangan digital.					
	8.	Saya tahu bahwa produk keuangan digital yang saya gunakan diawasi oleh lembaga resmi seperti OJK dan lain-lain.					
	9.	Saya memahami adanya risiko penipuan (scam) dalam transaksi digital.					
	10.	Saya bisa membedakan aplikasi keuangan resmi dan aplikasi yang meragukan.					
c. Sikap dan Kedisiplinan Mengelola Keuangan	11.	Saya memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan saat berbelanja.					
	12.	Saya menyisihkan sebagian pendapatan saya untuk ditabung.					

	13.	Saya belanja bukan karena butuh, tetapi karena saya ingin merasakan kesenangan sesaat.					
	14.	Saya mengeluarkan uang berdasarkan rencana keuangan yang saya buat.					
	15.	Saya mengeluarkan uang berdasarkan rencana keuangan yang saya buat.					

B. Instrumen Penelitian Perilaku Konsumtif Gen z

Perilaku Konsumtif							
Indikator	No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Perilaku Impulsif Belanja Gen z	1.	Saya merasa gelisah jika tidak membuka aplikasi belanja dalam sehari.					
	2.	Saya tetap membeli barang walaupun saldo saya hampir habis.					
	3.	Saya lebih memilih brand terkenal meski harganya jauh lebih mahal dari kebutuhan saya.					
	4.	Ketika melihat flash sale, saya langsung checkout tanpa mempertimbangkan kebutuhan saya.					
	5.	Saya merasa minder jika memakai barang yang bukan brand populer.					

Lampiran 2 Data Responden Kuesioner

NO	Literasi Keuangan Digital															Perilaku Konsumtif					TOTAL
	Pengetahuan Dasar Keangan Pribadi					Pemahaman Produk Keuangan Digital					kap dan Kedisiplinan Dalam Mengelola Keuangan					Perilaku Impulsif Belanja Gen z					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	1	5	2	1	5	1	2	75
2	4	5	2	5	5	4	4	5	1	4	5	5	4	4	5	2	1	2	4	2	73
3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	2	4	5	1	4	5	2	1	1	2	1	68
4	4	5	2	4	5	5	2	4	5	5	4	4	5	2	4	2	1	2	2	1	68
5	2	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	1	2	5	2	1	2	73
6	4	5	5	4	2	4	5	5	4	5	1	4	5	4	5	2	1	2	1	2	70
7	4	5	2	4	5	4	4	5	4	4	5	1	4	5	4	2	1	1	2	1	67
8	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	2	1	1	2	1	75
9	4	5	5	2	4	5	5	4	1	4	5	4	5	5	4	1	4	2	1	1	71
10	4	5	5	4	5	2	4	5	1	4	5	2	4	5	4	2	1	1	2	1	66
11	1	2	2	1	3	2	1	2	2	1	3	2	1	3	2	4	5	4	3	4	48
12	2	1	3	3	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	4	4	5	4	4	47
13	2	1	2	2	1	1	2	3	2	1	2	2	1	1	2	4	5	5	3	4	46
14	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	4	5	5	3	4	45
15	2	2	1	2	1	1	3	2	1	2	2	1	1	2	1	4	5	5	4	5	47
16	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	5	4	5	5	4	48
17	2	2	1	3	2	2	1	3	2	2	1	1	2	1	2	5	4	3	4	4	47
18	1	2	2	1	2	2	1	1	3	2	2	1	2	3	2	4	4	5	4	5	49
19	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	3	2	2	4	5	4	4	5	47
20	1	1	2	1	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	3	4	3	5	5	47
21	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	3	2	1	3	2	5	3	3	5	4	49
22	2	2	1	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	2	2	4	2	5	4	3	45
23	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	4	5	5	4	5	47
24	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	5	4	4	5	4	48
25	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	5	5	4	4	5	46
26	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	4	4	4	5	4	44
27	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	4	5	4	5	4	44
28	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	4	4	5	4	4	44
29	3	2	1	1	3	3	2	1	1	1	1	2	2	1	2	4	4	2	5	4	45
30	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	4	2	4	5	4	4	4	46
31	2	1	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	4	2	4	5	4	4	5	51
32	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	4	2	5	4	4	4	5	47
33	2	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	1	4	1	4	5	4	4	4	47
34	2	1	1	2	2	1	2	1	3	3	2	2	2	5	2	4	4	5	4	5	53
35	2	1	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	4	1	4	5	4	5	4	50
36	2	1	1	2	2	1	3	1	2	3	2	1	2	5	1	5	4	4	5	4	51
37	1	2	1	1	2	2	3	1	1	3	1	2	1	4	2	4	5	3	4	5	48
38	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	4	4	5	4	4	47
39	2	1		2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	5	4	4	4	4	45
40	1	2	2	2	1	2	4	2	2	1	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	49
41	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	5	4	4	5	4	49
42	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	5	4	4	4	4	47
43	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	4	4	5	4	4	48
44	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	4	4	4	4	4	45
45	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	4	4	5	4	4	49
46	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	4	4	5	4	47
47	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	4	5	4	4	4	47
48	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1	1	2	2	1	4	5	3	4	4	45
49	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	5	4	4	4	5	4	48
50	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	5	5	4	4	5	47

51	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	2	3	2	1	2	69
52	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	2	2	3	2	72
53	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	2	2	3	2	2	75
54	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	2	2	3	1	2	74
55	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	3	2	1	4	5	4	5	4	50
56	3	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	1	2	4	4	5	4	5	52
57	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	4	4	5	4	5	51
58	2	3	2	1	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	4	4	5	4	5	54
59	2	2	3	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	4	4	5	4	5	52
60	2	2	1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	3	1	2	4	4	4	5	4	51
61	1	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	3	2	4	5	5	4	4	52
62	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	4	4	4	4	47
63	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	4	5	4	5	4	51
64	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	4	4	5	4	51
65	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	4	4	4	5	4	47
66	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	4	4	5	4	45
67	2	2	1	2	2	2	2	1	4	2	2	2	2	1	2	4	4	4	5	4	50
68	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	4	4	4	5	4	46
69	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	4	5	5	4	4	47
70	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	4	4	5	4	4	46
71	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	4	4	5	4	5	51
72	2	2	1	3	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	4	4	5	4	4	49
73	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	1	2	2	3	2	5	4	5	4	4	52
74	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	5	4	5	5	4	53
75	3	2	2	1	3	2	2	3	1	2	1	3	2	2	5	4	5	4	4	4	51
76	1	2	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	3	2	5	4	5	4	4	4	50
77	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	3	2	4	4	5	4	4	51
78	2	2	3	2	1	2	2	3	2	3	1	2	3	2	2	4	5	4	4	3	52
79	2	1	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	3	2	2	4	5	4	4	5	52
80	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	2	5	4	5	5	4	53
81	2	3	2	1	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	2	5	4	5	4	4	52
82	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	5	5	38
83	5	5	5	5	2	2	2	5	5	5	5	1	1	5	1	1	4	4	1	1	65
84	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3	5	68
85	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	4	4	3	5	36
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	40
87	5	1	5	5	1	2	1	1	1	2	1	1	1	4	1	4	4	4	4	3	51
88	2	1	1	1	4	2	4	1	1	1	2	5	5	2	5	5	4	4	5	5	60
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4	4	4	53
90	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	1	3	3	4	45
91	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	4	4	49
92	2	1	2	1	3	2	2	1	2	2	1	1	3	2	3	2	3	3	3	4	43
93	1	1	1	1	2	1	2	2	2	3	1	1	2	5	2	5	5	5	5	5	52
94	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	3	4	2	3	4	5	2	3	4	44
95	2	2	1	2	4	3	4	2	2	2	3	2	3	4	4	4	4	2	4	4	58
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	3	5	5	5	42
97	3	2	1	1	1	3	2	1	2	1	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	48
98	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	4	2	4	5	5	4	5	51
99	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
100	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	4	3	4	3	41

68

X	Y
71.6952381	26.4952381
10.78095238	8.819047619
0.910315773	0.714799219

Lampiran 4 Hasil Uji Seluruh Indikator

Uji Chi-square Pengetahuan Keuangan Dasar Pribadi Digital dengan Perilaku Konsumtif *Descriptive*

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Pengetahuan Dasar Keuangan Pribadi * Perilaku Konsumtif	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Chi-Square Tests antara Pengetahuan Keuangan Dasar Pribadi Digital dengan Perilaku Konsumtif

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	34.846 ^a	1	0,000		
Continuity Correction ^b	31,725	1	0,000		
Likelihood Ratio	32,674	1	0,000		
Fisher's Exact Test				0,000	0,000
Linear-by-Linear Association	34,497	1	0,000		
N of Valid Cases	100				

- a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.09.
- b. Computed only for a 2x2 table

Cross Tabulation antara Pengetahuan Keuangan Dasar Pribadi Digital dengan Perilaku Konsumtif

PengetahuanDasarKeuanganPribadi * PerilakuKosumtif Crosstabulation

		PerilakuKosu mtif			
		Renda h	Tingg i	Total	
Pengetahua nDasarKeu anganPriba di	Renda h	Count	12	67	79
		Expected Count	22,9	56,1	79,0
		% within			
		PengetahuanDasarKeuanganP ribadi	15,2%	84,8 %	100,0 %
		% within PerilakuKosumtif	41,4%	94,4 %	79,0 %
		% of Total	12,0%	67,0 %	79,0 %
	Tingg i	Count	17	4	21
		Expected Count	6,1	14,9	21,0
		% within			
		PengetahuanDasarKeuanganP ribadi	81,0%	19,0 %	100,0 %
		% within PerilakuKosumtif	58,6%	5,6%	21,0 %
		% of Total	17,0%	4,0%	21,0 %
Total		Count	29	71	100
		Expected Count	29,0	71,0	100,0
		% within			
		PengetahuanDasarKeuanganP ribadi	29,0%	71,0 %	100,0 %
		% within PerilakuKosumtif	100,0 %	100,0 %	100,0 %
		% of Total	29,0%	71,0 %	100,0 %

Uji Chi-square Pemahaman Produk Keuangan Digital Digital dengan Perilaku Konsumtif

Descriptive **Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PemahamanProdukKeuanganDigital * PerilakuKonsumtif	100	100,0%	0	0,0%	100	100,0%

Chi-Square Tests antara Pemahaman Produk Keuangan Digital Digital dengan Perilaku Konsumtif

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	26.840 ^a	1	0,000		
Continuity Correction ^b	24,233	1	0,000		
Likelihood Ratio	25,159	1	0,000		
Fisher's Exact Test				0,000	0,000
Linear-by-Linear Association	26,572	1	0,000		
N of Valid Cases	100				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 6.96.

b. Computed only for a 2x2 table

Cross Tabulation antara Pemahaman Produk Keuangan Digital Digital dengan Perilaku Konsumtif

PemahamanProdukKeuanganDigital * PerilakuKonsumtif Crosstabulation

			PerilakuKonsu mtif		Total
			Renda h	Tingg i	
PemahamanProd ukKeuanganDigi tal	Rendah	Count	12	64	76
		Expected Count	22,0	54,0	76,0
		% within PemahamanProdukKeuanganDi gital	15,8%	84,2 %	100,0 %
		% within PerilakuKonsumtif	41,4%	90,1 %	76,0 %
		% of Total	12,0%	64,0 %	76,0 %
	Tinggi	Count	17	7	24
		Expected Count	7,0	17,0	24,0
		% within PemahamanProdukKeuanganDi gital	70,8%	29,2 %	100,0 %
		% within PerilakuKonsumtif	58,6%	9,9%	24,0 %
		% of Total	17,0%	7,0%	24,0 %
Total	Count		29	71	100
	Expected Count		29,0	71,0	100,0
	% within PemahamanProdukKeuanganDi gital		29,0%	71,0 %	100,0 %
	% within PerilakuKonsumtif		100,0 %	100,0 %	100,0 %
	% of Total		29,0%	71,0 %	100,0 %

Uji Chi-square Sikap dan Kedisiplinan Dalam Mengelola Keuangan dengan Perilaku Konsumtif

Descriptive Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
SikapDanKedisiplinan DalamMengelolaKeuangan * PerilakuKonsumtif	100	100,0 %	0	0,0%	100	100,0 %

Chi-Square Tests antara Pemahaman Produk Keuangan Digital Digital dengan Perilaku Konsumtif

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	37.389 ^a	1	0,000		
Continuity Correction ^b	34,478	1	0,000		
Likelihood Ratio	36,274	1	0,000		
Fisher's Exact Test				0,000	0,000
Linear-by-Linear Association	37,015	1	0,000		
N of Valid Cases	100				

a. 0 cells (0.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8.41.

b. Computed only for a 2x2 table

Cross Tabulation antara Pemahaman Produk Keuangan Digital Digital dengan Perilaku Konsumtif

**SikapDanKedisiplinanDalamMengelolaKeuangan * PerilakuKonsumtif
Crosstabulation**

			PerilakuKonsumtif		Total
			Rendah	Tinggi	
SikapDanKedisiplinanDalamMengelolaKeuangan	Rendah	Count	8	63	71
		Expected Count	20,6	50,4	71,0
		% within SikapDanKedisiplinanDalamMengelolaKeuangan	11,3%	88,7%	100,0%
		% within PerilakuKonsumtif	27,6%	88,7%	71,0%
		% of Total	8,0%	63,0%	71,0%
	Tinggi	Count	21	8	29
		Expected Count	8,4	20,6	29,0
		% within SikapDanKedisiplinanDalamMengelolaKeuangan	72,4%	27,6%	100,0%
		% within PerilakuKonsumtif	72,4%	11,3%	29,0%
		% of Total	21,0%	8,0%	29,0%
Total	Count	29	71	100	
	Expected Count	29,0	71,0	100,0	
	% within SikapDanKedisiplinanDalamMengelolaKeuangan	29,0%	71,0%	100,0%	
	% within PerilakuKonsumtif	100,0%	100,0%	100,0%	
	% of Total	29,0%	71,0%	100,0%	

