

The Influence of Financial Literacy, Life Style, Social Class, and Online Shopping Fashion on Consumptive Behavior at the Advocate Office of A.F KAPLALE & ASSOCIATES Sidoarjo.

[Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Social Class, dan Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif] (Studi Pada Kantor Advokat AF Kaplale & Associates Sidoarjo).

Megawati Cucu Sumantri¹⁾, Herman Ernandi ^{*2)}

1)Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

2)Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi : megawaticucusumantri@umsida.ac.id

ABSTRACT. *This research purpose to know the influence of financial literacy, life style, social class, and online shopping fashion on consumptive behavior at the advocate office of A.F KAPLALE & ASSOCIATES SIDOARJO.*

The instrument used was a questionnaire to obtain research data. This research uses validity test and reliability test. The hypothesis is that there is an the influence of financial literacy, life style, social class, and online shopping fashion on consumptive behavior. The analytical tool used to test the hypothesis is SPSS version 18.

The test results based on the validity test show that all the questions on the questionnaire are valid. While the test results using the reliability test of all variables have a Cronbach's alpha value > 0.6 which means that it is reliable. The results of hypothesis testing in the form of T-Statistic and R-Square state that there is a positive influence between financial literacy, life style, and social class on consumptive behavior, while online shopping fashion has a negative effect. This is shown from the results of tcount for the Financial Literacy variable (X1) of 2.070, the Life Style variable (X2) of 2.214, the Social Class variable (X3) 2.406 and the Online Shopping Fashion variable (X4) of -2.223.

Keywords : *financial literacy, life style, social class, online shopping fashion, consumptive behavior*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy, life style, social class*, dan *online shopping fashion* terhadap perilaku konsumtif pada kantor advokat A.F KAPLALE & ASSOCIATES SIDOARJO.

Instrumen yang digunakan adalah kuisisioner untuk mendapatkan data penelitian. Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Hipotesisnya yaitu terdapat pengaruh *financial literacy, life style, social class*, dan *online shopping fashion* terhadap perilaku konsumtif. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah SPSS versi 18.

Hasil pengujian berdasarkan uji validitas menunjukkan semua pertanyaan pada kuisisioner adalah valid. Sedangkan hasil uji yang menggunakan uji reliabilitas semua variabel memiliki nilai cronbach's alpha > 0,6 artinya reliabel. Hasil uji hipotesis berupa T-Statistic dan R-Square menyatakan ada pengaruh positif antara Financial Literacy, Life Style, dan Social Class terhadap perilaku konsumtif sedangkan Online Shopping Fashion memiliki pengaruh negatif. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil t_{hitung} untuk variabel Financial Literacy (X₁) sebesar 2,070, variabel Life Style (X₂) sebesar 2,214, variabel Social Class (X₃) 2,406 dan variabel Online Shopping Fashion (X₄) sebesar -2,223.

Kata kunci : literasi keuangan, gaya hidup, kelas sosial, belanja fashion online, perilaku konsumtif

I. PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi telah mendorong perkembangan ekonomi suatu negara. Salah satunya perkembangan industri yang mampu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Disamping itu, masyarakat juga sangat mudah untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang dibutuhkan baik melalui ecommerce atau aplikasi lainnya. Online Shopping Fashion merupakan dampak dari

perkembangan teknologi di era zaman modern saat ini dan menjadi tren dikalangan masyarakat Indonesia termasuk advokat. Hal tersebut membuat para penjual dibidang Online Shopping Fashion berlomba – lomba dalam memberikan kemudahan pelayanan bagi pelanggan [1]. Pada era modern saat ini, gaya hidup menjadi pola hidup yang digunakan untuk mengekspresikan diri di segala aktivitas. Gaya hidup merupakan cerminan bagaimana mereka hidup dan menggunakan gajinya yang didapat yang bersifat relative tergantung dari penilaian seseorang. Gaya hidup juga dipengaruhi dari pendapatan advokat. Sebagian besar beranggapan bahwa semakin banyak materi yang didapatkan advokat semakin tinggi life style yang ada dalam dirinya. Tetapi tidak semua seperti itu, apabila seseorang memiliki pengelolaan keuangan dengan cara yang baik, sebanyak apapun materi yang didapatkan akan mempunyai life style yang sederhana dan menggunakan uangnya untuk keperluan yang lebih penting [2].

Financial Literacy merupakan pengetahuan tentang keuangan yang digunakan seseorang untuk mengambil keputusan dalam pengelolaan keuangannya. Setiap manusia termasuk advokat wajib memiliki management personal finance sehingga dapat merencanakan dan mengendalikan keuangan dari unit individu dan keluarga. Financial literacy sangat penting dimiliki advokat dan lapisan masyarakat apapun agar lebih bijak dalam menggunakan uangnya dan memperoleh manfaat uang tersebut di masa depan [3]. Semakin berkembangnya zaman dan kemajuan teknologi yang semakin canggih serta berubahnya kehidupan manusia yang semakin modern yang disebabkan oleh tingkat pendapatan setiap individu yang semakin meningkat, hal ini mempengaruhi perilaku konsumtif manusia. Seiring berjalannya waktu, tingkat konsumsi setiap individu mulai bergeser dari yang awalnya hanya memenuhi kebutuhan primer dan sekunder sekarang bergeser ke pemenuhan yang lainnya seperti tersier dan komplementer yang cenderung bersifat konsumtif, yang tidak ada prioritasnya hanya dimaksudkan untuk pemuasan keinginan diri sendiri. Sehingga mereka dapat dikatakan kurang cakap dalam mengelola keuangannya [4]. Selain itu perilaku konsumtif seseorang juga dipengaruhi oleh social class seseorang. Perilaku konsumtif seorang advokat juga tergantung dari seberapa pengaruh kelas sosial yang dimiliki setiap individu. Keadaan ekonomi yang salahsatunya ditandai dengan besarnya pendapatan yang didapat, banyaknya klien yang dimiliki, posisi jabatan, dan tingkat pendidikan dapat mempengaruhi bagaimana cara advokat dalam bergaul. Hal itu juga berpengaruh pada mereka dalam mengkonsumsi barang yang berlebihan sebagai bentuk bahwa advokat dapat mengikuti perkembangan zaman saat ini [5]. Pada penelitian – penelitian sebelumnya peneliti menggunakan objek penelitian pada mahasiswa. Sedangkan penelitian ini mengambil objek advokat di kantor advokat AF. Kaplale Sidoarjo. Karena, peneliti mencoba untuk mengeksplorasi perilaku konsumtif di tingkat advokat.

II. METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Tabel 1. Definisi Operasional, Indikator Dan Skala Pengukuran Variabel

No	Keterangan	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
1	Perilaku Konsumtif (Y)	1. Pembelian secara langsung tanpa memikirkan kebutuhan 2. Membeli secara berulang – ulang / pemborosan 3. Membeli hanya untuk mencari kesenangan (bukan kebutuhan)	1 4,5,7 2,3,6	Likert	[1]
2	Financial Literacy (X ₁)	1. Uang dan Transaksi 2. Perencanaan dan pengelolaan keuangan 3. Risiko dan Keuntungan 4. Financial Landscape	1 & 2 3 4 & 5 6	Likert	[4]

3	Life Style (X ₂)	1. Activities atau aktivitas 2. Interest atau minat 3. Opini atau pendapat	1,5 2,7 3,4,6	Likert	[5]
4	Social Class (X ₃)	1. Pekerjaan 2. Pendapatan 3. Pendidikan 4. Kekayaan	1 2 3 4	Likert	[11]
5	Online Shopping Fashion (X ₄)	1. Akurat 2. Tepat pada waktunya 3. Mudah digunakan dalam bertransaksi 4. Efisiensi waktu 5. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 6. Kualitas produk	1 2 3 4 5 6	Likert	[1]

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Kantor Advokat A.F Kaplale & Associates yang beralamat di Jl. Raya Untung Suropati No.1 Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur.

C. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif merupakan data yang berupa angka, diolah atau di analisis menggunakan teknik perhitungan statistik. Sumber data yang digunakan oleh penulis yaitu menggunakan data Primer. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli dengan interaksi langsung antara pengumpul data (peneliti) dengan sumber data (responden) yaitu Advokat A.F Kaplale & Associates Sidoarjo.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah advokat A.F Kaplale & Associates Sidoarjo sebanyak 35 orang dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan *Non Probability Sampling* [9] yaitu sebanyak 35 advokat AF Kaplale & Associates Sidoarjo

E. Metode Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik analisis kuantitatif. Dalam penelitian ini analisis kuantitatif dilakukan dengan cara mengkuantifikasi data-data penelitian menggunakan program SPSS versi 18. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik deskriptif, uji kualitas data, analisis regresi linear berganda, dan koefisien determinasi. Statistik deskriptif menjelaskan bagaimana data dikumpulkan dan diringkas pada hal – hal yang penting pada data tersebut terutama mean, median, modus, mencari deviasi standar, melihat kemencengan distribusi data. Dalam uji kualitas data terdapat 2 uji yang harus dilakukan diantaranya uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam penelitian ini metode analisis untuk menguji hipotesis menggunakan *multiple regression* (regresi berganda) [9]. Persamaan *multiple regression* untuk pengujian hipotesis sebagai berikut :

$$PK = \alpha + \beta_1 FL + \beta_2 LS + \beta_3 SC + \beta_4 OSF + e$$

Keterangan:

- PK : Perilaku Konsumtif
 α : Konstanta
 $\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien Regresi
 FL : Financial Literacy
 LS : Life Style
 SC : Social Class
 OSF : Online Shopping Fashion
 e : Faktor pengganggu (Error)

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tujuan dilakukannya analisis statistik deskriptif yaitu untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi

Tabel 2. Hasil Uji Karakteristik Responden
Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki - Laki	23	65,7	65,7	65,7
Perempuan	12	34,3	34,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh laki – laki sebanyak 23 atau 65,7% responden sedangkan perempuan sebanyak 12 atau 34,3% responden.

Tabel 3. Hasil Uji Karakteristik Responden
Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20 – 30 Tahun	4	11,4	11,4	11,4
31 – 40 Tahun	23	65,7	65,7	77,1
41 – 50 Tahun	5	14,3	14,3	91,4
> 50 Tahun	3	8,6	8,6	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari usia dapat disimpulkan bahwa untuk rentang usia 20-30 sebanyak 4 responden, rentang usia 31-40 sebanyak 23 responden, rentang usia 41-50 sebanyak 5 responden, dan rentang usia diatas 50 sebanyak 3 responden.

Tabel 4. Hasil Uji Karakteristik Responden
Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sarjana (S1)	20	57,1	57,1	57,1
Master (S2)	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari latar belakang pendidikan dapat disimpulkan bahwa tidak ada responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA ataupun diploma, latar belakang pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 20 responden, latar belakang pendidikan Master (S2) sebanyak 15 responden, dan tidak ada responden yang memiliki latar belakang Doctor (S3).

Tabel 5. Hasil Uji Karakteristik Responden
Lama Bekerja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 6 Tahun	20	57,1	57,1	57,1
6 – 10 Tahun	15	42,9	42,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari masa kerja dapat disimpulkan bahwa untuk rentang < 6 tahun sebanyak 20 responden, rentang 6-10 tahun sebanyak 15 responden.

Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [9]. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi, data dapat dianggap valid jika korelasi melebihi 0,3

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

Butir Pernyataan	r_{tabel}	r_{hitung}	Keterangan
Variabel Financial Literacy (X₁)			
FL 1	0,3338	0,597	Valid
FL 2	0,3338	0,655	Valid
FL 3	0,3338	0,692	Valid
FL 4	0,3338	0,722	Valid
FL 5	0,3338	0,714	Valid
FL 6	0,3338	0,638	Valid
Variabel Life Style (X₂)			
LS 1	0,3338	0,541	Valid
LS 2	0,3338	0,557	Valid
LS 3	0,3338	0,535	Valid
LS 4	0,3338	0,618	Valid
LS 5	0,3338	0,547	Valid
LS 6	0,3338	0,484	Valid
LS 7	0,3338	0,614	Valid
Variabel Social Class (X₃)			
SC1	0,3338	0,677	Valid
SC 2	0,3338	0,691	Valid
SC 3	0,3338	0,724	Valid
SC 4	0,3338	0,696	Valid
Variabel Online Shopping Fashion (X₄)			

OSF 1	0,3338	0,784	Valid
OSF 2	0,3338	0,784	Valid
OSF 3	0,3338	0,634	Valid
OSF 4	0,3338	0,482	Valid
OSF 5	0,3338	0,383	Valid
OSF 6	0,3338	0,532	Valid

Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

PK 1	0,3338	0,608	Valid
PK 2	0,3338	0,779	Valid
PK 3	0,3338	0,444	Valid
PK 4	0,3338	0,538	Valid
PK 5	0,3338	0,496	Valid
PK 6	0,3338	0,796	Valid
PK 7	0,3338	0,468	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS dapat dilihat bahwa masing – masing indicator memiliki hasil yang lebih besar dari r_{tabel} : 0,3338 dan lebih besar dari 0,3. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indicator dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk [9]. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	No of Items	Keterangan
Financial Literacy	0,737	6	Reliabel
Life Style	0,627	7	Reliabel
Social Class	0,641	4	Reliabel
Online Shopping Fashion	0,668	6	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,655	7	Reliabel

Sumber : Hasil Output SPSS, 2018

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS dapat dilihat bahwa semua konstruk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 sehingga dapat dikatakan semua indicator konstruk reliabel atau memenuhi uji reliabilitas.

C. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan alat untuk mengetahui tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,295	3,658		2,541	,016
Financial Literacy	,276	,133	,302	2,070	,047
Life Style	,412	,186	,426	2,214	,035
Social Class	,660	,274	,383	2,406	,022
Online Shopping Fashion	-,427	,192	-,346	-2,223	,034

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan table diatas, maka diperoleh hasil persamaan regresi variable independen terhadap variable dependen, antara lain sebagai berikut :

$$PK = a + \beta_1 FL + \beta_2 LS + \beta_3 SC + \beta_4 OSF + e$$

$$PK = 9,295 + 0,276FL + 0,412LF + 0,660SC + (-0,427)OSF + e$$

- Konstanta (constant) sebesar 9,295 mempunyai arti apabila semua variabel independent (financial literacy, life style, social class, dan online shopping fashion) bernilai konstan, maka akan meningkatkan tingkat perilaku konsumtif sebesar 9,295.
- Financial Literacy memiliki koefisien bernilai positif sebesar 0,276 menyatakan bahwa apabila financial literacy mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,276.
- Life Style memiliki koefisien bernilai positif sebesar 0,412 menyatakan bahwa apabila life style mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,412.
- Social class memiliki koefisien bernilai positif sebesar 0,660 menyatakan bahwa apabila social class mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,660.
- Online shopping fashion memiliki koefisien bernilai negatif sebesar -0,427 menyatakan bahwa apabila online shopping fashion mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar -0,427.

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur tingkat perubahan variabel independen terhadap variable dependen. Semakin tinggi nilai R^2 maka akan baik model prediksi yang diajukan dalam penelitian

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,804 ^a	,646	,599	,1,919	

a. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Life Style, Social Class, Online Shopping Fashion

b. Dependent Variable: Perilaku konsumtif

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil pengelolaan data diperoleh nilai koefisien detrminasi (R^2) sebesar 0,646. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 64,6% tingkat perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel financial literacy, life style, social class, dan online shopping fashion sedangkan sisanya (100%-64,6%=35,4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain selain variabel independen tersebut. Dan besarnya koefisien

korelasi berganda (R) = 0,804. Ini berarti hubungan keeratan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 80,4%.

Hasil Uji Hipotesis

A. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji T merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen atau variabel bebas terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji T dapat dilihat dari hasil *output* menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi 0,05.

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,295	3,658		2,541	,016
Financial Literacy	,276	,133	,302	2,070	,047
Life Style	,412	,186	,426	2,214	,035
Social Class	,660	,274	,383	2,406	,022
Online Shopping Fashion	-,427	,192	-,346	-2,223	,034

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Hasil Output SPSS, 2020

Dari hasil analisis uji t menunjukkan bahwa signifikansi variabel financial literacy, life style, social class, dan online shopping fashion dibawah tingkat signifikan 0,05 yaitu masing – masing sebesar 0,047, 0,035, 0,022, dan 0,034 yang artinya variabel financial literacy, life style, social class, dan online shopping fashion diterima.

Pembahasan

Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, variable financial literacy terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,070 > 2,042$) atau $sig < \alpha$ ($0,047 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel financial literacy berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seorang advokat A.F Kaplale Sidoarjo.

Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa financial literacy memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Pengaruh Financial Literacy terhadap perilaku konsumtif dapat diukur dengan beberapa indikator seperti uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan, serta risiko dan keuangan [4].

Pengaruh Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, variable life style terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,214 > 2,042$) atau $sig < \alpha$ ($0,035 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variable life style berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [10] yang menyatakan bahwa life style memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Social Class Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, variable social class terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($2,406 > 2,042$) atau $sig < \alpha$ ($0,022 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variable social class berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini, variable online shopping fashion terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} ($-2,223 > -2,042$) atau $sig < \alpha$ ($0,034 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variable online shopping fashion berpengaruh dan negative terhadap perilaku konsumtif. Jadi, apabila semakin rendah tingkat online shopping fashion seorang advokat akan semakin meningkat perilaku konsumtifnya.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [7] yang menyatakan bahwa online shopping fashion memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisa yang dilakukan oleh peneliti menggunakan program SPSS diatas maka dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Financial Literacy memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan adanya financial literacy dapat meminimalisir terjadinya perilaku konsumtif yang dimiliki seorang advokat.
2. Life Style memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif, dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin tinggi life style yang dimiliki seorang advokat akan semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki seorang advokat.
3. Social Class berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan memiliki social class yang tinggi dalam kehidupan seorang advokat dapat meningkatkan perilaku konsumtif seorang advokat.
4. Online Shopping Fashion berpengaruh dan negatif terhadap perilaku konsumtif, dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan semakin rendahnya tingkat online shopping fashion akan semakin meningkat perilaku konsumtifnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Allah SWT yang telah memberikan nikmat yang tak terhitung banyaknya serta kemudahan dan kekuatan dalam setiap proses hidup yang dilalui penulis. Serta seluruh rezeki yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1)
2. Terima kasih yang setulus-tulusnya untuk kedua Orang tua tercinta, kakak dan saudara-saudara saya yang telah memberikan kasih sayang, do'a, semangat, motivasi dan dukungan baik berupa moril maupun materil.
3. Untuk teman-teman Prodi Akuntansi A3 yang telah memberikan gagasan, masukan, ide dan motivasi yang sangat berharga demi terselesainya proposal skripsi ini.
4. Semua pihak yang membantu, mendukung, dan berpartisipasi dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

SARAN

Dari kesimpulan diatas maka saran yang dapat dapat penulis berikan yaitu :

1. Bagi peneliti berikutnya dapat memakai variable independen selain variable yang digunakan oleh peneliti saat ini agar semakin luas informasi – informasi yang dapat dijadikan referensi.
2. Dalam penelitian ini Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya bisa memakai metode data wawancara, agar penjelasan yang didapat lebih cermat dan sempurna.
3. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan google form atau penyebaran kuesioner. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya bisa memakai metode data wawancara, agar penjelasan yang didapat lebih cermat dan sempurna.
4. Untuk founder kantor advokat A.F Kaplale untuk lebih memahami financial literacy sehingga dapat meminimalisir terjadinya kesulitan keuangan di masa depan.

REFERENSI

- [1] Aeni, Eni Nur. 2019. Pengaruh onlineshop terhadap perilaku konsumtif [skripsi]. Semarang (ID). Universitas islam negeri walisongo semarang.
- [2] Budanti, Hartiyani Sadu, dkk. 2017. Pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Jurnal UNS. 01(01): 1 – 14.
- [3] Fakhroh, Zakiyatul & Sigit Hermawan. 2017. Pengaruh spending habits dan financial literacy berbasis gender [skripsi]. Sidoarjo (ID). Universitas muhammadiyah sidoarjo.
- [4] Palamba, Febria Grace Sapan. 2018. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa [skripsi]. Yogyakarta (ID). Universitas sanata dharma yogyakarta.
- [5] Pradana. Mario Ferdy. 2013. Pengaruh gaya hidup konsumtif pada mahasiswa [skripsi]. Malang (ID). Universitas Muhammadiyah Malang.
- [6] Rohana, Fatkhul Sani. 2017. Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif [skripsi]. Yogyakarta (ID). Universitas islam negeri sunan kalijaga yogyakarta.
- [7] Rohini, Desti. 2018. Pengaruh belanja online di media sosial terhadap perilaku konsumtif [skripsi]. Yogyakarta (ID). Universitas islam negeri sunan kalijaga yogyakarta.
- [8] Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [9] Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- [10] Sutriati, dkk. 2018. Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. JOM FKIP. 5(01): 1 – 10.
- [11] Wahyuningtias, Sri. 2018. Pengaruh kelas sosial, Jaminan rasa aman, dan lokasi terhadap minat transaksi di Bank Syariah [skripsi]. Lampung. Universitas islam negeri raden intan Lampung.
- [12] Krisdiantoro, dkk. 2016. Pengaruh iklan online, konformitas, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif [skripsi]. Yogyakarta. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

