

PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP POLA KONSUMSI IBU RUMAH TANGGA (Studi Kasus di Cluster Mata Air Bandar Lampung)

Jeny Puspita¹

Universita Satu Nusa Lampung

e-mail: Jeny@cs.ui.ac.id

Abstract

This study aims to know and to analyzed the influence of lifestyle and financial literasi on the consumption patterns of housewives in Cluster Mata Air Bandar Lampung. This study using samples from 47 housewives in Cluster Mata Air Bandar Lampung. Data collection method undertaken directly using a questionnaire and interview housewives in Cluster Mata Air Bandar Lampung. While the analysis used to know influence free variable, lifestyle (X_1) and the financial literasi (X_2), on variables bound (Y) that the consumption patterns of housewives analytics are multiple linear regression. The results of these research appeared that by significant 0,05 for two side test 2,5% and $n = 47$ to obtain t statistics's table 2,01954. But t from testing 2,845 for lifestyle and 2,810 for financial literasi (t to count $>$ t table) therefore lifestyle and financial literasi has significant influences to the consumption patterns of housewives in Cluster Mata Air Bandar Lampung.

Keywords: Lifestyle, Financial Literasi, and Consumption Patterns

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan sampel dari 47 ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung. Metode pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan menggunakan kuesioner dan wawancara ibu-ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung. Sedangkan analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, gaya hidup (X_1) dan literasi keuangan (X_2), terhadap variabel terikat (Y) yaitu pola konsumsi analisis ibu rumah tangga adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan signifikan 0,05 untuk uji dua sisi 2,5% dan $n = 47$ sehingga diperoleh t tabel statistik 2,01954. Namun dari pengujian t 2,845 untuk gaya hidup dan 2,810 untuk literasi keuangan (t hitung $>$ t tabel) maka gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Literasi Keuangan, dan Pola Konsumsi

1. PENDAHULUAN

Konsumsi keluarga merupakan salah satu kegiatan ekonomi keluarga untuk memenuhi berbagai kebutuhan barang dan jasa. Dari komoditi yang dikonsumsi keluarga akan mempunyai kepuasan tersendiri. Oleh sebab itu, konsumsi dijadikan salah satu indikator kesejahteraan keluarga. Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alhudhori & Amali (2020:153), menyatakan bahwa pendapatan dan konsumsi rumah tangga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan keluarga petani penggarap kelapa sawit di Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi.

Dalam kegiatan konsumsi setiap keluarga memiliki jenis pengeluaran yang berbeda. Perbedaan pola konsumsi pada setiap keluarga dijadikan sebagai beban atau tanggungan dalam memenuhi kebutuhan semua anggota keluarga, sehingga dijadikan sebagai ukuran tercapainya kesejahteraan keluarga secara merata dan utuh.

Ketika membuat keputusan berkenaan dengan kegiatan konsumsi, peran ibu rumah tangga dalam sebuah keluarga sangat penting. Apalagi jika keluarga tersebut berada dilingkungan perumahan, karena godaan untuk membelanjakan uang cukup kuat, misalnya; dari pergaulan sehari-hari sesama anggota arisan atau kelompok pengajian yang terkadang menawarkan pembelian barang yang cukup menarik dan sistem pembayaran bisa dicicil namun sebenarnya tidak mendesak untuk dibeli. Seringnya salesman masuk ke kompleks perumahan untuk menawarkan berbagai macam barang. Kemajuan teknologi yang menawarkan pembelian barang secara online.

Dalam memenuhi kebutuhannya manusia dihadapkan pada masalah ekonomi yang berlaku sebagai akibat adanya ketidak-seimbangan antara kebutuhan manusia yang tidak terbatas dengan alat pemenuh kebutuhan yang jumlahnya terbatas atau yang disebut sebagai adanya kelangkaan. Banks (dalam Budiwati, 2014) mengemukakan esensi konsep kelangkaan adalah bahwa keinginan manusia tidak terbatas, namun jumlah sumber-sumber daya dalam suatu masyarakat terbatas. Permasalahan inilah yang menjadi penghalang manusia dalam mencapai tujuan hidupnya.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pola konsumsi, salah satunya gaya hidup. Gaya hidup adalah salah satu indikator yang mempengaruhi perilaku seseorang. Kusnandar dan Kurniawan (2018) berpendapat bahwa masyarakat mulai beradaptasi dan mengikuti gaya hidup di negara-negara maju. Kehidupan modern telah mendidik orang tak sekedar berusaha memenuhi kebutuhan, tetapi juga berusaha memenuhi gejolak keinginan. Banyak orang yang membeli suatu barang yang bukan kebutuhannya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan membeli produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang diduga berpengaruh terhadap pola konsumsi adalah literasi keuangan. Literasi keuangan diperlukan bagi ibu rumah tangga agar dapat terhindar dari permasalahan keuangan. Munculnya masalah keuangan bukan saja karena rendahnya tingkat pendapatan, namun juga bisa berasal dari rendahnya pengetahuan dalam mengelola keuangan. Ibu Rumah Tangga umumnya memiliki kebebasan yang lebih besar untuk membuat keputusan dalam hal keuangan keluarga. Banyak Ibu Rumah Tangga belajar masalah keuangan dari *trial and error*, namun hal itu belum mampu menjadikan mereka menjadi pelaku ekonomi yang cerdas dalam kehidupan saat ini.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pola Konsumsi Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus di Cluster Mata Air Bandar Lampung)."

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dibuat perumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung?
2. Bagaimana pengaruh literasi keuangan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung?

Bagaimana pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung?

1.1. Pola Konsumsi

1.1.1 Pengertian Pola Konsumsi

Pola konsumsi diartikan sebagai sistem atau cara kerja konsumen membelanjakan pendapatannya untuk menghabiskan nilai guna suatu barang/jasa (Utami, 2016). Pola konsumsi merupakan perilaku seseorang dalam memanfaatkan dan menghabiskan nilai guna suatu barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan yang didasarkan kepada tindakan rasional. Konsumen dikatakan bertindak rasional apabila mempertimbangkan semua alternatif yang ada, dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan paling besar (Schiffman dan Kanuk, 2010:110).

1.1.2 Indikator Pola Konsumsi

Schiffman dan Kanuk (2010: 110) menyebutkan bahwa konsumen memiliki pola perilaku konsumsi yang rasional apabila mempertimbangkan semua alternatif yang ada, dan memilih alternatif yang memberikan kegunaan paling besar.

a. Mempertimbangkan semua alternatif yang ada.

Menurut Sumarwan (2011:356), seorang individu harus menyadari akan alternatif-alternatif produk yang tersedia. Individu harus dapat meranking setiap alternatif yang tersedia berdasarkan kelebihan dan kelemahannya. Kelebihan dan kelemahan setiap alternatif dilihat dari berbagai pertimbangan. Putri, Widodo, dan S. Martono (2016), menyebutkan bahwa pertimbangan rasional yang digunakan mahasiswa dalam kegiatan konsumsinya ada 4, diantaranya adalah kebutuhan dasar atau skala prioritas, kegunaan optimal, kesesuaian manfaat, dan kualitas.

b. Memilih alternatif yang memberikan kegunaan paling besar.

Menurut Mankiw, Quah, dan Wilson (2012: 5), ketika menghadapi berbagai pilihan alternatif, kita diminta untuk membandingkan biaya dan manfaat pada setiap alternatif tindakan yang ada. Biaya (*opportunity cost*) adalah apa yang dikorbankan untuk memperoleh suatu. Dalam hal ini, biaya yang dikeluarkan harus sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Setelah membandingkan biaya dan manfaat akan setiap alternatif yang ada, maka kita dapat membandingkan mana alternatif yang memberikan kegunaan paling besar.

1.2 Gaya Hidup

1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Definisi gaya hidup dapat diartikan sebagai bagaimana seseorang hidup yang memanfaatkan waktu dan uangnya yang diapresiasi dengan aktivitas, minat, dan opini yang berbeda arti dengan cara hidup. Artinya dapat dipahami gaya hidup menggambarkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana membelanjakan uang, dan bagaimana mengalokasikan waktu Mowen, dkk (dalam Ningsih, 2018: 22). Secara sederhana gaya hidup dapat digambarkan sebagai aktifitas luang dan obyek yang dikonsumsi yang dapat memncerminkan minat seseorang dan merupakan elemen yang penting dalam menggambarkan hidup seseorang (Diana, 2016).

1.2.2 Indikator Gaya Hidup

Menurut Sumarwan (2011: 58), pengukuran secara psikografik adalah suatu indikator untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran secara kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang besar. Analisis psikografik biasanya digunakan untuk melihat segmen pasar dan segmen konsumen dalam hal kehidupan mereka, pekerjaan, dan aktivitas lainnya. Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (activity, interest, and opinion) atau pernyataan untuk menggambarkan aktivitas, minat, dan opini konsumen (Ningsih, 2018: 26-27).

a. Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas merupakan cara konsumen memanfaatkan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Yang artinya kegiatan adalah berkaitan dengan pernyataan apa yang harus dikerjakan konsumen, kegiatan apa yang dilakukan konsumen ketika memanfaatkan waktu luang, serta berbagai macam aktifitas lainnya. Walaupun kegiatan dapat diamati, namun jarang dapat diukur secara langsung.

b. Minat (*Interest*) Minat dapat berkaitan dengan kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam kehidupan konsumen. Yang artinya minat merupakan konsumen menganggap kepada sesuatu hal yang menarik untuk memanfaatkan waktu dan mengeluarkan beberapa uang. Disisi lain juga minat berkaitan dengan obyek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi konsumen. Sehingga minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

c. Opini (*Opinion*) Opini didefinisikan sebagai pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu tertentu (isu secara global, lokal, ekonomi, dan sosial). Opini digunakan untuk mendeskripsikan, penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang dan

penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

1.3 Literasi Keuangan

1.3.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi diartikan sama dengan pemahaman atau pembuatan makna, di mana pembuatan makna tersebut sebagai syarat untuk mencapai hasil atau tujuan yang diinginkan. Dalam literasi keuangan, hasilnya adalah konsekuensi keuangan. Literasi keuangan didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mendapatkan, memahami, dan mengevaluasi informasi relevan yang diperlukan untuk membuat keputusan dengan kesadaran akan konsekuensi keuangan (Mason and Wilson, 2000).

Selain dari definisi di atas, Lembaga Otoritas Jasa Keuangan (OJK) juga memberikan definisi tentang literasi keuangan, yaitu sebagai serangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan, kepercayaan, dan kemampuan konsumen atau masyarakat umum, agar dapat mengelola keuangan dengan baik (OJK, 2013). Dari definisi di atas, dapat diartikan bahwa konsumen dan masyarakat umum diharapkan tidak hanya memahami dan mengetahui lembaga dan jasa keuangan beserta produk yang ditawarkan, tetapi juga dapat mengubah perilaku mereka dalam manajemen keuangan untuk meningkatkan taraf hidupnya.

1.3.2 Indikator Literasi Keuangan

Literasi keuangan terdiri dari beberapa dimensi yang harus dikuasai. Jaringan Internasional OECD tentang Pendidikan Keuangan atau *OECD International Network on Financial Education (INFE)* telah membagi literasi keuangan ke dalam 3 dimensi yang digunakan untuk mengukur tingkat literasi keuangan berbagai negara dengan latar belakang yang berbeda. Dimensi tersebut meliputi pengetahuan keuangan, perilaku keuangan, dan sikap keuangan yang dijelaskan sebagai berikut (OECD, 2012).

a. Pengetahuan Keuangan (*Financial knowledge*)

Seseorang yang melek secara keuangan dianggap memiliki pengetahuan tentang konsep dasar keuangan dan mampu menerapkan kemampuannya dalam situasi keuangan (OECD, 2012). Untuk mengukur dimensi ini, INFE memberikan pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan bunga sederhana dan majemuk, resiko, pengembalian, dan inflasi.

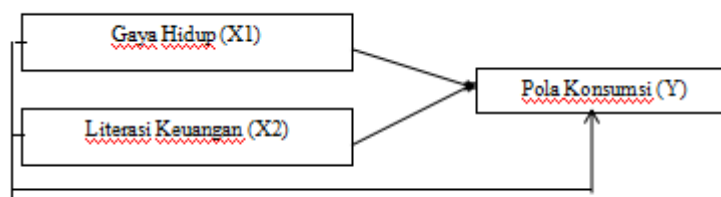
b. Perilaku Keuangan (*Financial Behaviour*)

Perilaku keuangan merupakan bagian yang penting dari literasi keuangan. Hal ini karena perilaku merupakan hasil penerapan dari pengetahuan yang dimiliki. Cara bagaimana seseorang berperilaku akan berpengaruh secara signifikan terhadap kesejahteraan keuangannya (OECD, 2012). Untuk mengukur dimensi ini, diberikan pertanyaan berkaitan dengan cara seseorang mengelola keuangan, tagihan, anggaran, rencana jangka panjang, tabungan, dll.

c. Sikap (*Attitudes*)

Sikap dan preferensi seseorang penting dalam literasi keuangan. Sikap terhadap keuangan akan mempengaruhi keputusan seseorang dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Oleh karena itu, dimensi sikap lebih memfokuskan pada sikap terhadap uang dan khususnya terhadap perencanaan masa depan.

Berdasarkan berbagai uraian diatas mengenai kualitas pelayanan, persepsi harga, citra merek, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap minat mahasiswa maka dapat disusun paradigma penelitian, seperti yang disajikan pada Gambar .1. dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Teoritis

1.4. Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, dan landasan teori, serta kerangka pemikiran dan penelitian terdahulu, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.
2. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.
3. Gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.

2. METODE PENELITIAN

2.1. Desain Penelitian

Desain penelitian adalah strategi yang dipilih oleh peneliti untuk mengintegrasikan secara menyeluruh komponen riset dengan cara logis dan sistematis untuk membahas dan menganalisis apa yang menjadi fokus penelitian. Apapun pada penelitian ini penulis menggunakan jenis data kualitatif yaitu berupa data hasil penyebaran kuesioner. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif yaitu analisis deskriptif dan regresi linier berganda.

2.2. Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua ibu rumah tangga yang berdomisili di Cluster Mata Air Bandar Lampung, adapun jumlah populasi responden yaitu 47 orang.

2.3. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + E_t$$

Keterangan:

Y	=	Variabel Dependent (pola konsumsi)
X ₁ , X ₂ ,	=	Variabel Independen (gaya hidup dan literasi keuangan)
α	=	Konstanta
β ₁ , β ₂	=	Koefisien regresi (gaya hidup dan literasi keuangan)
E _t	=	Error term

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pengujian Kualitas Data

3.1.1 Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pada penelitian ini penulis menggunakan korelasi *Bivariate Pearson* (Produk Momen Pearson) untuk melakukan pengujian validitas.

r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data $n = 47$, maka didapat r tabel sebesar 0,288. Selanjutnya dilakukan r tabel tersebut di bandingkan dengan r hitung masing-masing variabel. Hasil Uji validitas item pertanyaan untuk variabel pola konsumsi, gaya hidup, dan literasi keuangan diketahui r hitung nilainya tidak ada yang dibawah r tabel sehingga disimpulkan semua instrument adalah valid.

3.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Penulis menggunakan pengujian reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha*.

Berdasarkan data hasil pengujian reliabilitas diketahui nilai Cronbach's Alpha rata-rata diatas 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel dapat dikatakan reliabel.

3.2. Deskripsi setiap Variabel

Pada penelitian ini penulis berhasil menyebarkan dan mengumpulkan kembali kuesioner kepada sebanyak 47 orang responden. Kemudian jawaban responden tersebut responden diolah secara deskriptif, maka hasilnya dapat digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pola Konsumsi	47	26	37	31.00	3.036
Gaya Hidup	47	25	39	30.66	3.102
Literasi Keuangan	47	25	41	32.87	4.490
Valid N (listwise)	47				

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Pada tabel di atas menunjukkan secara ringkas nilai maksimum dan minimum yang dicapai masing-masing variabel dan rata-rata, serta standar deviasinya berdasarkan jawaban dari seratus orang responden.

3.3. Pengujian Hipotesis

3.3.1. Analisis Regresi linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dua variabel yaitu gaya hidup (X_1) dan literasi keuangan (X_2) terhadap pola konsumsi (Y) dari hasil olah data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.258	2.835		3.265	.002
Gaya Hidup	.410	.144	.418	2.845	.007
Literasi Keuangan	.279	.099	.413	2.810	.007

a. Dependent Variable: Pola Konsumsi

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Hasil uji regresi pada tabel di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 9,258 + 0,410X_1 + 0,279X_2$$

1. $a = 9,258$ artinya jika X_1 (gaya hidup), X_2 (literasi keuangan), nilainya 0, maka Y (pola konsumsi) nilainya adalah 9,258.
2. Koefisien regresi variabel X_1 (gaya hidup) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap Y (pola konsumsi). Koefisien regresi (X_1) menunjukkan bahwa persepsi gaya hidup yang baik akan meningkatkan pola konsumsi ibu rumah tangga.
3. Koefisien regresi variabel X_2 (literasi keuangan) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap Y (gaya hidup). Koefisien regresi (X_2) menunjukkan bahwa persepsi literasi keuangan yang baik akan meningkatkan pola konsumsi ibu rumah tangga.
4. Berdasarkan angka koefisien regresi di atas diketahui bahwa variabel X_1 (gaya hidup) paling dominan atau besar pengaruhnya terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga, yaitu sebesar 0,410.

Sedangkan angka koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel *Model Summary* sebagai berikut:

Tabel 3. *Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.782 ^a	.612	.594	1.934

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Dari hasil olah data (output) diperoleh nilai Koefisien korelasi (R) sebesar 0,782, maka dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang masuk kategori kuat antara gaya hidup dan literasi keuangan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung. Kemudian dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,612 atau 61,2 % maka dapat dikatakan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (gaya hidup dan literasi keuangan) terhadap variabel dependen (pola konsumsi) sebesar 61,2% sedangkan sisanya sebesar 38,8 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

3.3.2. Uji regresi Simultan dan Parsial

Berdasarkan output olah data diperoleh F hitung sebesar 34,695, dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ maka diperoleh F tabel untuk $n = 47$ sebesar 2,44 karena F hitung > dari F tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sehingga berdasarkan uji F diatas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.

Tabel 4. ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	259.469	2	129.735	34.695	.000 ^a
Residual	164.531	44	3.739		
Total	424.000	46			

a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Pola Konsumsi

Sumber: Hasil Olah Data, 2022

Pengujian koefisien regresi parsial variabel gaya hidup dan literasi keuangan, dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 karena uji dua sisi maka 2,5% dan $n = 47$ diperoleh t tabel sebesar = 2,01954. Sedangkan t hitung dilihat dari output olah data pada tabel 2 adalah 2,845 untuk gaya hidup dan 2,810 untuk literasi keuangan (t hitung > t tabel) maka berdasarkan uji t ini disimpulkan parsial gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.

4. KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan kajian teoritik dan hasil analisi data, maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung. Simpulan tersebut ditunjukkan dari temuan-temuan hasil analisis sebagai berikut:

1. Hasil uji t variabel independen (gaya hidup) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.
2. Hasil uji t variabel independen (literasi keuangan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.
3. Hasil uji F membuktikan bahwa secara bersama-sama gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung.

4.2. Saran

Berdasarkan hasil analisa data secara kualitatif dan kuantitatif terdapat beberapa hal yang perlu direkomendasikan kepada ibu rumah tangga di Cluster Mata Air Bandar Lampung sebagai objek penelitian, antara lain:

1. Pada indikator gaya hidup terdapat item pernyataan rendah yaitu; tentang opini, hendaknya selain mempertimbangkan pendapat orang lain sebaiknya ibu rumah tangga memiliki bahkan lebih kuat dengan opininya sendiri tentang sesuatu berkenaan dengan gaya hidup. Sebab gaya hidup seseorang tentu tidak lepas dari kondisi ekonomi dan faktor kebutuhan, artinya jangan sampai sekedar ikut-ikutan orang lain.
2. Pada indikator literasi keuangan terdapat item pernyataan rendah yaitu; pengetahuan keuangan (*financial knowledge*), hendaknya ibu rumah tangga senantiasa meningkatkan pengetahuan

keuangannya. Contoh sederhana, ketika mendapat tawaran untuk membeli barang tertentu secara kredit, kelihatannya cukup ringan karena membayar sedikit-sedikit (dicicil), akan tetapi kalau dihitung berdasarkan tingkat suku bunga dan inflasi kenyataannya mahal luar biasa. Sehingga secara tidak sadar mereka menanggung rugi yang tidak disadari.

3. Karena gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi, maka sebaiknya ada upaya peningkatan terhadap gaya hidup dan literasi keuangan demi peningkatan pola konsumsi.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Budiwati, N. 2014. *Analisis literasi ekonomi dan perilaku konsumen: Survey pada guru SMA di kota Bandung*. Unpubislhed Disertation. SPsUniversitas Pendidikan Indonesia.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R., Black, W., 2012. *Multivariate Data Analysis*, 10th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Kusnandar, Deasy, Lestary., dan Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper (SCA 8)*, 8 (1).
- M. Alhudhori & Muhammad Amali. 2020. Pengaruh Pendapatan dan Konsumsi Rumah Tangga terhadap Kesejahteraan Keluarga Petani Penggarap Sawit di Kecamatan Kumpeh Kabupaten Muaro Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains. Vol.5 No.1*.
- Mankiw, N.G., Quah, E., dan Wilson, P., (2012). *Pengantar Ekonomi Mikro*, Edisi Asia (terjemahan). Jakarta : Salemba Empat
- Priyatno, Duwi. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom
- Putri, S.F., Widodo, J., Martono, S. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan melalui Rasionalitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang. *Journal of Economic Education 5 (2) (2016) p-ISSN 2301-7341*
- Schiffman & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behaviour*. New Jeraey : Prentice Hall
- Simamora, Bilson 2012, *Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiono, 2012. *Statistika Untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Utami, T. 2016. Hubungan hasil belajar ilmu ekonomi, kelas sosial, iklan televisi, dengan pola Konsumsi Mahasiswa di Universitas Sriwijaya. *Thesis*. Universitas Negeri Yogyakarta.