

***TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN FAKTOR-
FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF
DI KALANGAN MAHASISWA***

(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)



SKRIPSI

Oleh:

Nama: Qintan Prina Zaharani

No. Mahasiswa: 16312080

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN
MAHASISWA**

(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk
mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada
Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Qintan Prina Zaharani

No. Mahasiswa: 16312080

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 19 Maret 2020

Penulis,



(Qintan Prina Zaharani)

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF DIKALANGAN
MAHASISWA**

(Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Qintan Prina Zaharani


No. Mahasiswa: 16312080

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 19 Maret 2020

Dosen Pembimbing,

09
3



(Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si.)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWA**

Disusun Oleh : **QINTAN PRINA**

Nomor Mahasiswa : **ZAHARANI 16312080**

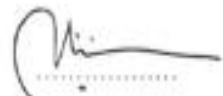
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Jum'at, tanggal: 10 April 2020

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Noor Endah Cahyawati, SE, M.Si, Cert. SAP.



Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si, Ak, Cert, SAP



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Selain itu keberhasilan saya dalam menyusun penelitian ini didukung oleh berbagai pihak di lingkungan saya, oleh sebab itu tak lupa saya ucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kemudahan, dan kelancaran kepada penulis dalam segala urusan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi panutan dalam hidup untuk penulis mencoba lebih baik lagi.
3. Kedua orang tua penulis Bapak Supriyanto dan Ibu Diana Fitriani yang tersayang, terima kasih atas doa, kasih sayang, pengorbanan dan motivasi yang tidak pernah padam. Mereka adalah alasan terbesar penulis untuk bisa secepatnya menyelesaikan penelitian ini.
4. Kakak-kakak penulis Mbak Anita Puspita Ningrum, Mbak Yuanita Meilinda, Mas Vendy Andhika, Mas Hussein Akbar yang telah memberi semangat saat merasa pesimis, motivasi, mendukung, dan mendo'akan.
5. Keponakan Kenzie Alghani Ganendra dan Athalla Zhafran Alghiffari Akbar yang selalu membuat suasana hati penulis ceria.

6. Ibu Noor Endah Cahyawati, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Bapak Fathul Wahid, S. T., M.Sc, Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Indonesia, beserta seluruh pimpinan universitas.
8. Bapak Dr. Jaka Sriyana, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
9. Bapak Mahmudi, Dr. SE., M.Si., Ak., CMA. selaku Ketua Program Studi Akuntansi FBE UII beserta segenap jajaran pengajar program studi Akuntansi.
10. Ambyar, Imam Saillellah, Bagas Wahyu, Fatih Fathillah, Iqbal Pratama, Saradifa Irfanda, Astri Winati, Annisa Nindya, Nadya Geraldine, Fitriana Annisa, dan Farah Chaisani selaku sahabat penulis yang selalu bersama sejak SMA di MUHI, disaat senang maupun sedih, saling mendukung, membantu, dan mendo'akan.
11. Saraswati, selaku sahabat penulis yang selalu bersama sejak pertama masuk kuliah di FBE UII, yang selalu mendukung, membantu, mendo'akan, disaat senang maupun sedih.
12. Gitrafi Yuris dan Rivaldo Ramadhan yang telah menemani penulis sedari ujian komprehensif dan selalu memberi semangat, dukungan, dan do'a.
13. Kelas B, Lariza, Monic, Nadia, Dhani, Alya, Anggun, Diva, Saras, Gitrafi, Fandy, Zaqi, Dimas, Dhimas, Erha, Aufa, Izul, Ahid, dan Rizky yang mengisi hari-hari kuliah penulis di FBE UII menjadi lebih berwarna dan bersemangat.

14. Teman-teman Tripyay, Nafisatul Ummah, Atidira Darmesti, Wardina Alyafi'i, Saraswati, Gitrafi Yuris, Fandy Iswanto yang telah mengajak penulis liburan selama sela-sela kuliah.
15. Teman-teman SMA, Nurshanti Laila, Al-Rafli Setiawan, dan Feri Dhoni. Semoga diberikan kelancaran dan kesuksesan dalam mencapai masa depan.

Penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar hasil penelitian ini mampu memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh



Penulis,

(Qintan Prina Zaharani)

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Teori Perilaku Rencanaan (TPB).....	8
2.1.2 Model Penerimaan Teknologi (TAM).....	10
2.1.2.1 Persepsi Kegunaan.....	12
2.1.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan.....	13
2.1.3 Perilaku Konsumtif.....	13
2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	14
2.1.4.1 Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	15
2.1.4.2 Pemenuhan keinginan.....	16
2.1.4.3 Daya Beli.....	16
2.1.4.4 Penggunaan Produk	17

2.1.4.5	Status Sosial.....	18
2.1.4.6	Gaya Hidup.....	19
2.1.4.7	Literasi Ekonomi.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	21
2.3	Hipotesis Penelitian.....	24
2.3.1	Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	24
2.3.2	Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.....	25
2.3.3	Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif.....	26
2.3.4	Pengaruh Pemenuhan keinginan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	27
2.3.5	Pengaruh Daya Beli Terhadap Perilaku Konsumtif.....	27
2.3.6	Pengaruh Penggunaan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif.....	28
2.3.7	Pengaruh Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.....	29
2.3.8	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif.....	30
2.3.9	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.....	31
2.4	Kerangka Pemikiran.....	32
BAB III METODE PENELITIAN		33
3.1	Populasi dan Sampel.....	33
3.2	Metode Pemilihan Sampel.....	34
3.3	Variabel Penelitian.....	35
3.3.1	Variabel Dependen.....	35
3.3.2	Variabel Independen.....	36
3.3.2.1	Kegunaan.....	36
3.3.2.2	Kemudahan Penggunaan.....	36
3.3.2.3	Pemanfaatan teknologi informasi.....	37
3.3.2.4	Pemenuhan keinginan.....	38
3.3.2.5	Daya Beli.....	38
3.3.2.6	Penggunaan Produk.....	38
3.3.2.7	Status Sosial.....	39

3.3.2.8	Gaya Hidup	39
3.3.2.9	Literasi Ekonomi	40
3.4	Metode Analisis Data	40
3.4.1	Statistik Deskriptif	40
3.4.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	41
3.4.3	Uji Asumsi Klasik	41
3.4.3.1	Uji Normalitas	41
3.4.3.2	Uji Multikolinearitas	42
3.4.3.3	Uji Heterokedastisitas	42
3.4.4	Analisis Regresi Berganda	42
3.4.5	Pengujian Hipotesis	44
3.4.5.1	Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>)	44
3.4.5.2	Uji Statistik T	44
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Data Penelitian	45
4.2	Hasil Analisis Deskriptif	46
4.2.1	Analisis Deskriptif Responden	46
4.2.1.1	Jenis Kelamin	46
4.2.1.2	Usia	46
4.2.1.3	Fakultas	47
4.2.1.4	Pekerjaan Orang Tua	48
4.2.1.5	Uang Saku	49
4.2.2	Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	49
4.3	Perhitungan Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.1	Hasil Uji Validitas	52
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	62
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	62
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	63
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastistas	64
4.5	Hasil Analisis Regresi Berganda	66

4.6	Pengujian Hipotesis	66
4.6.1	Hasil Uji Koefisien Determinasi (<i>Adjusted R²</i>).....	66
4.6.2	Hasil Uji Statistik T	67
4.7	Pembahasan Hasil Uji Hipotesis	71
4.7.1	Pengaruh Kegunaan Terhadap Pemanfaatan teknologi informasi....	71
4.7.2	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan teknologi informasi.....	71
4.7.3	Pengaruh Pemanfaatan teknologi informasi Terhadap Perilaku Konsumtif.....	72
4.7.4	Pengaruh Pemenuhan keinginan Terhadap Perilaku Konsumtif.....	73
4.7.5	Pengaruh Daya Beli Terhadap Perilaku Konsumtif.....	74
4.7.6	Pengaruh Penggunaan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif	74
4.7.7	Pengaruh Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif.....	75
4.7.8	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif	76
4.7.9	Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif.....	76
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Keterbatasan Penelitian	79
5.3	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN.....		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Teori Perilaku Rencanaan (TPB)	9
Gambar 2 Model Penerimaan Teknologi (TAM).....	12
Gambar 3 Kerangka Penelitian	32



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	45
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	48
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku	49
Tabel 4.7 Karakteristik Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas (X1)	57
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas (X2)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas (X3)	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas (X4)	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas (X5)	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas (X6)	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas (X7)	61
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas (X8)	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas (X9)	62
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	65
Tabel 4.21 Hasil Regresi Linear Berganda	66
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	67
Tabel 4.23 Hasil T.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner.....	87
Lampiran 2: Rangkuman Karakteristik Responden	92
Lampiran 3: Hasil Data Kuesioner.....	129
Lampiran 4: Output Statistik Deskriptif.....	154
Lampiran 5: Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	155
Lampiran 6: Output Uji Normalitas	158
Lampiran 7: Output Uji Multikolinearitas	158
Lampiran 8: Output Uji Heterokedastisitas.....	159
Lampiran 9: Output Analisis Regresi Berganda	159
Lampiran 10: Output Koefisien Determinasi.....	160
Lampiran 11: Output Uji T	160



ABSTRACT

This research aims to examine the technology acceptance model and factors that influenced consumptive behavior. The factors that influenced consumptive behavior divided into seven. There are utilization of information technology, fulfilling desire, purchasing power, product usage, social status, lifestyle, economic literacy. Some factors support the utilization of information technology, that is usefulness perception and perception of ease of use. The research sample was taken by convenience sampling, and the result obtained were 396 active studentd of Indonesian Islamic Universities. The results show that usefulness perception, perception of ease of use, utilization of information technology, fulfillment of desire, purchasing power, product usage, social status, lifestyle have a sigificant positive effect. While economic literacy has a significant negative effect.

Keyword: *technology acceptance model (TAM), factors of consumptive behavior, consumptive behavior.*



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji TAM dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif dibagi menjadi tujuh, yaitu pemanfaatan teknologi informasi, pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup, dan literasi ekonomi. Ada pula faktor yang mendukung terjadinya pemanfaatan teknologi informasi, yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan. Sampel penelitian diambil dengan *convenience sampling*, dan diperoleh 396 mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, persepsi kemudahan penggunaan, pemanfaatan teknologi informasi, pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan. Sedangkan literasi ekonomi berpengaruh negatif signifikan.

Kata Kunci: TAM, faktor-faktor perilaku konsumtif, perilaku konsumtif.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini membuat beberapa perubahan dalam kehidupan manusia, seperti dalam bidang budaya, perekonomian, pertahanan dan keamanan serta pendidikan. Pemanfaatan teknologi informasi khususnya jaringan komputer dan internet, umumnya digunakan untuk mengimplementasikan lima strategi kompetitif dasar yaitu penurunan biaya, diferensiasi, inovasi, mendorong pertumbuhan, dan membangun aliansi (O'Brien, 2004).

Kemajuan teknologi informasi juga mendorong seseorang untuk selalu kreatif dan berinovasi dalam berbisnis. Menurut (Onggo, 2007) ada tiga (3) hal yang populer dilakukan oleh siapa saja yang terhubung ke internet, yaitu : 1) saling berkomunikasi menggunakan perangkat komunikasi internet, baik melalui voice messenger maupun lewat email; 2) berselancar dari web ke web lain; 3) mencari informasi lewat situs pencari. Dari aktivitas yang biasanya dilakukan yang kedua dan yang ketiga menurut (Onggo, 2007) berpengaruh terhadap kegiatan konsumen juga dengan adanya produsen yang menyediakannya (transaksi jual beli barang dan jasa).

Transaksi jual beli barang dan jasa dapat dilakukan dengan lebih mudah melalui internet (*online shopping*). Penggunaan *online shopping* untuk saat ini tidak

hanya melalui situs website seperti sebelum-sebelumnya, tetapi juga dapat melalui media sosial seperti instagram dan juga aplikasi yang bisa di download melalui smartphone. Peningkatan kreativitas para penyedia barang dan jasa ini diharapkan mampu meningkatkan transaksi jual beli sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan perkapita Indonesia, karena bisnis online untuk saat ini termasuk bisnis yang cukup menjanjikan asalkan memiliki daya saing yang cukup (Onggo, 2007) .

Kemudahan dalam bertransaksi membuat konsumen menjadi lebih “doyan” belanja ataupun melakukan transaksi. Tidak hanya dalam bidang penjualan barang, jasa pun saat ini sudah bisa di pesan secara online, sebagai contoh pesan makanan online seperti Go-Food. Dengan melalui Go-Food seseorang bisa menggunakan jasa seseorang untuk memesan makanan dengan mudah dan praktis. Menurut (S. Rachmawati, 2018) Go-Food saat ini banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat termasuk mahasiswa. Kemudahan dalam memesan makanan, sistem pembayaran, serta kecepatan pelayanan menjadikan Go-Food semakin berkembang pesat di kalangan mahasiswa. (S. Rachmawati, 2018) menyatakan bahwa disamping faktor kemudahan dan manfaat yang dirasakan mahasiswa dan kalangan masyarakat memesan makanan melalui Go-Food karena banyaknya promo yang ditawarkan pada aplikasi tersebut. Seringkali, banyaknya promo membuat masyarakat atau kalangan mahasiswa memanfaatkan momentum tersebut secara berlebihan dan mengakibatkan konsumsi yang cenderung tidak sesuai kebutuhan sehingga menginisiasi terjadinya perilaku konsumtif.

Kecenderungan mahasiswa untuk melakukan konsumsi secara tidak ada batas adalah cerminan dari perilaku konsumtif. Terkadang individu lebih

mementingkan faktor emosinya dan lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan, sehingga tindakan rasional sudah tidak menjadi pertimbangan lagi bagi individu (Wahyudi, 2013) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, cenderung materialistik, mempunyai hasrat yang besar untuk memiliki barang-barang mewah dan penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal serta dorongan oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Sebuah transaksi pembelian tidak lagi dilakukan karena kebutuhan, namun berkonsumsi dilakukan karena suatu hal seperti mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan atau keinginan menjadi *trend center* dalam kegiatan berkonsumsi.

Beberapa penelitian telah dilakukan mengenai perilaku konsumtif, seperti penelitian (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014) yang berjudul "*The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*". Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumtif. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup. Hasil dari variabel pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup adalah berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu peneliti mengambil semua variabel dari penelitian (Enrico, Aron, & Oktavia, 2014) berupa. Peneliti juga melakukan penambah beberapa variabel yaitu, variabel persepsi kegunaan, variabel persepsi kemudahan penggunaan, variabel

pemanfaatan teknologi informasi dan literasi ekonomi. Logika yang mendasari penelitian ini adalah pengetahuan tentang faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif yang penting diketahui untuk kehidupan selanjutnya. (Sina, 2012) mengatakan bahwa literasi ekonomi adalah alat yang bisa digunakan untuk bertindak secara cerdas dalam berperilaku. Seperti bagaimana mengelola pendapatan untuk ditabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya pengaruh pemanfaatan teknologi informasi dan faktor-faktor lainnya terhadap konsumsi diluar kebutuhan pada kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul **“*Technology Acceptance Model (TAM)* dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap perilaku pemanfaatan teknologi informasi?
2. Apakah persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap perilaku pemanfaatan teknologi informasi?
3. Apakah pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

4. Apakah pemenuhan keinginan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
5. Apakah daya beli berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
6. Apakah penggunaan produk berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
7. Apakah status sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
8. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
9. Apakah literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan sebelumnya, penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap pemanfaatan teknologi informasi.
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan penggunaan terhadap pemanfaatan teknologi informasi.
3. Untuk menganalisis pengaruh pemanfaatan teknologi informasi terhadap perilaku konsumtif.
4. Untuk menganalisis pengaruh pemenuhan keinginan terhadap perilaku konsumtif.
5. Untuk menganalisis pengaruh daya beli terhadap perilaku konsumtif.
6. Untuk menganalisis pengaruh penggunaan produk terhadap perilaku konsumtif.
7. Untuk menganalisis pengaruh status sosial terhadap perilaku konsumtif.
8. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif.

9. Untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Memberi masukan kepada manajemen Fakultas atau pihak-pihak terkait untuk menyusun program mitigasi perilaku konsumtif mahasiswa, dan atau program yang mengedukasi mahasiswa untuk hidup hemat.
2. Memberikan masukan kepada mahasiswa sebagai salah satu bahan pertimbangan untuk evaluasi diri agar lebih baik dalam mengelola keuangannya di masa yang akan datang.
3. Menambah referensi bagi penelitian-penelitian terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi dan perilaku konsumtif.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian ini maka disusunlah sebuah sistematika penulisan dengan isi informasi mengenai materi dan hal-hal yang membahas dalam setiap bab nya. Berikut sistematika penulisan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab kajian teori berisikan uraian mengenai teori yang akan digunakan sebagai dasar untuk mendukung penelitian yaitu, landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

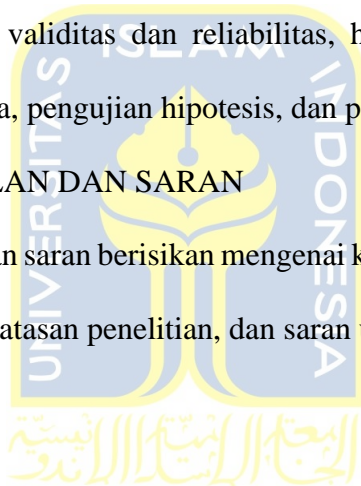
Bab metode penelitian berisikan mengenai populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian, dan metode analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab hasil dan pembahasan berisikan mengenai data penelitian, hasil analisis deskriptif, perhitungan validitas dan reliabilitas, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis regresi berganda, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil uji hipotesis.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab simpulan dan saran berisikan mengenai kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Perilaku yang Direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

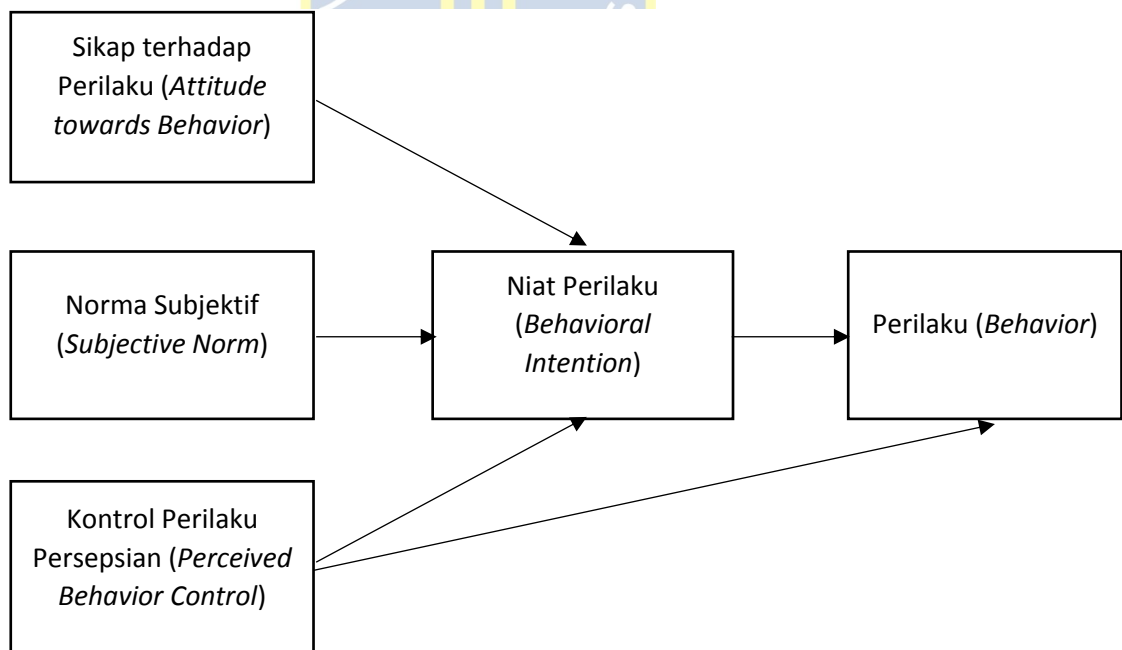
Teori perilaku yang direncanakan (*theory of planned behavior*) merupakan peningkatan lebih lanjut dari *theory of reasoned action* (TRA). Fishbein dan Ajzen dalam (Jogiyanto, 2007) mengatakan bahwa niat perilaku (*behavioral intention*) pada TRA dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dan norma subjektif (*subjective norm*). Norma subjektif merupakan pandangan atau persepsi seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang bisa mempengaruhi niat yang sedang dipertimbangkan untuk dilakukan atau tidak dilakukan perilaku tersebut. norma subjektif berhubungan dengan faktor pengaruh sosial seperti orang-orang disekitar individu.

(Ajzen, 1991) mengatakan dalam TRA ada beberapa konstruk yang tidak ada, sehingga pada TPB Ajzen menambahkan sebuah konstruk. Konstruk tersebut ditambahkan guna mengontrol perilaku yang terbatas oleh keterbatasan-keterbatasan kurangnya sumber daya untuk melakukan perilaku. Konstruk ini ialah kontrol perilaku persepsian (*presepsian behavioral control*). Kontrol perilaku persepsian (*perceived behavioral control*) dijelaskan sebagai kesulitan atau kemudahan persepsian untuk melakukan perilaku, (Ajzen, 1991) mengatakan, “*the perceived ease of difficulty of performing the behavior*”.

(Jogiyanto, 2007) mengatakan *Theory of planned behavior* membantu dengan seperti apa kita dapat mengubah serta melihat perilaku seperti apa yang akan dilakukan seseorang. TPB merupakan faktor utama dalam menentukan minat individu, untuk melakukan perilaku yang spesifik. Ada 3 faktor dalam menentukan minat yaitu, tingkat ketika seorang individu merasa kurang baik atau baik (*attitudes*); tindakan individu untuk tidak melakukan atau melakukan perilaku yang merupakan pengaruh sosial (*subjective norms*); dan perasaan sulit atau mudah untuk melakukan suatu perilaku (*perceived behavioral control*).

Dari penjelasan diatas, maka model dari *Theory Planned Behavior* terdapat digambar berikut ini.

Gambar 2.1 Teori Perilaku Rencana (*Theory Planned Behavior*)



Sumber: (Jogiyanto, 2007)

1. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitudes Towards Behavior*)

Menurut Ajzen dan Kolvareid dalam (Liñán & Chen, 2009), sikap terhadap perilaku adalah tingkat evaluasi kepercayaan dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan apakah menguntungkan (positif) atau merugikan (negatif). Sikap terhadap perilaku juga merupakan jumlah dari perasaan yang dirasakan seseorang untuk menolak atau menerima sebuah perilaku

2. Norma Subjektif (*Subjective Norms*)

Norma subjektif merupakan persepsi terhadap pandangan yang bisa mempengaruhi minat seseorang untuk melakukan atau tidak untuk melakukan perilaku. Persepsi tersebut mengacu pada persepsi kelompok tertentu “*reference people*” yang menyetujui atau tidak keputusan seseorang untuk berusaha dan biasanya individu berusaha untuk mematuhi persepsi kelompok tersebut.

3. Kontrol Perilaku Persepsian (*Perceived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku persepsian merupakan persepsi kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya (apakah sulit atau mudah) untuk melakukan perilaku. Teori perilaku rencana (TPB) merupakan pengembangan dari teori tindakan beralasan (TRA) inilah menjadi salah satu teori dasar dari penelitian ini.

2.1.2 Model Penerimaan Teknologi (*Technology Acceptance Model*)

Model penerimaan teknologi (TAM) merupakan sebuah model untuk menjelaskan atau memprediksi bagaimana pengguna sistem teknologi informasi menerima dan menggunakan teknologi tersebut dalam pekerjaan individual

pengguna (Davis, 1985). Dalam model TRA yang sudah ada, TAM menambahkan 2 konstruk utama. Dua konstruk utama ini merupakan kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*). Tujuan dari model penerimaan teknologi (TAM) adalah untuk menjelaskan sikap individu akan penggunaan sebuah teknologi. Reaksi atau sikap individu yang muncul akibat penerimaan teknologi tersebut dapat bermacam-macam yaitu bisa dijelaskan dengan tingkat atau intensitas penggunaan teknologi itu sendiri. Penerimaan penggunaan teknologi informasi adalah faktor penting dari pemanfaatan atau penggunaan sistem informasi yang berkembang.

Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dan kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease of use*) keduanya memiliki pengaruh terhadap niat perilaku (*behavioral intention*). Kegunaan persepsian (*perceived usefulness*) dapat berpengaruh pada kemudahan penggunaan persepsian (*perceived ease use*) tapi tidak sebaliknya. Sistem akan tetap digunakan oleh pengguna jika masih berguna walaupun sistem tersebut sulit. Karena TAM ditujukan sebagai penggunaan teknologi, sehingga perilaku pada TAM dimaksudkan untuk perilaku menggunakan teknologi menurut (Jogiyanto, 2007).

Dari penjelasan diatas, maka model dari *Theory Acceptance Model* terdapat digambar berikut ini.

Gambar 2.2 Model Penerimaan Tekonologi (*Technology Acceptance Model*)

Model)



Sumber: (Jogiyanto, 2007)

2.1.2.1 Persepsi Kegunaan

Persepsi kegunaan adalah sebuah kepercayaan mengenai proses pengambilan keputusan. Oleh karena itu jika seseorang memiliki rasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka akan dia gunakan. Namun sebaliknya, jika sebuah sistem informasi kurang berguna maka tidak akan dia gunakan. Menurut Davis dalam (Jogiyanto, 2007) mengatakan, “*as the extent to wich a person believes that using a technology will enchance her or his performance*”.

Persepsi kegunaan memberi pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pengguna sistem informasi. Selain terhadap pengguna sistem informasi, tetapi persepsi kegunaan juga penting dalam mempengaruhi sikap (*attitude*), minat (*behavioral intention*), serta perilaku (*behavior*) dalam menerapkan sebuah teknologi menurut (Jogiyanto, 2007).

2.1.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan kepercayaan individu dimana mereka akan bebas dari upaya jika menggunakan suatu sistem (Jogiyanto, 2007). Jika seseorang merasa yakin ketika sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya. Sehingga variabel kemudahan ini memberikan indikasi bahwa suatu sistem dibuat dengan tujuan memberikan kemudahan bagi pemakainya, bukan dibuat untuk mempersulit pemakainya. Dengan demikian, seseorang akan bekerja lebih mudah jika menggunakan suatu sistem tertentu dibandingkan dengan seseorang yang bekerja secara manual.

Persepsi kemudahan penggunaan juga diartikan sebagai seberapa jauh seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007). Dari definisi yang ada, persepsi kemudahan penggunaan ini juga dikatakan sebagai keyakinan tentang proses pengambilan keputusan. Pada TAM, faktor kemudahan penggunaan teknologi berhubungan dengan penggunaan teknologi tersebut pada sikap seseorang.

2.1.3 Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai tindakan seseorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang baik atau tidak didasarkan pada faktor kebutuhan (Sumantoro, 2002). Perilaku konsumtif menurut (Tambunan, 2001) merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sesungguhnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal. Perilaku konsumtif ini memberi kesan tidak memiliki manfaat yang

baik bagi pelakunya, karena dapat menguras pendapatan dan juga dapat menimbulkan sifat boros.

Menurut (Sumantoro, 2002) aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
8. Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis (merek berbeda).

Dari pengertian para ahli, penulis menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu yang lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan. Dengan membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

2.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perkembangan teknologi yang menciptakan beberapa kemudahan dalam melakukan transaksi pembelian, meningkatkan minat seseorang melakukan transaksi. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) menyatakan bahwa hampir seluruh

perilaku orang yang terkait dengan sosial dibawah kontrol kehendak orang tersebut. Menurut (Kotler & Keller, 2007) ada faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal dan faktor psikologi. Berikut adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

2.1.4.1 Pemanfaatan Teknologi Informasi

Terdapat beberapa indikator yang bisa digunakan untuk mengukur persepsi manfaat dalam menggunakan teknologi informasi, yang dalam penelitian ini menggunakan aplikasi Go-Food menurut (Dwi, 2014), yaitu:

- a. Kecepatan dalam melakukan transaksi.
- b. Kemudahan dalam melakukan transaksi.
- c. Keefektifan dalam layanan.
- d. Keefisienan dalam layanan.

Karena lahir di era kemajuan teknologi, perilaku mahasiswa saat ini sangat bergantung dengan teknologi. Mereka bergantung pada internet untuk mencari beragam informasi termasuk mengumpulkan informasi sebelum mengambil keputusan pembelian suatu produk atau menggunakan suatu jasa (Hidayatullah et al., 2018). Mengingat kelancaran dan kenyamanan milenial dengan teknologi dan informasi, mereka memiliki pandangan positif tentang bagaimana teknologi dan informasi mempengaruhi kehidupan mereka. Oleh karena itu penulis memilih aplikasi Go-Food sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Go-Food yang telah diterima keberadaannya oleh masyarakat luas menjadikannya

sebuah hal yang lumrah. Hal ini semestinya menjadikan konsumen untuk tetap mempercayai dan mengandalkan Go-Food.

2.1.4.2 Pemenuhan Keinginan

Keinginan menurut (Utami, 2017) merupakan segala kebutuhan yang berupa barang maupun jasa yang ingin dipenuhi setiap manusia pada sesuatu hal yang dianggap kurang. Keinginan tidak memiliki keharusan atau tidak bersifat mengikat untuk segera terpenuhi. Keinginan merupakan sifat tambahan, ketika kebutuhan pokok telah terpenuhi maka biasanya timbul keinginan.

Pemenuhan keinginan biasanya bersifat subjektif, tidak memberi pengaruh besar pada kelangsungan hidup seseorang. Pemenuhan keinginan cenderung menyesuaikan terhadap selera individu dan bersifat kepuasan semata. Keinginan bisa bersifat positif jika pemenuhannya memberi nilai tambah atau memberi dukungan terhadap pemenuhan kebutuhan yang telah tercapai.

2.1.4.3 Daya Beli

Daya beli adalah kemampuan individu maupun organisasi membeli dan menggunakan barang dan jasa. Di dalam daya beli terdapat pengukuran, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya beli menurut (Suhardi & Herlina, 2010) adalah faktor selera, pendapatan dan harga. Selera merupakan keinginan atau kemauan seseorang untuk menggunakan dan mengonsumsi barang atau jasa. Pendapatan merupakan bentuk upah, sewa, bunga, atau laba yang diterima oleh seseorang dalam wujud uang. Sedangkan harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan pada suatu produk tertentu, di dalam penjualan harga sangat

berpengaruh terhadap individu dan kelompok untuk melakukan pembelian. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran karena selera atau kemauan konsumen untuk mengkonsumsi kembali.

Menurut (Pomantow et al., 2019) daya beli adalah kemampuan seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk. Daya beli memiliki perbedaan antara satu orang dengan yang lain, ada beberapa faktor yang menyebabkan perbedaan dilihat dari status orang tersebut atau cita rasa pemilik, pekerjaan, dan jumlah penghasilan.

2.1.4.4 Penggunaan Produk

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, n.d.) penggunaan dapat diartikan sebagai proses, cara, perbuatan memakai sesuatu, pemakaian. Penggunaan dapat dikatakan sebagai aktifitas memakai sesuatu atau membeli sesuatu berupa barang atau jasa. Pemakaian dan pembelian dapat disebut juga sebagai konsumen barang atau jasa.

Penggunaan Produk adalah waktu barang digunakan sampai dapat digunakan lagi (Marc, Francis, & Daniel, 2010). Penggunaan produk berbeda antara satu produk dan produk lainnya. Durasi, kontak aktual, frekuensi, dan jumlah produk yang digunakan menunjukkan penggunaan produk. Setiap orang memiliki periode penggunaan produk mereka sendiri. Satu orang bisa mengatakan bahwa produknya sudah tidak produktif lagi sementara orang lain mengatakan bahwa produk tersebut masih dapat digunakan.

2.1.4.5 Status Sosial

Menurut (Puji, 2009) status sosial merupakan sebuah kedudukan sosial seseorang di masyarakat yang mampu diperoleh karena memang pemberian atau diperoleh dengan sendirinya (otomatis) melalui usaha. Individu terdorong untuk bisa mencapai status sosial yang lebih tinggi karena adanya interaksi sosial. Status sosial yang lebih tinggi akan mempengaruhi sebuah sikap dan rasa penghargaan yang tinggi dari masyarakat. Oleh karena itu, setiap individu akan selalu berusaha untuk mencapai status sosial yang lebih tinggi lagi.

Ada pula di masyarakat jenjang (stratifikasi sosial) yang merupakan penggolongan individu sesuai dengan status sosialnya. Penggolongan yang disebut kelas sosial didasari oleh kriteria ekonomi. Kelas sosial disini terbagi atas kelas sosial bawah, menengah, dan atas. Akan semakin tinggi *prestise* (gengsi) yang dimiliki seseorang, karena semakin tingginya kelas sosial. Oleh karenanya, mereka menunjukkan tampak yang berbeda dengan kelas sosial lain dengan membentuk ciri tertentu. Ciri-ciri merupakan suatu kebanggaan bagi pemiliknya atau tanda tertentu yang dapat menunjukkan kelas sosial yaitu simbol status. Menurut (Puji, 2009) ada beberapa simbol status masyarakat kelas atas, yaitu:

a. Tempat Tinggal

Kelas sosial atas biasanya tinggal di perumahan elite yang mewah dan memiliki *prestise* tinggi. Orang yang tinggal di perumahan mewah menunjukkan bahwa ia adalah kelompok orang kaya. Dengan melihat tempat tinggalnya, orang sudah dapat menilai kelas sosial seseorang.

b. Kekayaan

Kekayaan menjadi unsur utama yang sering ditonjolkan seperti mobil mewah, perhiasan, dan sebagainya. Kekayaan menjadi bagian terpenting dalam kelompok sosial karena dianggap sebagai simbol kesuksesan

c. Penghasilan

Pada umumnya kelas sosial atas memiliki penghasilan yang tinggi. Ada hubungan yang erat antara penghasilan dengan jenis pekerjaan. Kelompok sosial atas mempunyai pekerjaan yang elite dengan penghasilan tinggi.

d. Pakaian

Pakaian yang digunakan oleh kelompok sosial atas adalah pakaian bagus dan mahal mereka bangga mengenakan pakaian produksi luar negeri seperti baju buatan Italia, parfum dari Prancis, dan sebagainya.

e. Kegemaran

Kegemaran atau hobi kelompok sosial atas adalah kegiatan-kegiatan yang memerlukan biaya yang besar, seperti shopping ke luar negeri, olahraga golf, dan sebagainya. Setiap orang mempunyai jenis kegemaran tertentu.

2.1.4.6 Gaya Hidup

Gaya hidup (*life style*) berbeda dengan cara hidup (*way of life*). Gaya hidup adalah bagaimana cara seseorang bersikap atau berperilaku saat berhadapan dengan orang lain, dan apa yang mereka konsumsi. Sedangkan cara hidup merupakan perilaku seseorang yang tunjukkan dengan ciri-ciri seperti norma, ritual, dan mungkin juga cara seseorang berbahasa. (Suyanto, 2013) menyatakan bahwa gaya hidup mengandung pengertian sebagai cara hidup mencakup sekumpulan

kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan hidup.

Gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki, juga salah satu dari pengertian dari gaya hidup. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), gaya hidup merupakan bentuk tingkah laku segolongan manusia dalam masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam mengalokasikan uangnya dan bagaimana mengatur waktunya (Riadi, 2018).

Menurut (Riadi, 2018) gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Seseorang berupaya untuk membuat dirinya menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari orang lain agar memiliki gaya hidup yang dipandang bagus oleh orang lain.

2.1.4.7 Literasi Ekonomi

Menurut (Sina, 2012) pergeseran ekonomi industri menjadi ekonomi berbasis modal manusia berimplikasi pada kemampuan mengelola informasi guna membuat keputusan. Dalam hal inilah, informasi memainkan peranan penting untuk membuat pertimbangan yang cerdas guna memuaskan kebutuhannya. Selain dari pada itu, untuk mengolah informasi yang begitu banyak dan cepat dibutuhkan pemahaman terkait dasar-dasar pembuatan keputusan ekonomi yang cerdas. Keputusan ekonomi yang cerdas terindikasi dari kemampuan meracik sumber daya

yang dimiliki untuk menciptakan benefit. Untuk penciptaan nilai yang terkristalkan dalam perilaku dibutuhkan literasi ekonomi, karena pada prinsipnya literasi ekonomi merupakan alat yang berguna untuk merubah perilaku dari tidak cerdas menjadi cerdas. Seperti bagaimana memanfaatkan pendapatan untuk menabung, berinvestasi, proteksi dan memenuhi kebutuhan hidup.

Membuat keputusan ekonomi yang cerdas adalah suatu pilihan, dan pilihan ini memerlukan upaya. Selain upaya maka individu juga perlu memahami syarat-syarat yang tepat guna membuat keputusan ekonomi sehari-hari. Terkait upaya dan persyaratan tersebut maka literasi ekonomi menjadi suatu pilihan yang sebaiknya dimiliki oleh seseorang. Hanya saja pada kenyataannya tidak semua orang memiliki literasi ekonomi yang memadai guna membuat keputusan yang cerdas.

Pemahaman literasi ekonomi yang tidak memadai akan tampak dari bagaimana seseorang mengalami kesalahan ketika membuat keputusan pembelian dan lain-lainnya. Efek lanjutannya adalah bertendensi mengalami kesulitan pemenuhan dana untuk berbagai aktivitas. Kesulitan itu dapat terjadi pada tataran individu atau pun keluarga, karena aktivitas ekonomi dalam keluarga seringkali mengalami kebocoran sehingga lebih besar pasar dari pada tiang. Proses pengeluaran yang begitu besar tanpa didukung oleh pemasukan yang memadai hanya akan mengakibatkan kesulitan hidup.

2.2 PENELITIAN TERDAHULU

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai referensi dalam penelitian ini.

(Enrico et al., 2014) melakukan penelitian mengenai *The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah *fulfilling desire, purchasing power, product usage, social status, family lifestyle*. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa faktor *fulfilling desire, purchasing power, product usage, social status, family lifestyle* berpengaruh positif perilaku konsumtif pada mahasiswa di Jakarta.

(Hidayat, Punia, & Kebayantini, 2018) melakukan penelitian mengenai Peran Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Kaum Remaja Di Desa Tegal Kertha, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah perilaku konsumtif kaum remaja. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah peran media sosial. Hasil dari pengujian yang ada menunjukkan bahwa peran media sosial berpengaruh positif perilaku konsumtif pada remaja.

(Fardhani & Izzati, 2013) melakukan penelitian mengenai Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pada Remaja (Studi Pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah perilaku konsumtif pada remaja. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah hubungan antara konformitas. Pada penelitian ini dilakukan dua pengujian yaitu uji *product moment* *Jean Pearson* dan uji regresi sederhana yang menghasilkan kesimpulan bahwa adanya hubungan antara konformitas berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada remaja.

(Hartiyani, Mintasih, & Muhammad, 2017) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah perilaku konsumsi mahasiswa. Sedangkan variabel yang digunakan ialah pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup. Pada penelitian ini dilakukan pengujian yaitu uji regresi linier ganda yang menghasilkan kesimpulan bahwa lingkungan sosial dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.

(A. L. Rachmawati, 2019) melakukan penelitian mengenai Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini ialah perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah pengaruh *e-commerce*. Hasil dari pengujian yang ada menunjukkan bahwa peran *e-commerce* berpengaruh positif perilaku konsumtif pada mahasiswa.

(Melina & Wulandari, 2018) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif mahasiswa. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup. Hasil dari pengujian yang ada menunjukkan bahwa literasi ekonomi dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

(Nurjanah, Ilma, & Article, 2018) melakukan penelitian mengenai *Effect of Economic Literacy and Conformity on Student Consumptive Behaviour*. Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah literasi ekonomi dan kesesuaian. Hasil dari pengujian yang ada menunjukkan bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif dan kesesuaian berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

(S. Rachmawati, 2018) melakukan penelitian mengenai Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemanfaatan Go-Food (Studi Kasus Pada Mahasiswa UII). Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pemanfaatan Go-Food. Sedangkan variabel independen yang digunakan ialah sikap penggunaan, norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, kegunaan, kemudahan penggunaan. Hasil dari pengujian yang ada menunjukkan bahwa sikap penggunaan, norma subjektif, kegunaan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh positif, sedangkan kontrol persepsian berpengaruh negatif pemanfaatan Go-Food.

2.3 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.3.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Technology Acceptance Model (TAM) menerangkan bahwa niat perilaku dan perilaku individu di pengaruhi oleh persepsi kegunaan, seperti halnya dengan persepsi kegunaan terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan suatu keadaan saat seseorang mempercayai bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu bisa meningkatkan efisiensi dan

efektifitas kinerjanya. Persepsi kegunaan yang ditawarkan dalam aplikasi go-food membuat para mahasiswa saat ini banyak melakukan transaksi melalui go-food, sehingga terjadilah pemanfaatan teknologi informasi. Aplikasi ini dianggap memberikan solusi penyediaan makanan yang cepat dan efektif sehingga memberikan manfaat kepada penggunanya. Semakin tinggi persepsi manfaat yang dirasakan oleh pengguna aplikasi akan semakin meningkatkan minat perilaku dan perilaku seseorang melakukan transaksi pembelian melalui go-food. Berdasarkan paparan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

2.3.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Technology Acceptance Model (TAM) menerangkan bahwa niat perilaku dan perilaku individu di pengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan, seperti halnya dengan kemudahan penggunaan untuk melakukan pemanfaatan teknologi informasi. Kemudahan penggunaan (*ease of use*) dijelaskan sebagai sejauh mana seseorang mempercayai bahwa menggunakan atau menjalankan suatu teknologi akan bebas dari usaha (Jogiyanto, 2007).

Persepsi kemudahan penggunaan yang ditawarkan dalam aplikasi go-food membuat para mahasiswa saat ini banyak melakukan transaksi melalui go-food. Aplikasi ini dianggap mudah digunakan karena fitur-fitur yang disediakananya mudah dipahami setiap pengguna sehingga membantu mereka dalam memenuhi kebutuhan layanan antar makanan yang diinginkan. Semakin tinggi persepsi

kemudahan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi go-food akan meningkatkan minat perilaku dan perilaku seseorang melakukan transaksi pembelian melalui go-food. Berdasarkan paparan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2: Persepsi Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi.

2.3.3 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif

Perceived benefit (persepsi manfaat) merupakan nilai moneter yang diperoleh dari kumpulan manfaat psikologis, fungsional, dan ekonomi yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel, dan citra yang terlibat (Dwi, 2014). Perkembangan teknologi informasi ini dimanfaatkan masyarakat umum dalam menunjang berbagai macam aktifitas salah satunya melakukan transaksi pembelian barang dan jasa. Dengan teknologi informasi, pembeli dan penjual dapat bertransaksi tanpa harus bertemu di tempat (lokasi fisik) tertentu. Penggunaan aplikasi yang didownload pada handpone ini juga memberikan kemudahan berbelanja bagi penggunanya sehingga seringkali

Pemanfaatan teknologi informasi yang dilakukan para mahasiswa saat ini memicu adanya perilaku konsumtif yang secara tidak sadar terjadi. Hal ini sejalan dengan teori *technology acceptance model* (TAM) konstruk kegunaan persepsian dan kemudahan kegunaan persepsian dimana semakin sering memanfaatkan aplikasi go-food maka semakin tinggi perilaku seseorang melakukan transaksi sehingga terjadilah perilaku konsumtif. Dari penjelasan diatas, maka hipotesis peneltian ini adalah:

H3: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.4 Pengaruh Pemenuhan Keinginan terhadap Perilaku Konsumtif

Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku yang dilakukan. Keinginan manusia, secara alami tidak akan berakhir. Bahkan jika seseorang sudah pemenuhan keinginannya, keinginan yang lain akan datang lagi. Hal ini disebabkan karena keinginan manusia yang terpenuhi tidak akan berakhir. Pemenuhan keinginan membutuhkan konsumsi, dan ketika keinginan tersebut semakin banyak dan tidak terkendali akan membutuhkan konsumsi yang berlebihan sehingga membuat manusia memiliki perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* (TPB) konstruk sikap terhadap perilaku, dimana sikap terhadap perilaku berlandaskan dengan sejauh mana seseorang merasa bahwa perilaku itu menguntungkan atau tidak menguntungkan. Semakin seseorang merasa bahwa pemenuhan keinginan menguntungkan, maka rasa ingin pemenuhan keinginan semakin tinggi sehingga meningkatkan perilaku konsumsi untuk pemenuhan keinginan dan pada akhirnya meningkatkan berperilaku konsumtif. Dari penjelasan diatas dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H4: Pemenuhan Keinginan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.5 Pengaruh Daya Beli terhadap Perilaku Konsumtif

Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku yang dilakukan. Daya beli dapat mengarah pada fenomena perilaku konsumtif yang lebih besar. Hal ini berarti bahwa semakin

tinggi daya beli yang dimiliki seseorang membuat mereka cenderung lebih konsumtif. Saat ini, terutama di kota-kota besar, orang tua lebih mudah hati memberi anak-anak mereka uang saku. Hal ini menyebabkan seorang anak memiliki uang saku yang lebih, bahkan jauh melebihi dana yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan pokok mereka. Pemberian uang saku yang berlebih ini membuat mereka membelanjakan uang lebih banyak dan membuat mahasiswa saat ini lebih konsumtif (Pomantow et al., 2019). Hal ini selaras dengan *theory of planned behavior* (TPB) konstruk sikap terhadap perilaku, dimana sikap terhadap perilaku berlandaskan dengan sejauh mana seseorang merasa bahwa perilaku itu menguntungkan atau tidak menguntungkan. Semakin seseorang merasa bahwa daya beli yang dimilikinya menguntungkan, maka mereka lebih mudah untuk mengeluarkan uang yang dimilikinya untuk membeli barang dan jasa, sehingga perilaku konsumsinya menjadi lebih tinggi. Dari paparan tersebut, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H5: Daya Beli berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.6 Pengaruh Penggunaan Produk terhadap Perilaku Konsumtif

Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku yang dilakukan. Setiap orang memiliki perspektif sendiri tentang berapa lama produk masih bisa digunakan. Penggunaan produk merupakan proses saat individu mendapatkan suatu barang atau jasa dengan cara membeli (Hotpascaman, 2010). Semakin sering seseorang melakukan transaksi pembelian sebuah produk semakin tinggi persepsi penggunaan produk tersebut sehingga akan meningkatkan penggunaan produk-produk lain yang

memiliki kegunaan yang sama. Oleh karena itu, penggunaan produk yang tinggi membuat beberapa orang menjadi konsumtif. Karena seringkali seseorang menggunakan produk baru dengan mengganti yang produk lama padahal kegunaannya sama. Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* (TPB) konstruk sikap terhadap perilaku, dimana sikap terhadap perilaku berlandaskan dengan sejauh mana seseorang merasa bahwa perilaku itu menguntungkan atau tidak menguntungkan. Semakin seseorang merasa penggunaan produk tersebut menguntungkan, maka mereka lebih sering membeli barang untuk memperoleh manfaat yang dirasakannya sehingga perilaku konsumtifnya menjadi lebih tinggi. Dari penjelasan diatas, penelitian ini memberikan hipotesis sebagai berikut:

H6: Penggunaan Produk berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.7 Pengaruh Status Sosial terhadap Perilaku Konsumtif

Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh norma subjektif terhadap perilaku yang dilakukan. Status sosial merupakan sebuah kedudukan sosial seseorang di masyarakat yang mampu diperoleh karena pemberian atau diperoleh dengan sendirinya (otomatis) melalui usaha. Status sosial yang lebih tinggi akan mempengaruhi sebuah sikap dan rasa penghargaan yang tinggi dari masyarakat. Seseorang yang memiliki status sosial yang tinggi akan membeli produk dengan harga yang lebih tinggi. Fenomena ini terjadi karena orang dengan status sosial yang tinggi, memiliki harat yang lebih banyak (kaya) sehingga cenderung menunjukkan prestise yang berbeda dengan status lainnya (Puji, 2009).

Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* (TPB) konstruk norma subjektif, status sosial terjadi karena pengaruh interpersonal atau pengaruh yang timbul dari sekelompok orang. Semakin tinggi pengaruh kelompok berdasarkan status sosial yang dimiliki, semakin tinggi tekanan status sosial atau kelompok sehingga akan meningkatkan konsumsi yang dilakukan dan pada akhirnya akan meningkatkan perilaku konsumtif. Dari penjelasan diatas maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H7: Status Sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.8 Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup merupakan bentuk tingkah laku segolongan manusia dalam masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Dalam sisi ekonomi, gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam mengalokasikan uangnya dan bagaimana mengatur waktunya (Riadi, 2018). Gaya Hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Pada saat ini, seseorang berupaya untuk membuat dirinya menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari orang lain agar memiliki gaya hidup yang dipandang bagus oleh orang lain. Gaya hidup seseorang akan mempengaruhi cara seseorang mengalokasikan uang yang dimilikinya mempengaruhi perilaku seseorang dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh norma subjektif terhadap perilaku yang dilakukan. Semakin seseorang memiliki keinginan untuk eksis pada kelompok dengan gaya hidup tertentu, maka semakin tinggi tekanan dari orang lain sehingga semakin tinggi

potensi seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dari penjelasan diatas dapat menghasilkan hipotesis sebagai berikut:

H8: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

2.3.9 Pengaruh Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif

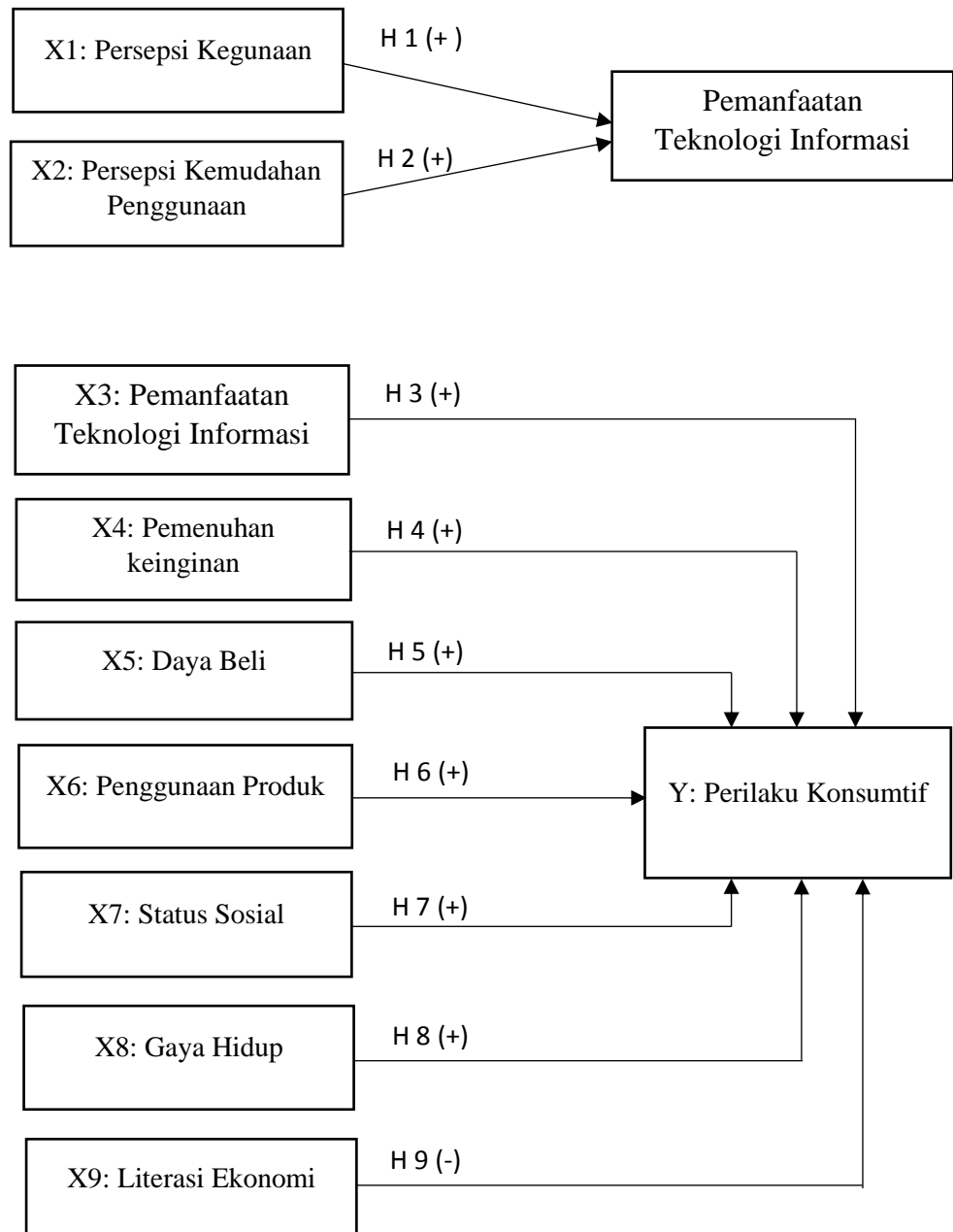
Theory of Planned Behavior menerangkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh kontrol individu terhadap perilaku yang dilakukan. (Kanserina, 2015) mengatakan seseorang yang memiliki pengetahuan tentang ekonomi dapat lebih memahami kebijakan ekonomi daripada seseorang yang kurang memiliki pemahaman mengenai literasi ekonomi. Pemahaman ekonomi yang lebih baik, memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan konsumsi seseorang, sehingga mengurangi kecenderungan seseorang untuk konsumsi diluar kebutuhan.

Pernyataan diatas dapat selaras dengan *theory planned behavior* (TPB) konstruk kontrol perilaku, dimana literasi ekonomi akan menjadi kontrol perilaku untuk tidak melakukan perilaku konsumtif. Semakin tinggi pemahaman akan literasi ekonomi membuat seseorang menjadi lebih rasional dalam melakukan konsumsinya, sehingga semakin kecil terjadinya perilaku konsumtif. Hal ini berarti bahwa literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Dari penjelasan diatas hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H9: Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

2.4.1 KERANGKA PEMIKIRAN

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 POPULASI DAN SAMPEL

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia. Hal ini disebabkan oleh banyaknya mahasiswa Universitas Islam Indonesia yang masih aktif berkuliah dan belum memiliki penghasilan tapi sering berperilaku konsumtif. Populasi yang digunakan sebanyak 28.611 berdasarkan jumlah mahasiswa aktif Universitas Islam Indonesia yang tertera dalam profil perguruan tinggi (KEMENTERIAN RISET, 2020) .

Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan *convenience sampling*. *Convenience sampling* merupakan pengambilan sampel sesuai dengan keinginan peneliti. Untuk menentukan ukuran sampel perilaku konsumtif digunakan rumus *Slovin*. Dalam penelitian ini, rumus yang digunakan untuk mencari jumlah sampel adalah:

$$n = N / \{1 + N(\alpha)^2\}$$

dimana:

n = jumlah sampel;

N = jumlah populasi;

α = batas toleransi kesalahan

$$\begin{aligned}
n &= 28.611 / \{1 + [28.611 \times (0,05)^2]\} \\
&= 28.611 / \{1 + [28.611 \times (0,0025)]\} \\
&= 28.611 / 72,53 \\
&= 394,6
\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 394,6 responden, dan yang akan dibulatkan menjadi 396 responden. Alasan peneliti menggunakan rumus *Slovin* karena populasi yang dituju terlalu besar dengan jumlah yang berubah-ubah.

3.2 METODE PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian atau sumber data yang dikumpulkan dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti (Syamsul, 2006). Data primer juga disebut dengan data tangan pertama.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan instrumen kuesioner (angket). Menurut Ferdini pada (Sugiyono, 2013), kuesioner adalah sebuah riset atau survei dengan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara memberi sekumpulan pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan pendapatnya. Kuesioner dalam penelitian ini dibagikan secara *online* dengan cara memberi seperangkat pernyataan tertulis kepada responden yang berkaitan dengan variabel-variabel yang akan diuji dalam

penelitian. Kuesioner diukur dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

1 : Sangat Tidak Setuju (STS)

2 : Tidak Setuju (TS)

3 : Setuju (S)

4 : Sangat Setuju (SS)

3.3 VARIABEL PENELITIAN

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini mengenai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif menurut (Sumantoro, 2002) dapat dijelaskan sebagai tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya mempertimbangkan dengan baik di mana seseorang tersebut tidak mendasarkan faktor kebutuhan dalam membeli suatu. Instrumen dari variabel perilaku konsumtif diambil dari penelitian (Sofia, 2017) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya sering membeli produk online saat merasa cocok.
2. Saya akan merasa marah / bingung / selalu teringat apabila saya belum membeli produk *online* yang saya inginkan.
3. Saya membeli produk melalui *online* yang saya inginkan, meskipun produk tersebut tidak terlalu penting.

4. Saya menghabiskan sebagian uang untuk membeli produk *online* yang saya inginkan.
5. Saya selalu merasa puas saat sudah membeli produk *online* yang saya inginkan.
6. Saya membeli produk *online* hampir setiap bulan karena tertarik pada produk baru atau pengaruh teman.
7. Saya membeli produk *online* sesuai dengan *trend* terkini agar terlihat keren.

3.3.5.2 Variabel Independen

3.3.2.1 Persepsi Kegunaan (X1)

Persepsi kegunaan adalah sebuah alasan seorang konsumen untuk kembali melakukan transaksi atas barang atau jasa yang pernah dibelinya. Adanya kegunaan yang cukup jelas, oleh karena itu tidak ada alasan bagi seorang konsumen untuk tidak lagi memakai jasa atau produk itu kecuali ada alasan tertentu menurut (S. Rachmawati, 2018). Instrumen dari variabel faktor persepsi kegunaan diambil dari penelitian (S. Rachmawati, 2018) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Menurut saya, keberadaan Go-Food sangat bermanfaat bagi mahasiswa.
2. Go-Food sangat berguna pada saat mendesak maupun tidak mendesak.
3. Go-Food sangat menunjang dalam hal penyediaan kebutuhan konsumsi saya.

3.3.2.2 Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

(S. Rachmawati, 2018) mengatakan bahwa faktor pendukung yang bisa mendorong konsumen untuk membeli barang atau memanfaatkan jasa tersebut kembali adalah suatu barang ataupun jasa yang memberikan kemudahan penggunaan kepada konsumen. Tentunya faktor kemudahan bagi Go-Food bukan

hal yang perlu diragukan, karena tujuan diciptakannya sebuah inovasi pesan antar makan untuk memberikan kemudahan bagi konsumen agar mendapatkan makanan yang diinginkan tanpa perlu pergi ke tempatnya langsung. Instrumen dari variabel persepsi kemudahan penggunaan diambil dari penelitian (S. Rachmawati, 2018) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya memahami cara penggunaan layanan Go-Food.
2. Menurut saya, Go-Food mudah sekali dalam hal mengoperasikannya.
3. Dalam waktu pembelajaran yang singkat, saya sudah bisa menguasai cara penggunaan layanan Go-Food.
4. Saya merasa Go-food mempermudah mahasiswa dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumsi.

3.3.2.3 Pemanfaatan Teknologi Informasi - Aplikasi Go-Food (X3)

(Dwi, 2014) mengatakan bahwa persepsi manfaat merupakan tingkatan ketika pengguna percaya, bahwa dengan menggunakan sesuatu sistem atau teknologi yang ditawarkan mereka akan merasakan manfaat yang didapat dari penggunaan sistem atau teknologi tersebut. Instrumen dari variabel pemanfaatan teknologi informasi diambil dari penelitian (S. Rachmawati, 2018) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya menggunakan aplikasi Go-food karena gratis ongkir dan potongan harga.
2. Saya menggunakan aplikasi Go-food karena diskon (Go-Pay).
3. Ongkir Go-food sesuai dengan jarak pesanan.

4. Harga pada menu aplikasi Go-food sesuai dengan budget.

3.3.2.4 Pemenuhan Keinginan (X4)

Pemenuhan keinginan tidak memiliki keharusan atau tidak bersifat mengikat untuk segera terpenuhi. Pemenuhan keinginan merupakan sifat tambahan, ketika kebutuhan pokok telah terpenuhi maka biasanya timbul keinginan menurut (Utami, 2017). Instrumen dari variabel faktor pemenuhan keinginan diambil dari penelitian (Enrico et al., 2014) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya membeli produk berdasarkan keinginan.
2. Saya membeli produk karena pengaruh iklan.

3.3.2.5 Daya Beli (X5)

Daya beli merupakan kemampuan organisasi maupun individu dalam membeli dan menggunakan barang dan jasa. Di dalam daya beli terdapat pengukuran, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya beli adalah faktor selera, pendapatan dan harga menurut (Suhardi & Herlina, 2010). Instrumen dari variabel faktor daya beli diambil dari penelitian (Enrico et al., 2014) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu

1. Saya membeli produk tanpa memikirkan keuangan yang saat ini.
2. Saya membeli produk menggunakan uang saku.

3.3.2.6 Penggunaan Produk (X6)

Penggunaan produk adalah sebuah proses individu dalam mendapatkan suatu barang atau jasa dengan cara membeli. Penggunaan produk juga merupakan

aktifitas memakai barang atau jasa demi memuaskan keinginan atau kebutuhan individu menurut (Wikipedia, 2019a). Instrumen dari variabel faktor penggunaan produk diambil dari penelitian (Enrico et al., 2014) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya membeli produk, kemudian tidak menggunakannya.
2. Saya membeli produk hanya untuk koleksi.

3.3.2.7 Status Sosial (X7)

Status sosial merupakan tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan (Wikipedia, 2019b). Instrumen dari variabel faktor status sosial diambil dari penelitian (Enrico et al., 2014) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya membeli produk dengan harga mahal karena gengsi.
2. Saya membeli produk yang digunakan oleh kalangan menengah ke atas.

3.3.2.8 Gaya Hidup (X8)

Gaya hidup adalah bagaimana cara seseorang bersikap atau berperilaku saat berhadapan dengan orang lain, dan apa yang mereka konsumsi menurut (Kanserina, 2015). Instrumen dari variabel faktor gaya hidup diambil dari penelitian (Enrico et al., 2014) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya mementingkan kualitas saat membeli produk.

2. Saya selalu mengalokasikan waktu untuk belanja.

3.3.2.9 Literasi Ekonomi (X9)

Menurut (Melina & Wulandari, 2018) literasi ekonomi merupakan suatu kondisi dimana seseorang mampu memahami permasalahan dasar ekonomi dengan baik, sehingga kegiatan ekonomi dapat dilakukan dengan benar. Instrumen dari variabel faktor literasi ekonomi diambil dari penelitian (IQOMUDIN, 2017) yang berisi pernyataan dan diukur dengan skala likert 4 poin. Item pernyataan yang digunakan, yaitu:

1. Saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan atau mementingkan skala prioritas kebutuhan.
2. Saya mengalokasikan uang dengan baik agar tidak terjadi pemborosan.

3.4 METODE ANALISIS DATA

3.4.1 Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan sebagai memberikan gambaran atau mendeskripsikan objek yang diteliti melalui data sampel populasi. Fungsi dari analisis deskriptif adalah memberikan informasi mengenai karakteristik data demografi dan variabel penelitian yang utama. Demografi responden digunakan untuk mengetahui kategori responden antara lain usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan lain-lain (Ghozali, 2018).

3.4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji yang dipakai untuk mengukur keakuratan atau valid tidaknya suatu angket (kuesioner) (Ghozali, 2018). Uji validitas diukur dengan menggunakan program SPSS dengan metode korelasi pearson dengan $\alpha=5\%$. Jika nilai signifikan per indikator didapatkan signifikansi 5%, dengan probabilitas $< 0,05$ maka dinyatakan valid.

Sedangkan uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Sebuah variabel atau konstruk dapat dikatakan reliable jika menghasilkan nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ (Ghozali, 2018).

Ketentuan yang digunakan untuk menentukan instrumen itu reliable atau tidak, adalah:

- a. Jika *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$ berarti variabel penelitian ini reliable.
- b. Jika *Cronbach Alpha* (α) $< 0,60$ berarti variabel penelitian tidak reliable.

3.4.3 Uji Asumsi Klasik

3.4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan sebagai menguji apakah residual atau variabel pengganggu memiliki distribusi yang normal dalam model regresi. Data yang baik ialah data yang berdistribusi normal dan independen. Cara untuk mendeteksi data berdistribusi normal ialah yang pertama dengan analisis grafik histogram dan grafik normal plot. Pada grafik histogram jika data dikatakan berdistribusi normal adalah dengan grafik tersebut berbentuk simetris dan tidak menceng ke kanan maupun ke

kiri. Pada grafik normal plot titik-titik menyebar mendekat di sekitar garis diagonal (Ghozali, 2018).

3.4.3.2 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (dependen). Cara paling umum yang digunakan oleh para peneliti dalam melakukan pendeteksian ada atau tidaknya problem multikolonieritas pada model regresi adalah dengan melihat nilai Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor). Nilai yang dianjurkan untuk menunjukkan tidak adanya problem multikolonieritas adalah nilai Tolerance harus > 0.10 dan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2018).

3.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan variansi residual dari pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya. Jika variansi residual dari pengamatan satu dengan pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas.

3.3.5.1 Analisis Regresi Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) analisis regresi linier berganda digunakan ketika penelitian ini terdiri dari lebih dua variabel, dimana analisis regresi berganda dipakai untuk menjawab hipotesis yang telah diajukan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu faktor-

faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam berbelanja *online*. Persamaan analisis regresi linier berganda adalah:

Persamaan I:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2$$

Keterangan:

Y = Pemanfaatan Teknologi Informasi

a = Konstanta

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien Regresi

x_1 = Persepsi Kegunaan

x_2 = Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persamaan II:

$$Y = a + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + \beta_5 x_5 + \beta_6 x_6 + \beta_7 x_7 + \beta_8 x_8 + \beta_9 x_9$$

a = Konstanta

$\beta_3 - \beta_9$ = Koefisien Regresi

x_3 = Pemanfaatan Teknologi Informasi

x_4 = Pemenuhan keinginan

x_5 = Daya Beli

x_6 = Penggunaan Produk



x_7 = Status Sosial

x_8 = Gaya Hidup

x_9 = Literasi Ekonomi

3.4.5 Pengujian Hipotesis

3.4.5.1 Uji Signifikansi Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan sebagai menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Dengan kriteria pengujian apabila nilai signifikan $< 0,05$ dan arah koefisien regresi variabel independen sesuai dengan yang diprediksi maka H_0 ditolak atau H_a didukung.

3.4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) berfungsi untuk mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) ialah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan dari variabel-variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen sangat terbatas. Namun nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2018).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 DATA PENELITIAN

Seperti yang sudah disebutkan pada bab tiga, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa kuesioner. Adapun metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *convenience sampling*. Berkaitan dengan penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian mencakup mahasiswa/mahasiswi aktif Universitas Islam Indonesia. Hasil dari pengumpulan data dalam bentuk kuesioner yang dikembalikan kepada peneliti dan telah memenuhi untuk dilakukan analisis sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	405	100%
Kuesioner yang tidak kembali	4	0,99%
Kuesioner yang kembali	401	99,01%
Kuesioner yang lengkap pengisiannya	401	100%

Sumber : Data primer diolah, 2020

Hasil dari penelitian yang dilakukan, jumlah total kuesioner yang disebar melalui *google forms* kepada responden berjumlah 405 buah (100%).

Dari 405 buah responden yang disebarakan tersebut, terdapat 401 buah (99,01%) telah diisi oleh responden dan dikembalikan kepada peneliti. Dari 401 buah kuesioner yang telah peneliti terima, terdapat 401 buah (100%) kuesioner telah diisi oleh responden dengan lengkap.

4.2 ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Responden

4.2.1.1 Jenis Kelamin

Berikut ini adalah sampel penelitian berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	194	48.4	48.4	48.4
	Perempuan	207	51.6	51.6	100.0
	Total	401	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 194 (48,4%) responden. Sisanya sebanyak 207 (51,6%) responden berjenis kelamin perempuan.

4.2.1.2 Usia

Berikut ini adalah sampel penelitian berdasarkan usia:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia Saat Ini				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-19 Tahun	61	15.2	15.2
	20-23 Tahun	332	82.8	98.0
	>23 Tahun	8	2.0	100.0
	Total	401	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini yang berusia 17-19 tahun berjumlah 61 (15,2%) responden, sedangkan responden yang berusia 20-23 tahun berjumlah 332 (82,8%) responden. Sisanya sebanyak 8 (2%) responden berusia diatas 23 tahun.

4.2.1.3 Fakultas

Berikut ini adalah sampel penelitian berdasarkan fakultas:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas

Fakultas Tempat Anda Belajar				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FBE	136	33.9	33.9
	FH	133	33.2	67.1
	Sains dan Teknologi	132	32.9	100.0
	Total	401	100.0	100.0

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini yang berkuliah di Fakultas Bisnis dan Ekonomika berjumlah 136 (33,9%) responden, sedangkan yang berkuliah di Fakultas Hukum berjumlah 133 (33,2%) responden. Sisanya sebanyak 132 (32,9%) responden berkuliah di bidang Sains dan Teknologi (FK, FMIPA, FTSP, FTI).

4.2.1.4 Pekerjaan Orang Tua

Berikut ini adalah sampel penelitian berdasarkan pekerjaan orang tua:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua

Pekerjaan Orang Tua					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	PNS	115	28.7	28.7	28.7
	TNI / Polri	13	3.2	3.2	31.9
	Wiraswasta	141	35.2	35.2	67.1
	Pensiunan	31	7.7	7.7	74.8
	Lain-lain	101	25.2	25.2	100.0
	Total	401	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini yang merupakan anak PNS berjumlah 115 (28,7%) responden, anak TNI/Polri berjumlah 13 (3,2%) responden, anak pengusaha/wiraswasta berjumlah 141 (35,2%) responden, sedangkan anak pensiunan berjumlah 31 (7,7%) responden. Sisanya sebanyak 101 (25,2%) responden dengan pekerjaan orang tua jenis lain-lain.

4.2.1.5 Uang saku

Berikut ini adalah sampel penelitian berdasarkan uang saku:

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku

Uang Saku Perbulan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp. 1.000.000	86	21.4	21.4	21.4
Rp. 1.000.000 - 2.000.000	215	53.6	53.6	75.1
> Rp. 2.000.000	100	24.9	24.9	100.0
Total	401	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden penelitian ini yang memiliki uang saku kurang dari 1.000.000 berjumlah 86 (21,5%) responden, sedangkan yang memiliki uang saku antara 1.000.000-2.000.000 berjumlah 215 (53,6%) responden. Sisanya sebanyak 100 (24,9%) responden memiliki uang saku lebih dar 2.000.000.

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 4.7
Karakteristik Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kegunaan	401	1	4	3.24	1.988
Persepsi Kemudahan Penggunaan	401	1	4	2.94	2.053
Pemanfaatan Teknologi Informasi	401	1	4	3.19	2.405

Pemenuhan keinginan	401	1	4	3.22	1.348
Daya Beli	401	1	4	2.34	1.520
Penggunaan produk	401	1	4	1.16	1.392
Status Sosial	401	1	4	2.43	1.471
Gaya hidup	401	1	4	3.29	1.204
Literasi Ekonomi	401	1	4	2.88	1.186
Perilaku Konsumtif	401	1	4	2.61	4.908
Valid N (listwise)	401				

Sumber: Data primer diolah, 2020

1. Variabel perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 18.29 dan nilai standar deviasi sebesar 4.908. Dari data variabel perilaku konsumtif diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel perilaku konsumtif dinyatakan homogen.
2. Variabel persepsi kegunaan (X1) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 9.73 dan nilai standar deviasi sebesar 1.988. Dari data variabel perilaku kegunaan diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel persepsi kegunaan dinyatakan homogen.
3. Variabel persepsi kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 11.77 dan nilai standar deviasi sebesar 2.053. Dari data variabel persepsi kemudahan penggunaan diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel kemudahan penggunaan dinyatakan homogen.
4. Variabel pemanfaatan teknologi informasi (X3) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*)

sebesar 12.78 dan nilai standar deviasi sebesar 2.405. Dari data variabel pemanfaatan teknologi informasi diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel pemanfaatan teknologi informasi dinyatakan homogen.

5. Variabel pemenuhan keinginan (X4) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 6.45 dan nilai standar deviasi sebesar 1.348. Dari data variabel pemenuhan keinginan diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel pemenuhan keinginan dinyatakan homogen.
6. Variabel daya beli (X5) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar .469 dan nilai standar deviasi sebesar 1.520. Dari data variabel daya beli diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel daya beli dinyatakan homogen.
7. Variabel penggunaan produk (X6) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4.66 dan nilai standar deviasi sebesar 1.392. Dari data variabel penggunaan produk diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel penggunaan produk dinyatakan homogen.
8. Variabel status sosial (X7) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4.86 dan

nilai standar deviasi sebesar 1.471. Dari data variabel status sosial diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel status sosial dinyatakan homogen.

9. Variabel gaya hidup (X8) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 6.58 dan nilai standar deviasi sebesar 1.204. Dari data variabel gaya hidup diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel gaya hidup dinyatakan homogen.

10. Variabel literasi ekonomi (X9) memiliki nilai minimum sebesar 1 dan nilai maksimum 4. Dengan ditunjukkan nilai rata-rata (*mean*) sebesar 5.76 dan nilai standar deviasi sebesar 1.186. Dari data variabel literasi ekonomi diketahui memiliki nilai rata-rata (*mean*) lebih besar dari pada standar deviasinya. Maka variabel literasi ekonomi dinyatakan homogen.

4.3 HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

4.3.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu alat ukur untuk mengukur pernyataan-pernyataan yang digunakan peneliti dapat diakui valid atau tidak dalam membuktikan variabel penelitian. Validitas adalah ukuran yang dapat menunjukkan seberapa jauh instrumen pengukuran mampu mengukur apa yang ingin diukur (Ghozali, 2018). Berikut adalah tabel uji validitas pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8**Hasil Uji Validitas**

No.	Variabel	r tabel	Pearson Correlation	Keterangan
1	Butir 1 (X1)	0.1381	0.766	VALID
2	Butir 2 (X1)	0.1381	0.793	VALID
3	Butir 3 (X1)	0.1381	0.821	VALID
4	Butir 4 (X2)	0.1381	0.601	VALID
5	Butir 5 (X2)	0.1381	0.624	VALID
6	Butir 6 (X2)	0.1381	0.626	VALID
7	Butir 7 (X2)	0.1381	0.676	VALID
8	Butir 8 (X3)	0.1381	0.766	VALID
9	Butir 9 (X3)	0.1381	0.806	VALID
10	Butir 10 (X3)	0.1381	0.738	VALID
11	Butir 11 (X3)	0.1381	0.825	VALID
12	Butir 12 (X4)	0.1381	0.865	VALID
13	Butir 13 (X4)	0.1381	0.863	VALID
14	Butir 14 (X5)	0.1381	0.864	VALID
15	Butir 15 (X5)	0.1381	0.868	VALID
16	Butir 16 (X6)	0.1381	0.879	VALID
17	Butir 17 (X6)	0.1381	0.866	VALID
18	Butir 18 (X7)	0.1381	0.857	VALID

19	Butir 19 (X7)	0.1381	0.873	VALID
20	Butir 20 (X8)	0.1381	0.867	VALID
21	Butir 21 (X8)	0.1381	0.832	VALID
22	Butir 22 (X9)	0.1381	0.870	VALID
23	Butir 23 (X9)	0.1381	0.823	VALID
24	Butir 24 (Y)	0.1381	0.575	VALID
25	Butir 25 (Y)	0.1381	0.785	VALID
26	Butir 26 (Y)	0.1381	0.810	VALID
27	Butir 27 (Y)	0.1381	0.832	VALID
28	Butir 28 (Y)	0.1381	0.469	VALID
29	Butir 29 (Y)	0.1381	0.827	VALID
30	Butir 30 (Y)	0.1381	0.774	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2020

4.3.1.1 Validitas Persepsi Kegunaan (X1)

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X1 (Persepsi Kegunaan) adalah butir 1 sampai 3. Ketiga butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Persepsi Kegunaan > 0.1381. Sehingga, dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kegunaan dalam penelitian ini valid.

4.3.1.2 Validitas Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X2 (Persepsi Kemudahan Penggunaan) adalah butir 4 sampai 7. Keempat butir

pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini valid.

4.3.1.3 Validitas Pemanfaatan Teknologi Informasi

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X3 (Pemanfaatan Teknologi Informasi) adalah butir 8 sampai 11. Keempat butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian valid.

4.3.1.4 Validitas Pemenuhan keinginan

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X4 (Pemenuhan keinginan) adalah butir 12 sampai 13. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Pemenuhan keinginan > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel pemenuhan keinginan dalam penelitian valid.

4.3.1.5 Validitas Daya beli

Pada tabel diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X5 (Daya Beli) adalah butir 14 sampai 15. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Daya Beli > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel daya beli dalam penelitian valid.

4.3.1.6 Validitas Penggunaan Produk

Dari data diatas bisa dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X6 (Penggunaan Produk) adalah butir 16 sampai 17. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Penggunaan Produk > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel penggunaan produk dalam penelitian ini valid.

4.3.1.7 Validitas Status Sosial

Pada tabel diatas dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X7 (Status Sosial) adalah butir 18 sampai 19. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Status Sosial > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel status sosial dalam penelitian ini valid.

4.3.1.8 Validitas Gaya Hidup

Pada tabel diatas dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X8 (Gaya Hidup) adalah butir 20 sampai 21. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Gaya Hidup > 0.1381 . Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel gaya hidup dalam penelitian ini valid.

4.3.1.9 Validitas Literasi Ekonomi

Pada tabel diatas dilihat bahwa yang termasuk dalam variabel X9 (Literasi Ekonomi) adalah butir 22 sampai 23. Kedua butir pernyataan dikatakan valid, karena koefisien dari *Pearson Correlation* variabel Literasi Ekonomi > 0.1381 .

Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel literasi ekonomi dalam penelitian ini valid.

4.3.2 Uji Reliabilitas

4.3.2.1 Reliabilitas Persepsi Kegunaan (X1)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel persepsi kegunaan, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas X1

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	3

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,703 > 0,6$ sehingga variabel Persepsi Kegunaan dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel persepsi kegunaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.2 Reliabilitas Persepsi Kemudahan Penggunaan (X2)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel persepsi kemudahan penggunaan, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas X2

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

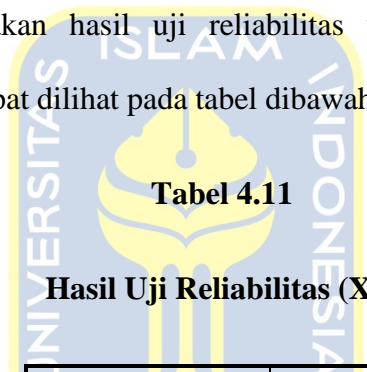
,603	4
------	---

Sumber: Data primer diolah,2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,603 > 0,6$ sehingga variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel persepsi kemudahan penggunaan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.3 Reliabilitas Pemanfaatan Teknologi Informasi (X3)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel pemanfaatan teknologi informasi, dapat dilihat pada tabel dibawah:



Tabel 4.11

Hasil Uji Reliabilitas (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	4

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,790 > 0,6$ sehingga variabel Pemanfaatan Teknologi Informasi dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel pemanfaatan teknologi informasi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.4 Reliabilitas Pemenuhan keinginan (X4)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel pemenuhan keinginan, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas (X4)

Cronbach's Alpha	N of Items
,661	2

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,661 > 0,6$ sehingga variabel Pemenuhan keinginan dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel pemenuhan keinginan dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.5 Reliabilitas Daya Beli (X5)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel daya beli, dapat dilihat pada tabel dibawah:



Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas (X5)

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	2

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,668 > 0,6$ sehingga variabel Daya Beli dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel daya beli dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.6 Reliabilitas Penggunaan Produk (X6)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel penggunaan produk, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.14

Hasil Uji Reliabilitas (X6)

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	2

Sumber: Data primer diolah,2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,686 > 0,6$ sehingga variabel Penggunaan Produk dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel penggunaan produk dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.7 Reliabilitas Status Sosial (X7)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel status sosial, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.15

Hasil Uji Reliabilitas (X7)

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	2

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,665 > 0,6$ sehingga variabel Status Sosial dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel status sosial dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.8 Reliabilitas Gaya Hidup (X8)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel gaya hidup, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.16

Hasil Uji Reliabilitas (X8)

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	2

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,614 > 0,6$ sehingga variabel Gaya Hidup dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel gaya hidup dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.3.2.9 Reliabilitas Literasi Ekonomi (X9)

Berikut merupakan hasil uji reliabilitas untuk variabel literasi ekonomi, dapat dilihat pada tabel dibawah:

Tabel 4.17

Hasil Uji Reliabilitas (X9)

Cronbach's Alpha	N of Items
,604	2

Sumber: Data primer diolah, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa hasil reliabilitas sebesar $0,604 > 0,6$ sehingga variabel Literasi Ekonomi dikatakan reliabel. Tingkat reliabilitas variabel literasi ekonomi dalam penelitian ini termasuk dalam kategori tinggi.

4.4 HASIL UJI ASUMSI KLASIK

4.4.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan residual terdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk menguji normalitas data.

Tabel 4.18

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		401
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,35203349
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,024
	Negative	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z		1,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,222

a. Test distribution is Normal.

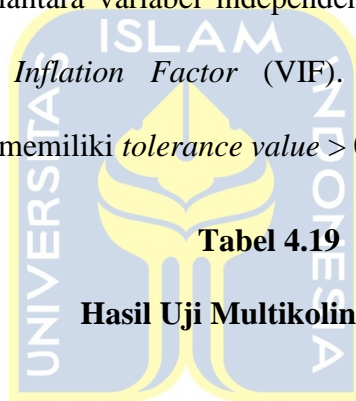
b. Calculated from data.

Sumber: Data primer diolah, 2020

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada tabel 4.18 yang menunjukkan nilai kolmogorov smirnov Z yaitu 1,048 dan probabilitas dari Unstandardized Residual 0,222. Dikatakan normal apabila probabilitas adalah diatas 5% atau 0,05. Karena $0,222 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independen (Ghozali, 2018). Dalam model regresi yang baik, sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dapat dilihat dari *Tolerance Value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)*. Model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu memiliki *tolerance value* $> 0,10$ atau $VIF < 10$.



Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-3,983	1,564		-2,547	,011		
Persepsi Kegunaan	,288	,143	,117	2,017	,044	,357	2,798
Persepsi Kemudahan Penggunaan	,551	,146	,230	3,781	,000	,321	3,112
Pemanfaatan Teknologi 1 Informasi	,245	,119	,120	2,064	,040	,352	2,842
Pemenuhan keinginan	,355	,154	,097	2,305	,022	,668	1,497
Daya Beli	,719	,134	,223	5,363	,000	,692	1,446
Penggunaan produk	,359	,146	,102	2,455	,015	,693	1,443
Status Sosial	,693	,132	,208	5,261	,000	,764	1,308
Gaya hidup	,306	,147	,075	2,084	,038	,917	1,090

Literasi Ekonomi	-.497	.148	-.120	-3,365	.001	.937	1,067
------------------	-------	------	-------	--------	------	------	-------

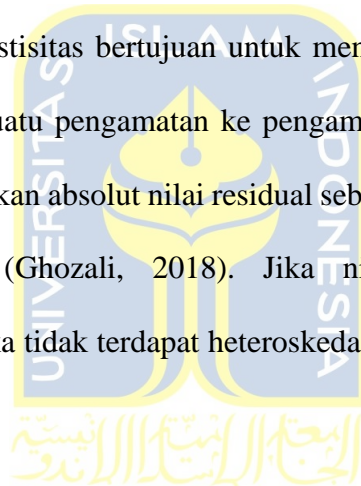
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari hasil tabel 4.19 menunjukkan hasil uji multikolinieritas dimana nilai nilai *tolerance value* semua variabel memiliki nilai lebih dari 0,10 dan memiliki VIF kurang dari 10, hal ini menunjukkan bahwa pada model regresi tersebut tidak ada multikolinieritas.

4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi perbedaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2018). Uji Glejser yaitu meregresikan absolut nilai residual sebagai variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2018). Jika nilai probabilitas signifikansi variabelnya $> 0,05$ maka tidak terdapat heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 4.20

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.429	3.232		2.608	.009
	Persepsi Kegunaan	-.065	.295	-.018	-.219	.827
	Persepsi Kemudahan Penggunaan	.114	.301	.033	.378	.706
	Pemanfaatan Teknologi Informasi	.163	.246	.056	.665	.507

Pemenuhan keinginan	-.578	.318	-.110	-1.818	.070
Daya Beli	.506	.277	.109	1.825	.069
Penggunaan produk	-.159	.302	-.031	-.525	.600
Status Sosial	-.531	.272	-.111	-1.948	.052
Gaya hidup	-.551	.304	-.094	-1.813	.071
Literasi Ekonomi	.048	.305	.008	.157	.876

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari hasil tabel 4.20 tersebut dapat dilihat bahwa semua variabel menunjukkan hasil probabilitas signifikansi lebih dari 0,05 yang berarti tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

4.5 HASIL PENGUJIAN REGRESI LINEAR BERGANDA

Tabel 4.21

Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	2.124	.470		.000
Persepsi Kegunaan	.583	.051	.482	.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.424	.049	.362	.000

a. Dependent Variable: Pemanfaatan Teknologi Informasi

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 hasil analisis regresi linear berganda didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Pemanfaatan Teknologi Informasi} = 2,124 + 0,583X_1 + 0,424X_2$$

Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-4.282	1.594		.008
Pemanfaatan Teknologi Informasi	.650	.079	.319	.000
Memenuhi Keinginan	.682	.134	.187	.000
Daya Beli	.835	.133	.259	.000
Penggunaan produk	.551	.141	.156	.000
Status Sosial	.806	.133	.241	.000
Gaya hidup	.381	.150	.093	.011
Literasi Ekonomi	-.529	.150	-.128	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 hasil analisis regresi linear berganda didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Perilaku Konsumtif} = -4,282 + 0,650X_3 + 0,682X_4 + 0,835X_5 + 0,551X_6 + 0,806X_7 + 0,381X_8 - 0,529X_9$$

4.6 PENGUJIAN HIPOTESIS

4.6.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018). Hasil uji koefisien determinasi variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, pemanfaatan teknologi informasi, pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan

produk, status sosial gaya hidup dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.583	.581	1.556

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 terlihat bahwa hasil R^2 menunjukkan nilai sebesar 0,583 yang berarti variabel pemanfaatan teknologi informasi dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kegunaan (X1), persepsi kemudahan penggunaan (X2).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713 ^a	.508	.499	3.474

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Teknologi Informasi, Pemenuhan Keinginan, Daya Beli, Status Sosial, Gaya hidup, Literasi Ekonomi

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel terlihat bahwa hasil R^2 menunjukkan nilai sebesar 0,508 yang berarti variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel pemanfaatan teknologi informasi (X3), pemenuhan keinginan (X4), daya beli (X5), penggunaan produk (X6), status sosial (X7), gaya hidup (X8) dan literasi ekonomi (X9) sebesar 0,508 atau 50,8%, sedangkan sisanya yaitu 49,2% dijelaskan oleh faktor lain selain model tersebut.

4.6.2 Hasil Uji Statistik T

Uji T bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu. Jika t hitung $> t$ tabel atau nilai probabilitas signifikansi < 0.05 , maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan kata lain bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23

Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.124	.470		4.517	.000
Persepsi Kegunaan	.583	.051	.482	11.519	.000
Persepsi Kemudahan Penggunaan	.424	.049	.362	8.648	.000

a. Dependent Variable: Pemanfaatan Teknologi Informasi

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Persepsi Kegunaan (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 11.519 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis kesatu diterima dan H_0 ditolak, artinya persepsi kegunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Maka, hipotesis pertama yang menyatakan “ H_1 : Persepsi Kegunaan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi” diterima.
- b. Persepsi Kemudahan penggunaan (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 8.648 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan

hipotesis kedua diterima dan H_0 ditolak, artinya persepsi kemudahan penggunaan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Maka, hipotesis kedua yang menyatakan “H2: Persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi” diterima.

Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-4.282	1.594		-2.686	.008
Pemanfaatan Teknologi Informasi	.650	.079	.319	8.206	.000
Memenuhi Keinginan	.682	.134	.187	5.087	.000
Daya Beli	.835	.133	.259	6.273	.000
Penggunaan produk	.551	.141	.156	3.910	.000
Status Sosial	.806	.133	.241	6.072	.000
Gaya hidup	.381	.150	.093	2.541	.011
Literasi Ekonomi	-.529	.150	-.128	-3.526	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.23 dapat dijelaskan sebagai berikut:

- c. Pemanfaatan teknologi informasi (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 8.206 dan probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis ketiga diterima dan H_0 ditolak, artinya pemanfaatan teknologi informasi secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis ketiga yang menyatakan “H3: Pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.

- d. Pemenuhan keinginan (X4) diperoleh nilai t hitung sebesar 5.087 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis keempat diterima dan H_0 ditolak, artinya pemenuhan keinginan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis keempat yang menyatakan “H4: Pemenuhan keinginan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.
- e. Daya beli (X5) diperoleh nilai t hitung sebesar 6.273 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis kelima diterima dan H_0 ditolak, artinya daya beli secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis kelima yang menyatakan “H5: Daya beli berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.
- f. Penggunaan Produk (X6) diperoleh nilai t hitung sebesar 3.910 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis keenam diterima dan H_0 ditolak, artinya penggunaan produk secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis keenam yang menyatakan “H6: Penggunaan produk berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.
- g. Status Sosial (X7) diperoleh nilai t hitung sebesar 6.072 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis ketujuh diterima dan H_0 ditolak, artinya status sosial secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis ketujuh yang menyatakan “H7: Status sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.

- h. Gaya Hidup (X8) diperoleh nilai t hitung sebesar 2.541 dan nilai probabilitas $0.011 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis kedelapan diterima dan H_0 ditolak, artinya gaya hidup secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis kedelapan yang menyatakan “H8: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif” diterima.
- i. Literasi Ekonomi (X9) diperoleh nilai t hitung sebesar -3.526 dan nilai probabilitas $0.000 < 0.05$. Sehingga dapat dikatakan hipotesis kesembilan diterima dan H_0 ditolak, artinya literasi ekonomi secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Maka, hipotesis ketiga yang menyatakan “H9: Literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif” diterima.

4.7 PEMBAHASAN HASIL UJI HIPOTESIS

4.7.1 Pengaruh Persepsi Kegunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kesatu yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 11.519 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis kesatu (H1) pada penelitian ini yang mengatakan, persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (S. Rachmawati, 2018), persepsi kegunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi persepsi kegunaan yang didapat dari aplikasi Go-Food, maka semakin tinggi juga pemanfaatan teknologi informasi.

Pemanfaatan teknologi informasi - aplikasi Go-Food cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya persepsi seseorang yang menganggap bahwa penggunaan aplikasi semakin bermanfaat dan mendukung pemenuhan kebutuhan atau keinginan (S. Rachmawati, 2018).

4.7.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap pemanfaatan teknologi informasi. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 8.648 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis kedua (H2) pada penelitian ini yang mengatakan, persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (S. Rachmawati, 2018), persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi persepsi kemudahan penggunaan yang didapat dari aplikasi Go-Food, maka semakin tinggi juga pemanfaatan teknologi informasinya.

Pemanfaatan teknologi informasi - aplikasi Go-Food cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya persepsi seseorang yang menganggap bahwa penggunaan aplikasi semakin mudah digunakan dan mendukung pemenuhan kebutuhan atau keinginan (S. Rachmawati, 2018).

4.7.3 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis ketiga yang menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 8.206 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis ketiga (H3) pada penelitian ini yang mengatakan, pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Hidayatullah et al., 2018), pemanfaatan teknologi informasi berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi seseorang memanfaatkan aplikasi Go-Food, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya persepsi seseorang yang menganggap bahwa pemanfaatan teknologi informasi semakin mendukung pemenuhan kebutuhan atau keinginan (Hidayatullah et al., 2018).

4.7.4 Pengaruh Pemenuhan keinginan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa variabel pemenuhan keinginan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 5.087 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis keempat (H4) pada penelitian ini yang mengatakan, pemenuhan keinginan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Enrico et al., 2014), pemenuhan keinginan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi seseorang ingin pemenuhan keinginan, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya seseorang memiliki hasrat untuk pemenuhan keinginan semakin mendukung terpenuhinya kebutuhan atau keinginan (Enrico et al., 2014).

4.7.5 Pengaruh Daya Beli Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kelima yang menunjukkan bahwa variabel daya beli berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 6.273 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis kelima (H5) pada penelitian ini yang mengatakan, daya beli berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Enrico et al., 2014), daya beli berpengaruh positif terhadap Perilaku

Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi seseorang memiliki tingkat daya, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya kemampuan daya beli yang dimiliki seseorang, semakin mendukung pemenuhan kebutuhan atau keinginan (Enrico et al., 2014).

4.7.6 Pengaruh Penggunaan Produk Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis keenam yang menunjukkan bahwa variabel penggunaan produk berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3.910 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis keenam (H6) pada penelitian ini yang mengatakan, penggunaan produk berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Enrico et al., 2014), penggunaan produk berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi intensitas penggunaan produk, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya seseorang menggunakan produk yang beragam, semakin mendukung pemenuhan keinginan (Enrico et al., 2014).

4.7.7 Pengaruh Status Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis ketujuh yang menunjukkan bahwa variabel status sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 6.072 dan nilai

probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis ketujuh (H7) pada penelitian ini yang mengatakan, status sosial berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Enrico et al., 2014), status sosial berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi status sosial, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya persepsi status sosial seseorang (Enrico et al., 2014). Seseorang dengan penghasilan tinggi dapat dipandang bahwa memiliki status sosial yang tinggi. Sebaliknya, seseorang dengan penghasilan rendah maka status sosialnya rendah.

4.7.8 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kedelapan yang menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar 2.541 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.011 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis kedelapan (H8) pada penelitian ini yang mengatakan, gaya hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Enrico et al., 2014), gaya hidup berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin meningkat, sejalan dengan semakin tingginya persepsi seseorang yang menganggap bahwa gaya hidup perlu dilakukan untuk mendukung pemenuhan kebutuhan atau keinginan (Enrico et al., 2014).

4.7.9 Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari data yang sudah diolah, hipotesis kesembilan yang menunjukkan bahwa variabel literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Pada tabel 4.23 mengenai hasil uji Statistik T, diperoleh nilai t-hitung sebesar -3.526 dan nilai probabilitas signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$. Maka, bisa disimpulkan, bahwa hipotesis kesembilan (H9) pada penelitian ini yang mengatakan, literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif diterima.

Dari hasil penelitian ini, serupa dengan penelitian yang sudah dilakukan oleh (Marganingsih & Pelipa, 2019), literasi ekonomi berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumtif diterima. Hal ini berarti, semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya.

Perilaku konsumtif cenderung semakin menurun, sejalan dengan semakin tingginya literasi seseorang yang menganggap bahwa pemenuhan kebutuhan lebih penting dari pemenuhan keinginan (Marganingsih & Pelipa, 2019).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa pengaruh TAM dan faktor-faktor lain nya mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Dengan jumlah sampel 401 dari Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Adapun kesimpulan hasil dari penelitian ini, yaitu:

1. Persepsi Kegunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Hal ini berarti, semakin seseorang menerapkan persepsi kegunaan, maka semakin tinggi pemanfaatan teknologi informasi.
2. Persepsi Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Pemanfaatan Teknologi Informasi. Hal ini berarti, semakin seseorang memanfaatkan persepsi kemudahan penggunaan, maka semakin tinggi pemanfaatan teknologi informasi.
3. Pemanfaatan Teknologi Informasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin seseorang menerapkan pemanfaatan teknologi informasi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terjadi.
4. Pemenuhan keinginan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin seseorang melakukan pemenuhan keinginan, maka tinggi semakin perilaku konsumtif terjadi.

5. Daya beli memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin seseorang memiliki daya beli yang tinggi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terjadi.
6. Penggunaan produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin tinggi penggunaan produk seseorang, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terjadi.
7. Status sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin tinggi status sosial seseorang, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terjadi.
8. Gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terjadi.
9. Literasi ekonomi memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini berarti, semakin tinggi literasi ekonomi seseorang, maka semakin rendah perilaku konsumtif terjadi.

5.2 KETERBATASAN PENELITIAN

Peneliti memiliki beberapa keterbatasan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya mampu menjelaskan variabel perilaku konsumtif sebesar 0,534 atau 53,4% oleh variabel kegunaan, kemudahan penggunaan, pemanfaatan teknologi informasi, pemenuhan keinginan, daya beli, penggunaan produk, status sosial, gaya hidup, dan literasi ekonomi.

Sedangkan sisanya yaitu 46,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian.

2. Penelitian ini hanya menggunakan sampel sejumlah 401 responden dalam cakupan mahasiswa Universitas Islam Indonesia saja.

5.3 SARAN

1. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang memungkinkan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, sehingga penjelasan variabel perilaku konsumtif oleh variabel independen semakin kuat.
2. Peneliti selanjutnya dapat memperluas cakupan penggunaan sampel dengan menambah responden dari universitas lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Davis, F. D. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. *Management, Ph.D.*(January 1985), 291. <https://doi.org/oclc/56932490>
- Dwi, I. P. R. (2014). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG INTERNET BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking di Indonesia). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI MANFAAT, KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KREDIBILITAS TERHADAP MINAT PENGGUNAAN BERULANG INTERNET BANKING DENGAN SIKAP PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris: Nasabah Layanan Internet Banking Di Indonesia)*, 3(2), 888–897.
- Enrico, A., Aron, R., & Oktavia, W. (2014). The Factors that Influenced Consumptive Behavior: A Survey of University Students in Jakarta. *SSRN Electronic Journal*, 4(1), 1–6. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2357953>
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). *HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA (STUDI PADA SISWA KELAS XI SMA TRIMURTI SURABAYA)*. 01.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartiyani, S. B., Mintasih, I., & Muhammad, S. (2017). *Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*. 1–14. Retrieved from <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/ptn/article/view/11269>
- Hidayat, T. B. W., Punia, I. N., & Kebayantini, N. L. N. (2018). *Peran Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Kaum Remaja Di Desa Tegal Kertha, Kecamatan Denpasar Barat, Kota Denpasar*. 1(1), 1–10.
- Hidayatullah, S., Waris, A., Devianti, R. C., Sari, S. R., Wibowo, I. A., & Pw, P. M. (2018). *Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food*. 6, 240–249.
- Hotpascaman. (2010). *Hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja*.
- IQOMUDIN, M. A. (2017). *Pengaruh Literasi Ekonomi, Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga Dan Latar Belakang Sosial- Ekonomi Orang Tua Terhadap Pengambilan Keputusan Berkonsumsi Pada Mahasiswa Pendidikan Ips Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*. Andi.
- Kanserina, D. (2015). *PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI UNDIKSHA 2015*. 5(1). Retrieved from

<https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPE/article/viewFile/5213/3943>

KBBI. (n.d.). penggunaan. Retrieved from <https://kbbi.web.id/guna>

KEMENTERIAN RISET, T. D. P. T. (2020). Grafik Jumlah Mahasiswa Aktif*

Berdasarkan Jenis Kelamin. Retrieved from

<https://forlap.ristekdikti.go.id/mahasiswa/homegraphjk>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing Management*.

Liñán, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development and Cross-Cultural Application of

a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions. *Development Dialogue*, (56), 35–39.

Marc, A., Francis, B., & Daniel, K. (2010). *Complex Systems Design & Management*.

Marganingsih, A., & Pelipa, E. D. (2019). PENGARUH LITERASI EKONOMI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA STKIP PERSADA KHATULISTIWA SINTANG. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonom*, 4.

Retrieved from <http://jurnal.stkipersada.ac.id/jurnal/index.php/JPE>

Melina, A., & Wulandari, S. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi STKIP YPM Bangko. *Scientific Journals of Economic Education*, 2(1), 141–152.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Nurjanah, S., Ilma, R. Z., & Article, H. (2018). *Effect of Economic Literacy and Conformity on Student Consumptive Behaviour*. 13(2), 198–207.

<https://doi.org/10.15294/dp.v13i2.18330>

O'Brien, J. a. (2004). *Management Information Systems: Managing Information Technology in the Business Enterprise*. North America: McGraw-Hill.

Onggo, B. J. (2007). *Google is My Salesman*. Bandung: PT Syamil Cipta Media.

Pomantow, R. A. P., Tumbuan, W. J. F. A., Loindong, S. S. R., Manajemen, J., Sam, U., & Manado, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Daya Beli Bahan Bakar jenis Pertalite. *Jurnal EMBA*, 7(1), 521–530.

Puji, R. (2009). *Sosiologi 2: untuk SMA/MA Kelas XI*. Retrieved from http://opac.salatigakota.go.id/ucs/index.php?p=show_detail&id=34049

Rachmawati, A. L. (2019). *Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pda Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar)*. 1(1).

Rachmawati, S. (2018). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMANFAATAN GO-FOOD (STUDI KASUS PADA MAHASISWA UII)*. Universitas Islam Indonesia.

Riadi, M. (2018). Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup. Retrieved from Kajianpustaka.com website: <https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-mempengaruhi-gaya-hidup.html>

Sina, P. G. (2012). Analisis Literasi Ekonomi. *Jurnal Economia*, 8(2), 135–143.

<https://doi.org/10.21831/economia.v8i2.1223>

Sofia, M. (2017). *Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. 4(1), 1–15.

Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Suhardi, A., & Herlina. (2010). Pengaruh Daya Beli Masyarakat Terhadap Nilai Penjualan Ikan Lele Di Desa Ganjaran Kecamatan Pagelaran Kabupaten Pringsewu. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8 No 1(1), 40–47. Retrieved from <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmk/article/view/290/pdf>

Sumantoro. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan. Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi. (Cet. 1)*. Bandung: Alfabeta.

Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi : Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Syamsul, H. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Akuntansi dan Keuangan*. Yogyakarta: Ekonisia.

Tambunan, T. T. H. (2001). *Perekonomian Indonesia : teori dan temuan empiris / Tulus T.H. Tambunan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Utami, N. W. (2017). Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan. Retrieved from <https://www.jurnal.id/id/blog/2017-pengertian-kebutuhan-keinginan-dan-perbedaannya/>

Wahyudi. (2013). *TINJAUAN TENTANG PERILAKU KONSUMTIF REMAJA PENGUNJUNG MALL SAMARINDA CENTRAL PLAZA*. 1(4), 26–36.

Wikipedia. (2019a). Produk. Retrieved from
https://id.wikipedia.org/wiki/Produk#cite_note-1

Wikipedia. (2019b). Status Sosial. Retrieved from
https://id.wikipedia.org/wiki/Status_sosial



LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

I. Identitas Responden

Mohon dijawab pertanyaan dibawah ini dengan memberi silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Saudara/i.

Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

Usia Saat Ini:

- 17 – 19 Tahun
- 20 – 23 Tahun
- > 23 tahun



Fakultas Saat Ini:

- FBE
- FH
- Sains dan Teknologi

Pekerjaan Orangtua :

- PNS
- TNI/Polri
- Pengusaha/Wiraswasta
- Pensiunan

- Lain-Lain

Uang Saku :

- < 1.000.000
- 1.000.000-2.000.000
- > 2.000.000

II. Petunjuk pengisian

Jawablah pernyataan dibawah ini dengan dasar penilaian ssb:

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Setuju (S)
4. Sangat Setuju (SS)

III. Pengisian Kuesioner

Perilaku Konsumtif

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya sering membeli produk online saat merasa cocok.				
Saya akan merasa marah / bingung / selalu teringat apabila saya belum membeli produk online yang saya inginkan.				
Saya membeli produk <i>online</i> yang saya inginkan, meskipun produk tersebut tidak terlalu penting.				

Saya menghabiskan sebagian uang untuk membeli produk <i>online</i> yang saya inginkan.				
Saya merasa puas saat sudah membeli produk <i>online</i> yang saya inginkan.				
Saya membeli produk <i>online</i> hampir setiap bulan karena tertarik pada produk baru atau pengaruh teman.				
Saya membeli produk <i>online</i> sesuai dengan <i>trend</i> terkini agar terlihat keren.				

Persepsi Kegunaan

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Menurut saya, keberadaan Go-Food sangat bermanfaat bagi mahasiswa.				
Go-Food sangat berguna pada saat mendesak maupun tidak mendesak.				
Go-Food sangat menunjang dalam hal penyediaan kebutuhan konsumsi saya.				

Persepsi Kemudahan Penggunaan

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya memahami cara penggunaan layanan Go-Food.				

Menurut saya, Go-Food mudah sekali dalam hal mengoperasikannya.				
Dalam waktu pembelajaran yang singkat, saya sudah bisa menguasai cara penggunaan layanan Go-Food.				
Saya merasa Go-food mempermudah mahasiswa dalam hal pemenuhan kebutuhan konsumsi.				

Pemanfaatan teknologi informasi

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya menggunakan aplikasi Go-food karena gratis ongkir dan potongan harga.				
Saya menggunakan aplikasi Go-food karena diskon (Go-Pay).				
Ongkir Go-food sesuai dengan jarak pesanan.				
Harga pada menu aplikasi Go-food sesuai dengan budget.				

Pemenuhan Keinginan

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya membeli produk berdasarkan keinginan.				
Saya membeli produk karena pengaruh iklan.				

Daya Beli

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya membeli produk tanpa memikirkan keuangan yang saat ini.				
Saya membeli produk menggunakan uang saku.				

Penggunaan Produk

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya membeli produk, kemudian tidak menggunakannya.				
Saya membeli produk hanya untuk koleksi.				

Status Sosial

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya membeli produk dengan harga mahal karena gengsi.				
Saya membeli produk yang digunakan oleh kalangan menengah ke atas.				

Gaya Hidup

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya mementingkan kualitas saat membeli produk.				
Saya selalu mengalokasikan waktu untuk belanja.				

Literasi Ekonomi

Pernyataan	STS	TS	S	SS
Saya membeli produk sesuai dengan kebutuhan atau mementingkan skala prioritas kebutuhan.				
Saya mengalokasikan uang dengan baik agar tidak terjadi pemborosan.				

Lampiran 2: Rangkuman Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia Saat Ini	Pekerjaan Orang Tua	Fakultas Tempat Anda Belajar	Uang Saku Perbulan
1	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
2	Laki-Laki	> 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
3	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	< 1.000.000
4	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000

5	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
6	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000
7	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
8	Laki-Laki	> 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
9	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
10	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
11	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
12	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
13	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
14	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
15	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000

16	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
17	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
18	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
19	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
20	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
21	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
22	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	< 1.000.000
23	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
24	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	< 1.000.000
25	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
26	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000

27	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	> 2.000.000
28	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
29	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000
30	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	> 2.000.000
31	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
32	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
33	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	< 1.000.000
34	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
35	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	< 1.000.000
36	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
37	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000

38	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
39	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
40	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
41	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
42	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
43	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
44	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
45	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
46	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
47	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
48	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000

49	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
50	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
51	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
52	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
53	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
54	Laki-Laki	> 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
55	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
56	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
57	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
58	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
59	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000

60	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
61	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
62	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
63	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
64	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
65	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
66	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000
67	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
68	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
69	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
70	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000

71	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
72	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
73	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
74	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
75	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	< 1.000.000
76	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
77	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
78	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
79	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
80	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
81	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000

82	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
83	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
84	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
85	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
86	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
87	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
88	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
89	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
90	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
91	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
92	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000

93	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta		1.000.000 – 2.000.000
94	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS		< 1.000.000
95	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000
96	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
97	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
98	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
99	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
100	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FBE	< 1.000.000
101	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
102	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
103	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000

104	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
105	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
106	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
107	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
108	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
109	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
110	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
111	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
112	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
113	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
114	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000

115	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
116	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
117	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
118	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
119	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
120	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
121	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
122	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
123	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
124	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
125	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000

126	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
127	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
128	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
129	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
130	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
131	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
132	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
133	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
134	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
135	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
136	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000

137	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	< 1.000.000
138	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
139	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FH	1.000.000 – 2.000.000
140	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000
141	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
142	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	< 1.000.000
143	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
144	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
145	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
146	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
147	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000

148	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
149	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
150	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
151	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
152	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
153	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
154	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
155	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
156	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
157	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
158	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000

159	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
160	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
161	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
162	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
163	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
164	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
165	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
166	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
167	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
168	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
169	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000

170	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
171	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
172	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
173	Laki-Laki	> 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
174	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
175	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
176	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
177	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
178	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
179	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
180	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000

181	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
182	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
183	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
184	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
185	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
186	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
187	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
188	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
189	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
190	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
191	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	> 2.000.000

192	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	< 1.000.000
193	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
194	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
195	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
196	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
197	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
198	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	1.000.000 – 2.000.000
199	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
200	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
201	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
202	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000

203	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pensiunan	FH	1.000.000 – 2.000.000
204	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FH	1.000.000 – 2.000.000
205	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
206	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
207	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
208	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
209	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
210	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
211	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
212	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
213	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	1.000.000 – 2.000.000

214	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
215	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
216	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
217	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
218	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
219	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
220	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
221	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
222	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
223	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
224	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
225	Perempuan	3	PNS	FBE	> 2.000.000

226	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
227	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
228	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
229	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
230	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
231	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
232	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
233	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
234	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
235	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
236	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000

237	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	< 1.000.000
238	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
239	Perempuan	17 – 19 Tahun	TNI/Polri	FH	1.000.000 – 2.000.000
240	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
241	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	< 1.000.000
242	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
243	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	< 1.000.000
244	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
245	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
246	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
247	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000

248	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
249	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	< 1.000.000
250	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
251	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
252	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
253	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
254	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	> 2.000.000
255	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
256	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
257	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
258	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000

259	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
260	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
261	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
262	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
263	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
264	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
265	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
266	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
267	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
268	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
269	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000

270	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
271	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
272	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
273	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
274	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
275	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	> 2.000.000
276	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
277	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000
278	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
279	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
280	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000

281	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
282	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
283	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
284	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
285	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
286	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
287	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
288	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
289	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
290	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FBE	> 2.000.000
291	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000

292	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
293	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	< 1.000.000
294	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	< 1.000.000
295	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
296	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
297	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
298	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
299	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
300	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
301	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
302	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000

303	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
304	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
305	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
306	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
307	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
308	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
309	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
310	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
311	Laki-Laki	> 23 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
312	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
313	Laki-Laki	> 23 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000

314	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
315	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
316	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
317	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
318	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
319	Perempuan	17 – 19 Tahun	TNI/Polri	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
320	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
321	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
322	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
323	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
324	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000

325	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
326	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
327	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
328	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
329	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
330	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
331	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
332	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FBE	1.000.000 – 2.000.000
333	Laki-Laki	> 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
334	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
335	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000

336	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
337	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
338	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
339	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
340	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
341	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
342	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
343	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
344	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	> 2.000.000
345	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
346	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000

347	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000
348	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
349	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
350	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
351	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
352	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
353	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
354	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
355	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
356	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pensiunan	FH	< 1.000.000
357	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000

358	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
359	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
360	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	< 1.000.000
361	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
362	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
363	Perempuan	20 – 23 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
364	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pensiunan	FH	< 1.000.000
365	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FH	1.000.000 – 2.000.000
366	Perempuan	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
367	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
368	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000

369	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
370	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
371	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FH	1.000.000 – 2.000.000
372	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
373	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
374	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	1.000.000 – 2.000.000
375	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FH	1.000.000 – 2.000.000
376	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FH	> 2.000.000
377	Perempuan	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
378	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
379	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000

380	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
381	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FH	> 2.000.000
382	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000
383	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
384	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	1.000.000 – 2.000.000
385	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
386	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000
387	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	PNS	FBE	1.000.000 – 2.000.000
388	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
389	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
390	Perempuan	17 – 19 Tahun	PNS	FMIPA, FTSP, FTI	< 1.000.000

391	Laki-Laki	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
392	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pensiunan	FMIPA, FTSP, FTI	1.000.000 – 2.000.000
393	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FMIPA, FTSP, FTI	> 2.000.000
394	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	> 2.000.000
395	Perempuan	17 – 19 Tahun	Pensiunan	FBE	1.000.000 – 2.000.000
396	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FBE	1.000.000 – 2.000.000
397	Perempuan	17 – 19 Tahun	Lain-Lain	FBE	< 1.000.000
398	Perempuan	20 – 23 Tahun	TNI/Polri	FBE	1.000.000 – 2.000.000
399	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lain-Lain	FBE	> 2.000.000
400	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Pengusaha / Wiraswasta	FBE	1.000.000 – 2.000.000
401	Laki-Laki	20 – 23 Tahun	Lan-Lain	FBE	> 2.000.000

Lampiran 3: Hasil Data Kuesioner

Variabel Y

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7
1	1	1	1	1	1	1
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	1	3	2	4	1	1
3	1	1	1	3	1	2
4	3	2	3	3	3	1
2	4	4	2	2	2	3
3	1	1	1	2	1	2
4	3	2	3	4	3	1
4	3	1	4	4	4	2
4	3	2	2	4	2	2
3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	4	2	3
4	2	2	3	4	2	3
4	1	2	1	3	1	1
3	2	2	3	4	1	2
4	2	3	3	4	4	2
1	2	1	1	2	1	1
2	4	3	3	3	4	3
4	2	1	2	4	1	1
3	2	3	2	3	2	3
2	1	2	2	3	1	2
2	3	3	3	2	3	3
4	1	2	2	3	2	3
3	1	2	2	3	2	2
4	1	1	1	4	1	1
2	1	1	1	2	1	2
3	2	2	2	3	1	2
4	1	1	1	3	1	1
3	2	2	3	4	2	2
3	2	2	2	3	1	1
3	4	2	2	3	1	1
4	2	2	3	3	2	1
3	1	1	1	4	1	1
2	2	1	1	1	1	1
3	1	4	3	4	4	2

3	1	1	2	3	1	1
3	3	3	4	3	3	3
4	1	2	3	4	1	1
2	2	1	1	3	2	4
4	1	1	1	3	1	3
4	3	2	3	4	2	2
4	3	1	3	4	1	2
2	1	1	2	3	1	1
4	1	3	1	4	2	2
3	2	2	3	3	2	2
4	4	2	2	4	3	3
3	4	3	3	4	3	2
3	2	2	2	2	2	2
3	3	2	1	3	2	2
3	1	2	2	4	1	3
3	3	2	2	4	3	3
2	1	1	1	2	1	2
3	3	3	3	4	3	2
1	1	1	2	2	1	1
1	1	1	2	2	1	1
4	4	4	4	3	4	3
4	3	4	4	4	2	2
4	3	1	3	3	3	3
3	1	2	2	3	1	1
3	3	2	1	3	1	3
1	1	1	1	1	1	1
3	2	3	3	3	3	2
1	3	1	1	3	2	4
3	3	3	1	4	2	1
4	3	4	4	4	2	3
4	2	3	2	4	2	2
4	1	3	3	3	3	2
4	2	3	3	3	2	3
3	1	2	2	3	1	2
4	2	1	2	4	1	2
3	1	1	2	2	3	2
4	3	1	4	4	3	1
4	2	3	2	4	2	2
4	3	3	3	4	3	3
1	1	1	1	4	1	1
4	3	2	2	3	3	3
4	2	3	2	3	2	2
1	1	1	1	3	1	1
4	2	2	1	3	1	1
2	3	3	3	2	3	3
3	2	3	2	3	3	2
3	3	2	4	4	2	2
4	1	2	2	2	3	1

4	4	4	4	3	2	1
3	1	3	2	2	2	2
4	1	1	1	4	1	1
4	3	4	4	4	2	2
3	2	3	2	3	1	1
2	2	1	1	3	1	1
3	4	4	4	4	4	4
3	3	3	2	4	2	2
3	1	4	2	4	3	1
3	1	1	1	4	2	1
4	2	3	2	3	1	1
4	2	2	3	2	2	2
3	2	2	2	3	2	2
3	3	2	1	4	1	2
2	2	3	2	2	2	3
4	2	2	1	4	1	2
4	3	4	4	4	3	2
4	1	1	1	4	3	2
1	1	1	1	4	1	1
2	2	2	2	3	2	2
4	2	1	2	3	2	2
3	1	2	1	2	1	1
4	2	3	2	2	2	2
4	1	4	4	3	4	2
3	2	2	2	4	1	3
2	1	2	1	4	1	2
3	2	3	3	3	2	2
1	1	1	1	1	1	1
3	1	1	1	4	1	1
2	3	3	4	2	4	4
3	2	2	3	3	3	3
3	1	2	2	4	1	1
4	2	3	3	4	2	2
3	3	3	4	4	3	3
3	3	1	1	4	2	1
3	2	3	2	3	2	2
4	3	4	2	4	1	1
2	1	2	3	3	1	3
4	2	2	3	3	1	1
4	4	4	4	4	4	4
4	1	2	2	3	1	3
3	2	2	1	2	2	2
3	1	3	2	3	2	2
4	4	4	4	4	3	3
2	1	1	2	3	1	1
3	3	2	2	3	2	3
3	3	3	3	3	3	2
1	1	1	1	1	1	1

4	1	2	1	3	1	1
3	3	3	2	4	4	2
4	3	2	2	4	1	1
4	2	3	4	4	2	4
3	1	3	3	3	1	2
3	4	3	3	4	3	3
2	2	1	1	2	1	1
3	2	2	2	3	2	2
3	4	2	2	3	3	3
3	3	4	4	4	1	1
3	2	3	2	3	2	2
2	1	1	1	4	1	1
3	2	1	1	3	1	2
3	1	1	1	4	1	1
4	1	2	1	3	1	1
4	3	2	1	4	2	3
4	3	4	3	3	4	3
4	3	2	2	4	2	2
4	3	2	2	4	2	2
3	1	2	2	3	1	1
3	1	1	1	2	1	1
4	2	3	2	2	4	1
4	4	2	2	3	3	2
3	3	3	2	3	1	1
4	1	2	3	3	2	2
3	2	1	3	3	2	3
3	2	2	2	3	2	2
2	3	2	1	3	2	1
2	1	1	1	2	2	2
4	3	3	4	4	2	3
3	1	1	1	3	2	2
3	1	1	1	2	2	1
3	1	2	1	3	1	1
4	1	2	1	4	1	1
4	2	3	2	3	3	3
3	2	1	1	2	1	2
4	1	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4
4	2	1	1	3	1	3
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4
3	1	2	2	3	1	1
4	2	2	3	3	2	1
3	1	2	1	3	1	1
4	2	2	2	4	2	2

2	1	1	1	2	1	2
4	2	2	2	4	3	3
4	2	1	1	3	3	1
4	1	1	2	4	1	1
3	2	3	1	3	2	3
3	1	3	1	3	1	1
3	2	2	2	3	2	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	4
4	2	3	3	3	2	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3
4	1	2	1	3	1	1
4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	3	2	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
1	2	1	2	2	1	1
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	1	2	2	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	2	3	1	3	2	1
4	3	3	4	3	4	4
4	1	1	1	3	1	1
4	2	2	2	4	2	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	2	2	3	3	2	1
4	3	3	4	3	3	3
4	1	2	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	1	1	4	1	2

3	2	3	3	3	2	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3
3	2	1	3	3	1	1
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	2
4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	3	3
4	4	3	3	3	1	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
2	1	1	1	3	2	1
3	2	3	3	3	3	3
4	2	3	3	4	3	2
4	3	3	4	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4
1	2	2	2	3	1	2
3	4	4	4	3	2	2
2	2	3	2	3	2	3
2	2	2	3	3	2	2
3	2	3	2	3	2	2
4	2	4	4	4	4	4
3	2	2	2	4	1	1
3	2	3	3	3	2	2
3	1	1	1	2	1	1
4	2	3	2	3	3	2
4	1	3	1	3	2	2
2	2	1	1	3	1	1
3	2	2	2	3	2	2
2	2	2	2	3	2	1
3	1	1	1	2	1	1
2	1	1	1	3	1	1
4	3	3	4	4	4	4
1	4	1	1	1	1	1
4	2	2	1	4	1	1
3	1	2	2	3	1	1
3	3	3	4	3	4	3
4	4	1	1	4	1	1

4	3	4	3	4	4	2
3	1	3	2	2	1	1
2	2	2	1	3	2	2
4	2	3	3	4	2	2
4	4	4	3	4	2	3
4	3	2	2	4	4	3
3	1	1	1	2	1	1
2	1	1	1	3	1	1
4	2	3	2	3	3	3
4	1	3	2	4	4	2
4	1	2	2	3	1	1
4	2	4	2	3	1	2
4	3	2	2	4	4	3
4	2	1	2	3	2	1
3	3	2	2	3	2	4
3	2	1	1	2	1	1
3	3	3	3	3	2	2
3	3	1	1	3	1	1
4	2	4	2	4	1	4
3	2	2	2	3	2	4
3	2	2	2	3	2	4
3	2	2	2	3	2	4
3	4	4	3	3	2	2
4	2	2	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	3	1	1
3	3	3	4	4	2	4
4	1	1	1	4	1	1
4	4	4	4	4	4	4
3	1	2	3	3	2	1
2	4	1	2	2	3	4
4	3	3	2	4	3	3
1	1	1	4	2	3	1
4	3	3	2	4	3	4
4	3	1	4	3	3	3
3	2	3	2	4	2	3
4	3	4	2	2	3	2
3	2	1	1	4	2	1
3	3	2	2	2	2	3
4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	4	4	3
4	4	3	4	3	4	3
3	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	4	3
3	4	2	4	3	3	4
3	4	4	3	3	3	4

2	3	2	4	1	2	4
4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	3	2	1
4	3	4	4	4	4	3
2	2	3	3	2	2	2
2	1	2	1	4	2	1
2	1	2	1	4	1	1
2	1	1	1	4	1	1
2	2	1	1	2	1	1
2	1	3	3	3	3	3
3	1	1	1	4	1	1
4	3	3	3	3	3	3
2	1	1	2	2	1	1
3	3	3	3	4	3	3
3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2
3	3	3	3	4	3	3
4	2	2	3	2	2	2
4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
2	2	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	3	3
4	3	3	3	2	3	3
1	2	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	2	2
4	1	3	1	4	2	1
3	3	3	3	4	3	3
2	1	2	1	4	1	2
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	4	3	3
4	1	1	1	2	1	1
4	2	2	2	4	2	2
4	3	3	3	4	3	3
4	4	3	2	4	2	2
4	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	4	3	3
4	4	2	4	4	4	1
4	4	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4
2	2	3	3	3	4	3
2	3	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3
2	3	3	3	4	3	3
1	3	2	3	3	3	3

3	2	2	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	4	3	2
3	2	3	3	3	1	2
2	3	3	2	2	3	2
2	2	3	3	2	3	2
4	3	4	4	3	4	3
2	4	3	3	2	4	3
2	3	2	1	3	2	3
2	3	1	3	2	4	3
2	2	2	1	4	1	1
3	4	2	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4
1	4	1	4	1	4	1
3	4	3	4	3	4	3
3	4	3	4	3	4	3
1	2	1	3	4	3	4
1	1	1	1	1	1	1
1	2	1	2	1	2	1
3	4	4	3	1	3	3
1	1	1	1	1	1	1
3	3	4	4	3	3	3
3	4	3	4	4	3	4
3	2	2	2	2	2	3
4	3	4	3	1	1	1

Variabel X

X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X4.1	X4.2
1	1	1	4	3	3	3	4	3	3	4	1	1
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	4	3
4	2	3	4	1	1	2	1	1	1	2	4	4
4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
3	4	4	3	2	3	4	4	4	2	4	3	3
3	3	3	3	2	2	3	2	2	1	2	3	4
4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	4	2
2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	3
4	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	2	1	3	4	3	2	3	4	3
4	4	3	4	2	1	3	4	3	2	3	4	4
2	4	4	2	3	1	3	4	3	3	4	2	2
4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	2	1
4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	4
1	2	2	3	1	1	3	3	3	1	4	2	1
2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4
4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	1	4	1
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	4
1	1	3	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3
4	3	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	2
4	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	2
4	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	1	2
1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3
3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	4
4	3	3	4	2	1	3	3	3	2	3	4	2
3	3	3	3	2	1	2	3	2	2	3	3	3
2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	4	2	4
3	4	3	3	4	1	4	4	4	4	3	3	3
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3
2	2	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3
2	1	1	4	3	1	4	3	4	3	3	1	1
3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3
1	2	2	3	3	1	4	3	4	3	4	3	2
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3
4	1	2	4	1	1	2	1	2	1	2	4	3
3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3
4	1	3	4	1	2	2	1	2	1	3	4	4
4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	2
3	4	2	3	4	1	2	4	2	4	2	3	4
4	4	4	4	4	1	4	1	2	2	2	4	4
4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	2
4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	1	3	3	2	1	3	1	3	1	3	3
3	4	3	3	4	1	3	4	3	4	3	3	3
4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	1	1
3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1
4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	1
3	4	3	3	4	1	3	4	3	4	3	3	4

3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4
2	4	3	2	3	1	4	4	4	3	3	2	4
1	3	3	1	3	1	2	3	2	3	3	1	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1
4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	3
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	1
4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	4	4
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4
3	1	1	3	1	2	1	2	2	2	1	3	3
4	2	4	4	4	1	4	2	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3
4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	4	4
4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4
3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	2	3	4
2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	1
4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2
2	3	3	2	3	1	2	3	2	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3
4	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	4
2	4	4	2	3	1	3	4	3	3	4	2	4
4	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2	4	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3
3	3	4	3	3	1	4	3	4	3	4	3	3
3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	2	3	3
4	4	2	4	4	2	3	4	3	4	2	4	3
3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4
4	2	4	4	3	1	3	2	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	1	4	2	2	2	3	3	3
4	2	4	4	4	1	3	2	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	4
2	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	4
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4
3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	1
4	2	3	4	3	1	3	2	3	3	3	4	2
3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4

4	2	4	4	4	1	4	2	4	4	4	4	3
3	2	3	3	4	1	3	2	3	4	3	3	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	2
1	3	3	1	4	2	2	3	2	4	3	1	3
4	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2
3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3
3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	3	4	2	2	3	4	3	2	3	4	4
3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	3
2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	3
4	4	2	4	3	2	2	4	2	3	2	4	3
3	4	3	3	4	1	3	4	3	4	3	3	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2
2	2	3	2	3	1	3	2	3	3	3	2	4
3	4	3	3	4	2	2	4	2	4	3	3	4
3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4
4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	4	1	2	3	2	4	4	4	3
3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4
3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	2
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3
2	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	2	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
1	4	4	1	4	1	3	4	3	4	4	1	4
4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	4
2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3
3	4	4	3	3	1	3	4	3	3	4	3	3
4	4	3	4	4	1	2	4	2	4	3	4	2
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
1	3	2	1	3	1	2	3	2	3	2	1	3
4	2	1	4	2	2	1	2	1	2	1	4	3
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2
3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3
4	3	3	4	1	2	2	3	2	1	3	4	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4
3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	4
3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3

3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	1	3	4	3	3	4	4	3
2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4
2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3
4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4
4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3
4	3	2	4	3	1	3	3	3	3	2	4	3
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4
4	4	2	4	3	3	2	4	2	3	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	4	2	3	4	1	2	4	2	4	2	3	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	3	4
2	2	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	4
4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3
2	4	4	2	3	2	4	4	4	3	4	2	4
1	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	1	3
4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4	4	4
2	4	4	2	4	1	3	4	3	4	4	2	2
2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	4
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3
3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3

3	4	2	3	3	1	2	4	2	3	2	3	4
4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	1
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3
4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
4	3	4	4	2	2	2	3	2	2	4	4	3
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
3	2	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	2	3	4
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	4	3
4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	2
3	4	4	3	3	2	4	4	4	3	4	3	3
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4

4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4
3	3	1	3	4	3	4	3	4	4	1	3	4
3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
4	4	3	4	2	1	3	4	3	2	3	4	3
4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4
1	3	3	1	3	1	3	3	3	3	3	1	3
3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3
2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	3
3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	3	4
3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4
2	4	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2
1	1	1	4	3	2	4	2	3	2	4	3	
1	1	1	4	3	1	3	1	3	3	3	4	2
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4
1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	1	1
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3
1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4
2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4
3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2
4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4
2	3	3	2	2	1	3	3	3	2	3	2	4
2	1	2	4	2	1	1	3	1	2	2	4	4
3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	3	1	2	4	2	3	4	4	2
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4
2	3	4	2	3	1	4	3	4	3	4	2	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	2	2	3	2	1	3	2	3	2	2	3	4
3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3
3	3	2	3	4	1	2	3	2	4	2	3	3
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3

4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	2	3	3	1	2	3	2	3	2	3	4
3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	1
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4
1	2	2	1	1	2	4	2	4	1	2	1	4
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
1	2	4	1	3	4	2	2	2	3	4	1	2
4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	1
2	3	4	2	4	3	2	3	2	4	4	2	4
4	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	4	4
4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	4	4	3
4	3	4	4	2	3	4	3	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4
3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
3	4	2	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3
4	3	2	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4
4	1	2	4	4	4	3	1	3	4	2	4	3
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	2
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4
3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4
4	2	4	4	2	1	2	2	2	2	4	4	2
4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	2
2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2
3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
2	4	4	2	4	1	4	4	4	4	4	2	2
3	1	3	3	2	3	2	1	2	2	3	3	2
4	3	3	4	3	1	2	3	2	3	3	4	3
2	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3	2	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	2	2	4	3	3	2	2	2	3	2	4	4
3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2
4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3

4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2
4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	4	1
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2
4	2	4	4	4	1	3	2	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	2
1	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	1	3
4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4
3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
2	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	4
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	4	4	3
4	1	1	4	3	3	1	1	1	3	1	4	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	1	2	4
4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1
4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	4
3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2
1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2
1	1	2	1	2	3	3	1	3	2	2	1	4
1	3	2	1	3	2	1	3	1	3	2	1	2
4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	4	4	2
2	3	3	2	1	1	3	3	3	1	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	3
3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1
3	4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	3	3
1	1	1	3	4	3	4	1	1	1	1	1	1
3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	1
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3
1	3	4	1	4	1	4	3	4	4	4	3	4

3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
2	4	4	2	4	1	3	4	3	4	4	2	3

X5.1	X5.2	X6.1	X6.2	X7.1	X7.2	X8.1	X8.2	X9.1	X9.2
2	4	3	3	2	1	4	4	3	4
3	2	3	4	3	2	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
1	2	3	2	3	3	4	3	4	1
1	3	1	4	3	4	4	3	4	2
4	3	4	4	3	4	4	3	3	3
2	1	3	3	2	2	3	4	3	1
1	1	2	3	1	3	4	2	4	3
3	3	3	3	2	3	4	3	3	3
1	4	1	1	3	3	4	3	4	2
2	1	1	2	3	3	4	3	4	1
3	3	2	4	3	2	4	3	4	3
4	3	4	1	4	1	4	4	4	3
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
4	3	3	1	4	2	4	3	4	1
3	4	3	2	3	1	4	2	4	1
1	3	1	3	1	3	4	2	4	3
1	4	1	4	1	4	3	4	3	2
1	4	1	3	1	2	4	4	4	1
1	2	2	4	2	4	4	4	4	3
2	2	2	4	2	4	3	4	4	4
1	1	1	2	2	3	2	4	3	2
3	2	3	2	4	3	1	3	1	4
3	2	2	2	1	4	3	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	3	3
2	4	1	3	1	3	4	4	4	3
3	2	3	1	3	1	1	4	2	4
1	2	2	3	2	3	3	3	4	2
2	1	1	1	1	3	4	4	4	2
1	3	1	3	1	1	4	4	4	1
1	1	2	2	1	3	4	2	4	1
3	1	2	3	1	2	4	3	3	4
1	1	1	2	1	2	4	4	4	1
2	1	1	2	2	2	4	3	4	4
1	2	2	1	2	3	4	3	3	1
1	1	1	1	2	2	3	2	4	2
2	2	1	2	2	2	4	3	4	1
2	2	1	1	1	1	4	3	4	3
1	4	1	2	1	1	4	4	2	2
4	2	1	2	3	2	4	2	4	2
1	1	1	2	1	1	4	3	4	1

4	2	2	2	3	3	3	3	3	1
1	1	1	1	1	2	4	4	4	1
2	1	2	1	4	2	4	3	3	1
1	3	2	4	1	3	4	3	4	2
2	1	2	1	2	1	4	3	4	1
4	2	1	3	2	1	4	4	4	1
2	1	1	2	2	3	4	1	3	2
2	3	2	1	2	2	4	4	4	1
2	3	2	1	2	4	3	3	3	1
3	1	2	2	4	3	4	3	4	4
3	1	4	1	4	1	4	4	3	1
2	2	2	1	2	1	3	3	3	3
2	4	3	3	4	3	4	3	3	1
1	4	2	2	1	3	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	3	4	2	1
2	3	1	3	2	1	4	3	4	2
2	1	2	2	2	3	4	4	3	1
1	3	3	2	1	2	4	3	4	1
1	1	3	2	1	3	4	4	4	2
4	3	3	2	4	2	4	4	3	2
3	1	2	1	3	1	4	2	4	3
2	1	1	3	2	2	3	3	3	3
1	4	1	1	1	2	4	4	3	2
1	3	1	1	2	1	4	4	4	2
1	3	1	4	1	3	4	2	4	1
2	1	2	4	3	2	4	4	2	3
2	3	3	1	3	2	4	2	2	1
2	1	2	2	2	4	4	2	4	3
3	2	3	2	3	4	3	3	3	1
2	3	2	1	2	3	4	4	4	1
2	3	2	3	2	2	3	3	3	4
2	3	2	1	2	1	4	3	3	2
2	2	2	3	2	1	3	3	3	3
2	1	1	4	2	3	3	1	4	1
1	2	2	3	1	1	1	3	4	1
1	1	1	3	1	1	4	3	4	1
2	2	1	3	2	4	3	4	2	3
3	1	3	2	4	2	3	4	3	2
2	3	1	1	1	3	1	4	4	2
1	2	1	1	1	3	4	3	4	2
2	3	2	1	2	2	2	3	2	2
1	1	2	3	2	2	3	3	4	3
2	3	1	3	3	2	4	4	4	2
3	2	3	1	4	4	2	2	2	1
2	1	2	2	1	2	4	4	3	1
3	2	3	3	2	3	4	4	3	3
1	3	1	1	2	1	4	4	3	3
3	2	3	2	3	2	3	4	3	2

3	3	3	3	3	2	4	3	3	3
1	1	1	3	1	1	1	3	4	1
2	4	1	2	2	1	4	3	4	3
1	1	2	2	3	3	4	3	2	2
1	1	1	4	1	2	3	2	4	1
4	3	2	3	4	4	4	3	4	1
1	2	2	1	1	2	3	4	4	3
2	2	2	4	3	4	3	2	4	3
1	4	1	3	1	2	3	3	4	2
1	3	1	1	1	1	3	2	3	3
3	1	2	4	2	4	4	4	2	2
3	1	2	3	3	2	4	4	3	2
1	2	1	4	2	1	4	3	4	1
1	2	1	1	3	4	4	3	4	2
1	2	1	3	2	2	4	4	3	1
2	3	3	2	1	2	4	4	3	1
1	4	2	2	1	1	2	4	4	4
1	2	1	2	2	2	2	2	4	2
2	3	2	3	2	3	3	3	3	3
2	1	3	2	1	2	4	2	4	2
2	1	1	4	1	1	3	3	4	1
2	2	3	1	2	4	4	4	4	2
1	2	1	1	1	1	4	4	1	2
2	1	1	2	4	4	4	4	3	1
2	2	2	1	1	1	4	4	4	4
2	1	2	2	3	1	4	4	3	1
2	2	2	3	1	2	1	1	4	3
1	1	2	4	1	2	3	3	4	3
4	2	4	2	3	1	1	3	1	1
2	2	2	2	3	2	3	2	3	2
1	1	2	3	1	4	3	2	3	2
1	3	1	2	1	2	4	3	4	1
4	2	4	1	4	1	3	4	3	2
1	1	2	3	1	3	4	4	4	4
2	2	1	2	1	3	4	3	3	1
1	3	2	2	1	1	4	4	4	1
2	3	2	3	4	4	4	4	4	2
1	2	1	3	1	3	4	2	4	3
4	3	3	1	3	2	3	3	3	1
1	1	1	3	1	3	3	4	4	4
2	2	2	4	2	4	3	4	3	3
2	4	2	2	2	1	3	4	3	1
2	1	1	2	4	2	4	4	4	2
1	2	1	4	1	2	4	3	4	3
2	1	2	2	2	3	3	4	3	2
2	4	2	2	2	3	4	3	3	2
2	1	3	3	3	4	1	1	3	1
1	3	4	4	1	2	4	4	3	1

3	3	3	1	3	1	3	3	3	1
1	1	1	2	3	2	4	2	4	4
2	1	2	3	3	4	4	3	4	1
2	3	2	1	2	2	3	4	3	2
3	3	2	2	3	2	4	3	3	2
2	2	1	3	1	3	4	3	3	3
1	1	1	2	1	1	4	3	4	1
3	4	1	3	3	1	4	1	4	2
1	2	1	3	1	2	4	3	4	3
2	2	2	3	2	2	3	4	3	1
1	4	1	1	3	4	4	4	4	1
2	3	2	2	3	3	4	4	3	4
1	2	1	2	1	3	4	3	4	1
1	1	2	4	2	1	4	4	4	2
1	2	2	3	2	2	3	2	3	1
3	1	3	1	4	2	4	3	3	3
2	1	1	1	3	4	4	3	4	1
2	3	1	1	3	2	4	4	4	2
2	3	2	2	2	1	4	3	4	3
1	3	1	2	2	1	1	2	4	1
1	3	2	4	1	1	4	3	3	2
3	1	2	2	3	1	4	4	4	1
2	1	2	2	1	1	3	3	3	1
2	2	2	2	2	3	4	4	3	1
1	4	1	1	3	2	4	3	4	1
2	3	2	3	2	2	4	4	3	2
1	1	2	2	1	2	4	4	3	4
1	2	1	3	4	1	2	2	4	2
2	2	1	2	1	2	4	2	4	2
2	3	1	1	4	2	4	2	4	1
1	1	1	2	1	2	2	2	4	1
1	3	1	2	2	3	3	3	4	4
1	1	1	1	1	3	4	3	4	3
3	1	3	3	3	2	2	3	3	1
4	1	1	1	2	1	3	3	3	2
1	1	3	1	1	1	4	3	3	2
4	2	4	2	4	4	4	2	4	2
2	2	1	2	2	1	2	4	4	2
4	1	4	3	4	1	4	3	4	2
4	4	4	1	4	1	4	2	4	2
4	2	4	4	4	1	4	3	4	2
4	4	4	4	4	2	4	4	4	2
4	4	4	1	4	1	4	3	4	1
1	4	1	4	1	4	4	2	3	1
1	4	2	4	1	4	4	4	4	3
1	4	1	4	2	1	2	2	4	1
2	1	2	4	2	4	4	3	4	2
2	2	1	4	3	4	4	4	3	4

3	1	1	2	2	4	4	4	4	1
1	2	1	2	1	4	4	4	4	4
1	1	1	2	1	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
1	2	3	1	1	3	3	3	2	4
1	1	1	2	2	1	3	3	4	4
3	2	3	1	3	2	4	3	4	1
3	1	3	1	3	1	3	4	4	2
3	2	2	3	3	2	4	2	3	1
3	3	3	3	3	1	4	4	3	2
3	3	3	2	3	2	4	3	4	1
2	2	2	3	1	1	2	3	3	3
3	3	3	3	3	1	4	3	4	3
4	3	3	3	2	2	4	3	4	1
3	1	3	3	3	3	4	3	4	2
3	3	3	3	3	3	4	3	4	1
2	3	2	2	2	3	3	3	3	2
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
2	2	1	3	2	1	4	4	4	2
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	2	3	4	4	3	4	3
1	2	1	3	2	3	1	2	4	1
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	2	3	2	4	3	4	4
3	2	3	3	3	3	4	3	4	3
2	3	2	3	2	3	4	3	4	3
3	3	3	1	3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	1	3	3	3	3	4	3	3	3
1	3	2	3	2	2	4	3	3	2
3	3	3	2	3	3	4	2	4	3
3	3	2	3	1	3	4	3	4	3
2	2	1	3	1	3	4	3	4	1
3	3	3	3	3	2	4	3	4	3
3	1	3	3	3	3	4	2	4	3
2	2	2	3	2	3	4	3	3	3
3	3	3	1	3	3	4	3	4	2
1	3	1	2	2	1	3	3	3	3
2	2	3	3	4	4	4	3	4	3
3	3	3	3	3	1	4	3	4	3
3	1	3	2	3	2	3	3	3	2
4	4	3	3	3	3	3	4	3	4
3	3	3	2	3	3	4	3	4	1
3	3	3	4	3	3	4	3	4	2
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
1	3	1	3	1	2	1	3	4	3
2	3	1	3	2	4	3	3	3	2

3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	4	3	3	2
3	2	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	1	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	3	3	1	4	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
1	3	1	3	3	3	2	2	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	1
3	3	2	3	1	3	4	3	3	2
3	2	4	3	4	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	4	3	4	3
3	3	3	1	3	3	3	3	3	3
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
1	4	2	4	2	3	1	2	4	3
3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	2	3	3	3	3	3
3	1	2	3	2	4	4	3	4	1
2	2	2	3	2	3	4	4	3	3
3	2	3	1	3	3	3	4	3	4
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	4	1	4	4	3	1
4	3	4	3	4	3	1	3	4	3
4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
3	4	3	3	3	4	3	4	4	2
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
1	4	2	4	2	3	3	3	4	3
2	2	2	2	3	3	4	3	2	3
2	2	1	4	1	3	2	2	3	3
2	2	2	3	2	4	2	2	3	3
1	2	1	2	1	2	3	4	3	3
1	2	2	3	2	4	3	3	4	3
1	2	1	4	2	2	4	3	4	4
1	1	1	2	1	3	4	3	3	1
2	2	2	3	2	2	4	3	4	2
3	1	2	1	1	4	2	2	3	2
1	2	1	3	2	2	1	1	4	2
1	2	1	3	1	3	4	4	4	2
4	2	4	1	4	1	4	3	4	4
4	1	4	2	1	2	1	2	1	1
4	1	1	2	3	1	4	3	4	2
1	3	1	1	2	1	3	3	4	1
4	4	3	1	4	2	4	3	4	3
1	2	1	3	1	2	4	3	4	2
3	1	3	1	2	1	4	3	3	1

2	3	2	2	2	1	4	2	2	2
1	4	2	2	3	4	4	3	4	2
2	3	1	3	2	1	4	4	4	1
2	1	2	1	2	1	4	1	4	1
1	2	2	4	1	2	4	4	3	4
1	2	1	3	1	4	4	3	4	1
3	4	1	2	3	1	3	3	4	1
2	3	1	3	1	3	4	4	4	1
3	1	1	4	1	2	4	4	4	4
2	1	3	2	1	1	4	2	4	1
2	2	2	1	3	3	4	3	2	4
1	1	1	1	2	3	4	4	4	1
2	1	2	3	2	2	3	4	4	2
4	2	3	3	4	1	3	4	3	2
1	3	1	2	1	1	4	2	3	2
2	2	2	4	2	2	3	3	3	4
1	3	1	2	1	2	4	3	4	1
2	2	2	1	4	2	4	4	4	1
2	3	3	2	3	2	3	3	3	3
2	3	3	1	3	2	3	3	3	4
2	2	3	3	3	2	3	4	3	1
3	2	4	1	4	2	4	3	4	1
2	2	2	4	1	1	4	3	4	4
4	2	4	2	4	3	4	2	4	2
2	4	1	1	1	1	4	3	3	2
3	2	2	2	2	2	4	3	2	1
2	4	2	4	1	2	4	4	4	2
4	1	4	2	4	2	4	3	4	1
1	3	1	4	1	2	3	3	3	1
2	1	2	1	3	3	2	3	3	2
3	4	3	3	3	2	3	3	3	2
1	1	4	1	3	4	1	4	4	2
4	4	4	4	3	1	3	4	3	2
1	3	3	2	1	4	1	3	3	3
1	1	3	1	2	1	1	4	3	4
2	3	3	3	2	4	3	4	2	1
2	3	1	1	1	3	4	4	4	2
2	2	3	3	3	2	4	3	3	1
4	3	4	1	4	2	4	2	4	4
4	2	4	3	4	4	4	4	4	2
3	3	3	4	3	2	3	2	3	3
4	4	3	1	4	4	3	4	4	3
3	4	4	2	3	2	4	3	3	3
4	4	4	4	3	2	3	4	3	3
4	3	3	4	4	1	3	2	4	3
2	4	4	4	4	2	3	4	3	2
4	3	4	3	3	4	3	2	2	3
4	4	4	3	3	4	4	4	2	2

4	4	4	3	3	4	3	4	3	2
3	4	4	3	3	4	2	4	3	3
4	3	3	2	3	4	2	4	2	3
2	4	2	4	3	3	3	3	2	4
4	4	2	2	1	4	3	4	3	4
1	3	1	3	3	4	4	3	4	4
1	2	1	2	1	3	4	3	4	4
2	1	2	4	2	4	3	3	3	4
3	1	2	2	3	4	4	1	3	3
1	1	1	2	1	4	4	3	4	3
3	2	3	2	3	4	4	3	3	2
2	1	1	1	1	3	3	4	4	4
3	1	3	1	3	1	4	2	4	2
3	3	3	3	3	1	4	4	3	4
3	1	4	4	4	1	4	4	4	2
3	3	3	3	3	1	3	4	3	2
3	2	3	1	3	3	4	2	3	1
2	4	2	3	2	1	3	3	3	1
3	2	3	3	3	3	4	4	4	1
3	3	3	4	3	2	3	3	3	3
3	2	3	2	3	3	3	2	4	1
3	3	3	3	3	2	4	4	3	3
3	3	3	2	3	3	4	3	4	1
3	2	3	3	4	2	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
2	3	1	3	1	3	4	4	4	3
3	2	3	3	3	3	4	2	3	2
1	2	1	3	1	3	4	3	4	3
3	1	3	3	3	3	3	3	3	2
3	3	3	2	3	3	4	3	4	3
1	1	2	1	1	3	4	4	4	3
1	3	2	3	2	3	4	2	4	3
3	3	3	2	3	2	4	3	3	3
3	1	3	3	3	1	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	1	3	1	4	4	4	2
3	4	3	2	3	3	4	4	3	2
3	3	3	3	3	4	4	3	4	3
1	3	1	3	4	1	4	4	4	1
3	3	3	3	4	2	1	2	1	3
4	3	4	3	4	3	4	4	4	3
3	4	3	3	4	2	1	4	1	1
3	4	3	3	3	3	4	4	4	2
3	4	3	2	3	4	3	3	3	3
3	2	3	4	3	3	4	3	3	2
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
3	3	3	4	4	3	3	4	3	3

3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
2	3	2	3	2	3	4	4	4	4
3	2	2	3	2	4	3	3	3	3
3	3	2	2	3	3	3	4	2	4
3	3	2	2	3	3	1	3	2	4
3	2	4	3	4	3	4	3	3	4
4	3	3	3	3	3	2	4	1	3
2	2	3	3	2	3	1	3	3	3
3	3	2	3	3	3	2	4	3	3
1	4	1	3	1	4	4	3	4	3
3	3	1	4	4	3	3	4	4	3
4	3	4	3	4	2	4	3	4	3
4	2	1	2	4	3	1	2	4	3
4	4	3	1	4	4	3	2	4	1
4	4	3	2	4	3	3	3	4	3
3	4	1	2	2	1	4	2	4	3
4	4	1	1	4	3	3	3	4	4
2	4	3	1	2	1	3	2	2	4
4	2	4	3	3	2	3	4	4	2
1	1	1	3	1	4	1	3	1	4
3	2	3	1	3	4	3	4	3	1
1	4	1	1	1	4	4	1	3	3
3	1	4	1	3	4	3	3	3	4
1	3	1	4	1	3	2	3	4	4

Lampiran 4: Output Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kegunaan	401	3	12	9.73	1.988
Kemudahan Penggunaan	401	4	16	11.77	2.053
Pemanfaatan teknologi informasi	401	4	16	12.78	2.405
Pemenuhan keinginan	401	2	8	6.45	1.348
Daya Beli	401	2	8	4.69	1.520
Penggunaan produk	401	2	8	4.66	1.392
Status Sosial	401	2	8	4.86	1.471
Gaya hidup	401	2	8	6.58	1.204
Literasi Ekonomi	401	2	8	5.76	1.186
Perilaku Konsumtif	401	7	28	18.29	4.908
Valid N (listwise)	401				

Lampiran 5: Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

TOTALY	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX3	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX4	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX5	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX6	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX7	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401

	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX8	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401
TOTALX9	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	401

Hasil Uji Reliabilitas (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	3

Hasil Uji Reliabilitas (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	4

Hasil Uji Reliabilitas (X3)

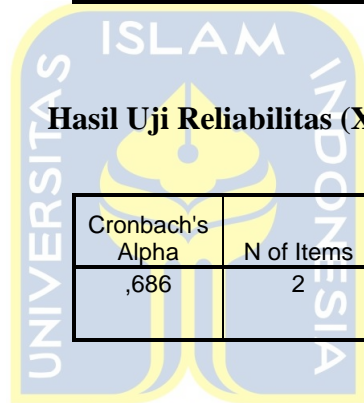
Cronbach's Alpha	N of Items
,790	4

Hasil Uji Reliabilitas (X4)

Cronbach's Alpha	N of Items
,661	2

Hasil Uji Reliabilitas (X5)

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	2



Hasil Uji Reliabilitas (X6)

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	2

Hasil Uji Reliabilitas (X7)

Cronbach's Alpha	N of Items
,665	2

Hasil Uji Reliabilitas (X8)

Cronbach's Alpha	N of Items
,614	2

Hasil Uji Reliabilitas (X9)

Cronbach's Alpha	N of Items
,604	2

Lampiran 6: Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		401
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,35203349
Most Extreme Differences	Absolute	,052
	Positive	,024
	Negative	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z		1,048
Asymp. Sig. (2-tailed)		,222

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 7: Output Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-3,983	1,564				
Kegunaan	,288	,143	,117	2,017	,044	,357	2,798
Kemudahan Penggunaan	,551	,146	,230	3,781	,000	,321	3,112
1 Pemanfaatan teknologi informasi	,245	,119	,120	2,064	,040	,352	2,842
Pemenuhan keinginan	,355	,154	,097	2,305	,022	,668	1,497
Daya Beli	,719	,134	,223	5,363	,000	,692	1,446

Penggunaan produk	,359	,146	,102	2,455	,015	,693	1,443
Status Sosial	,693	,132	,208	5,261	,000	,764	1,308
Gaya hidup	,306	,147	,075	2,084	,038	,917	1,090
Literasi Ekonomi	-,497	,148	-,120	-3,365	,001	,937	1,067

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Lampiran 8: Output Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.429	3.232		2.608	.009
Kegunaan	-.065	.295	-.018	-.219	.827
Kemudahan Penggunaan	.114	.301	.033	.378	.706
Pemanfaatan teknologi informasi	.163	.246	.056	.665	.507
Pemenuhan keinginan	-.578	.318	-.110	-1.818	.070
Daya Beli	.506	.277	.109	1.825	.069
Penggunaan produk	-.159	.302	-.031	-.525	.600
Status Sosial	-.531	.272	-.111	-1.948	.052
Gaya hidup	-.551	.304	-.094	-1.813	.071
Literasi Ekonomi	.048	.305	.008	.157	.876

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 9: Output Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-3,983	1,564		,011
1 Kegunaan	,288	,143	,117	,044
Kemudahan Penggunaan	,551	,146	,230	,000

Pemanfaatan teknologi informasi	,245	,119	,120	,040
Pemenuhan keinginan	,355	,154	,097	,022
Daya Beli	,719	,134	,223	,000
Penggunaan produk	,359	,146	,102	,015
Status Sosial	,693	,132	,208	,000
Gaya hidup	,306	,147	,075	,038
Literasi Ekonomi	-,497	,148	-,120	,001

Lampiran 10: Output Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	,534	,523	3,390

- a. Predictors: (Constant), Literasi Ekonomi, Daya Beli , Gaya hidup, Pemenuhan keinginan, Status Sosial, Pemanfaatan teknologi informasi, Penggunaan produk, Kegunaan, Kemudahan Penggunaan
- b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif



Lampiran 11: Output Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-3,983	1,564		-2,547	,011
	Kegunaan	,288	,143	,117	2,017	,044
	Kemudahan Penggunaan	,551	,146	,230	3,781	,000
	Pemanfaatan teknologi informasi	,245	,119	,120	2,064	,040
	Pemenuhan keinginan	,355	,154	,097	2,305	,022
	Daya Beli	,719	,134	,223	5,363	,000

Penggunaan produk	,359	,146	,102	2,455	,015
Status Sosial	,693	,132	,208	5,261	,000
Gaya hidup	,306	,147	,075	2,084	,038
Literasi Ekonomi	-,497	,148	-,120	-3,365	,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

