

**PENGARUH KESTABILAN EMOSI DAN LITERASI KEUANGAN  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT RW 03  
KELURAHAN TANJUNG BARAT**

**Oleh:**

**Agus Jamaludin<sup>1</sup>**

**Tri Anita<sup>2</sup>**

**Adhis Darussalam Pamungkas<sup>3</sup>**

**Fauzan Edi Syahputra<sup>4</sup>**

Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial  
Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Universitas Indraprasta PGRI

**Email:**

agusjamaludin365@gmail.com<sup>1</sup>

itatrianita18@gmail.com<sup>2</sup>

adhis.darussalampamungkas@gmail.com<sup>3</sup>

fauzamedi43@gmail.com<sup>4</sup>

***ABSTRACT***

*The aim of this research is to find out the influence of emotional stability and financial literacy on the consumer behavior of the people of RW 03, Tanjung Barat Subdistrict, South Jakarta. This research methodology uses a field research method, namely a field study method by conducting direct visits and distributing questionnaires, and also uses a library research method, namely a library study method through reading journals, theses and library books, the nature of the research data is qualitative. The total population is 1320 residents of RW 03, Tanjung Barat Subdistrict, Jakarta, while the sample using the Slovin formula is 93 people. The data collection technique in this research uses a questionnaire which is processed using the SPSS version 26 program. Data analysis uses classic tests in the form of Normality test, Multicollinearity test, Heteroscedasticity test, and Co-integration test, while the statistical tests are in the form of multiple linear regression analysis, correlation test, coefficient of determination test, hypothesis test and F test. The research results show partially that there is an influence of emotional stability on consumer behavior, and also an influence of financial literacy on consumer behavior. And simultaneously there is an influence of emotional stability and financial literacy on consumer behavior.*

***Keywords: Consumptive Behavior, Emotional Stability, Financial Literacy***

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masyarakat RW 03 Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan. Pada metodologi penelitian ini menggunakan jenis metode *field research* yaitu metode studi lapangan dengan mengadakan kunjungan langsung dan menyebarkan angket, juga menggunakan metode *library research* yaitu metode studi pustaka melalui membaca jurnal, skripsi dan buku-buku perpustakaan, sifat data penelitian berupa kualitatif. Jumlah Populasi warga RW 03 Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan sebanyak 1.320 orang, sedangkan sampelnya menggunakan rumus slovin sebanyak 93 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Analisis data menggunakan uji klasik berupa uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji ko integrasi, sedangkan uji statistiknya berupa analisis regresi linier berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi, Uji Hipotesis dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial adalah adanya Pengaruh Kestabilan emosi terhadap Perilaku Konsumtif, dan juga adanya pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Dan secara simultan adanya pengaruh Kestabilan emosi dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

**Kata Kunci : Kestabilan Emosi, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif**

### A. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi sangat pesat saat ini, sehingga berdampak pada meningkatnya konsumsi pada masyarakat, konsumsi merupakan sebuah kegiatan untuk menghabiskan daya guna suatu benda baik berupa barang maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Terlebih masyarakat di daerah provinsi DKI Jakarta, yang merupakan pusat perekonomian nasional dan pemerintahan, seiring dengan meningkatnya konsumsi pasti berdampak pada bertambahnya pengeluaran di kalangan masyarakat atau di setiap rumah tangga, konsumsi yang berlebihan dapat memengaruhi harga suatu barang, jika terjadi dalam skala besar tidak menutup kemungkinan dapat menyebabkan kelangkaan suatu barang dan berpengaruh dengan melonjaknya harga, dari sumber Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta inflasi di DKI Jakarta menembus 1,21% pada September 2022, setidaknya dari Januari 2015 hingga Agustus 2022 angka inflasi di Jakarta tidak tembus lebih dari 1%, secara umum, inflasi di DKI Jakarta cukup tinggi karna berada di atas angka inflasi nasional, pengaruh tersebut dapat menjadi faktor menambahnya pengeluaran masyarakat DKI Jakarta (Badan Pusat Statistik, 2023).

Jumlah konsumsi dan pengeluaran sangat erat hubungannya dengan kondisi keuangan masyarakat. Dewasa ini, sering sekali permasalahan keuangan dalam masyarakat berkaitan dengan rasa emosi yang ada di dalam diri, yaitu suatu rangsangan biologis dan psikologis manusia dan kecenderungan untuk bertindak, dalam hal ini banyak sekali masyarakat yang terjebak dalam kondisi tidak tenang

dalam menghadapi gejolak emosi yang dialaminya cenderung untuk melakukan suatu hal yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

**Tabel 1.**  
**Penguatan Konsumtif Masyarakat**

Wilayah	Tahun	
	2020	2021
Kepulauan Seribu	1.190.579	1.219.497
Jakarta Selatan	2.717.039	2.506.431
Jakarta Timur	1.866.274	2.048.309
Jakarta Pusat	2.388.623	2.162.055
Jakarta Barat	2.236.259	2.200.196
Jakarta Utara	2.297.793	2.882.589
DKI Jakarta	2.257.991	2.336.429

Sumber: Badan pusat statistik Provinsi DKI Jakarta

Dari hasil penelitian (Abdullah et al., 2022) menyatakan literasi keuangan tidak ada pengaruh terhadap perilaku konsumtif, tetapi gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, selain itu ada hasil penelitian sebelumnya yang memengaruhi perilaku konsumtif di antaranya: gaya hidup, kebutuhan, produk yang *up to date* dan variatif, promosi yang gencar, lingkungan, kestabilan emosi, literasi keuangan, kredit, dan kemudahan mendapatkan produk. Oleh sebab itu penelitian ini diperlukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumen.

Dalam hal ini tidak sedikit masyarakat salah mengambil langkah untuk menstabilkan emosi justru malah berdampak negatif sehingga cenderung bertindak secara berlebihan. Banyak sekali fenomena sehari-hari masyarakat DKI Jakarta, yang memancing pola hidup konsumtif, sering sekali terjadi untuk memuaskan emosi atau kesenangan yang ada di dalam diri, cenderung membeli suatu barang atau jasa berdasarkan tren atau keinginan saja dan bukan karena kebutuhan, sehingga dapat menimbulkan kesulitan keuangan yang dialami masyarakat DKI Jakarta, hal ini dapat dibuktikan dengan sumber Badan Statistik Provinsi DKI Jakarta yang menyebutkan bahwa pengeluaran per-kapita DKI Jakarta tahun 2020-2021 mengalami kenaikan sebesar 38,87% dikelompok pajak, pungutan, dan asuransi, sedangkan untuk pengeluaran konsumsi makanan mengalami penurunan 0,37%, dan kenaikan 4,23% pengeluaran per-kapita secara keseluruhan dari tahun 2020-2021, dari data tersebut bahwa masyarakat DKI Jakarta lebih banyak mengeluarkan keuangannya untuk hal di luar dari konsumsi makanan, dalam peningkatan pengeluaran per kapita, dapat digarisbawahi bahwa pengeluaran yang meningkat dapat disebabkan perilaku yang konsumtif di kalangan masyarakat DKI Jakarta, dan menimbulkan hal lain yang berkaitan, menurut sumber Badan Pusat Statistik Provinsi DKI, yaitu angka kemiskinan DKI Jakarta, 4,69% pada Maret tahun 2022, naik 3.750 orang dibandingkan bulan September tahun 2021.

Permasalahan kesulitan keuangan bukan hanya terjadi karena kecilnya pendapatan setiap individu, akan tetapi kesulitan keuangan dapat terjadi jika salah dalam mengelola keuangan. Masih banyak masyarakat yang tidak dapat merencanakan keuangan dengan baik, sehingga kasus yang memengaruhi Keuangan masyarakat masih sering terjadi.

Pengetahuan tentang keuangan menjadi sangat penting bagi setiap individu, agar tidak salah dalam membuat keputusan keuangan nantinya (Margaretha & Pambudhi, 2015). Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mengelola keuangan, menyebabkan, banyak masyarakat yang mengalami kerugian keuangan akibat dari pengeluaran yang boros dan konsumtif (Rachmania & Sefudin, 2022). Literasi keuangan terdiri dari, sejumlah kemampuan dan pengetahuan, mengenai keuangan yang dimiliki oleh seorang, untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya dan meningkatkan kesejahteraan (Lusardi et al., 2010). Mengelola keuangan terikat dengan perilaku, kebiasaan dan pengaruh faktor eksternal, seperti yang kita tahu bahwa hal tersebut sangat berkaitan dengan emosi yang ada di setiap individu. Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran pengetahuan, keterampilan sikap dan perilaku yang harus dimiliki setiap individu, dan diiringi dengan cara manusia mengatur setiap emosi yang ada dalam dirinya dengan cara yang tepat agar dapat membuat keputusan keuangan yang sehat hingga akhirnya mencapai kesejahteraan dalam pengelolaan keuangan masyarakat (Pamungkas, 2022; Alifah et al., 2023).

Kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai literasi keuangan, maka sudah menjadi keharusan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang bijak dalam mengelola keuangannya dalam menjalani kehidupan dalam jangka panjang (Shahreza & Lindiawatie, 2021). Seharusnya penstabilan emosi yang benar dan terarah akan menimbulkan dampak yang positif dalam diri setiap individu, seseorang yang stabil emosinya akan dapat menghadapi situasi tertentu dengan tenang, terbuka dan terkendali. Sehingga menimbulkan kebahagiaan dalam setiap individu ke arah yang lebih positif dan lebih terarah dalam menggunakan uang yang dimilikinya.

## **B. KAJIAN PUSTAKA**

(Widyaningrum & Puspitadewi, 2016) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku di mana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang di perlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam psikologi hal ini dikenal dengan *compulsive buying disorder* (kecanduan berbelanja) di mana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan mana kebutuhan dan keinginan. (Sari et al., 2019) menyatakan terdapat beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

- a. Iklan salah satu media untuk mempromosikan suatu produk masyarakat umum. Iklan bertujuan untuk memengaruhi orang yang melihatnya agar tertarik untuk membeli produk tersebut.
- b. Konformitas biasanya terjadi pada masa remaja karena memiliki keinginan kuat untuk berpenampilan menarik, atau untuk memusatkan perhatian hanya pada dirinya sendiri agar dapat menjadi bagian dari kelompoknya.
- c. Gaya hidup meniru cara hidup orang luar negeri dengan menggunakan produk bermerek asal luar negeri yang dapat membentuk gaya hidup secara berlebihan dan dirasa dapat meningkatkan status sosial.

- d. Kartu kredit penggunaan tidak merasa takut untuk kekurangan atau tidak mempunyai uang saat berbelanja karna kemudahan kartu kredit.
- e. Perilaku pembeli yang tidak rasional dapat diukur jika konsumen membeli barang karena ingin mendapatkan hadiah, menjaga penampilan akibat gengsi, ingin meningkatkan kepercayaan diri, memberi simbol sosial, memuaskan nafsu sesaat, ingin meniru idola atau artis kesukaannya, serta membeli suatu produk yang sama dalam rentan waktu yang berdekatan.
- f. Kestabilan emosi juga menentukan harga diri seseorang. Hal ini dapat dilihat dari individu yang memiliki emosi yang stabil saat menghadapi situasi-situasi sosial dalam hubungannya dengan orang lain akan seefektif mungkin meningkatkan akan kebutuhan-kebutuhan menggunakan informasi yang akurat melalui harga diri.

Menurut (Pamungkas et al., 2022) kestabilan emosi adalah kemampuan individu untuk dapat mengendalikan diri sendiri dari berbagai situasi. Dalam kehidupan sehari-hari, tindakan seseorang selalu mendapat pengaruh dari emosinya, keadaan akal dan pertimbangan pikirannya, akan tetapi tidak jarang pula dalam situasi tertentu emosi lebih berpengaruh daripada fungsi-fungsi jiwa yang lain. Emosi merupakan perasaan manusia yang mendalam dan kompleks, yang mempunyai sifat fisik, psikis, pribadi dan sosial, yang terbentuk melalui perkembangan dan dipengaruhi oleh pengalaman serta lingkungan.

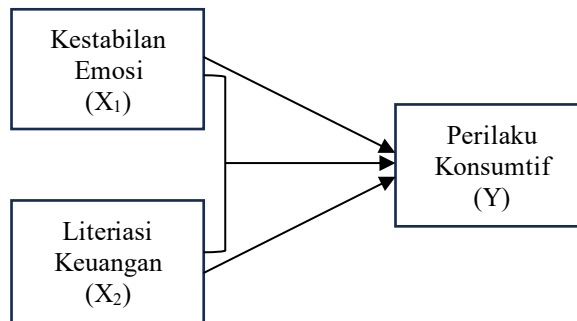
(Syamiya, 2023) mengatakan bahwa emosi memiliki komponen primer yaitu, ekspresi emosi yang merupakan tingkah laku verbal dan nonverbal yang dapat diamati serta berfungsi untuk mengomunikasikan atau memberi simbol terhadap pengalaman emosi, pengalaman emosi yang merupakan sensasi bersifat subjektif yang dirasakan dari respons-respons emosi dan kebangkitan emosi yang bersifat fisiologis.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*). Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan, semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif (Qurota'ayun & Krisnawati, 2019).

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan dan keyakinan serta produk dan jasanya, yang dituangkan dalam parameter atau ukuran literasi. Pengungkapan indeks literasi ini sangat penting dalam melihat peta sesungguhnya mengenai tingkat pengetahuan masyarakat terhadap fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban mereka sebagai pengguna produk dan jasa keuangan (Pamungkas & Alifah, 2021). Literasi keuangan terdiri dari sejumlah kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk mampu mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya dan bertujuan mencapai kesejahteraan. Manfaat implikasi keuangan yang ditimbulkan dari keputusan keuangan merupakan hal yang mendasar dalam literasi keuangan.

Berdasarkan kajian teori maka akan diuraikan alur berpikir peneliti dalam melakukan penelitian, dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu

kestabilan emosi dan literasi keuangan serta satu variabel dependen yaitu perilaku konsumtif, model pemikiran konseptual penelitian dapat dijelaskan melalui gambar sebagai berikut:



Sumber: Ilustrasi Penulis

**Gambar 1.**  
**Kerangka Berpikir**

Gambar 1. menunjukkan bahwa secara parsial kestabilan emosi ( $X_1$ ) memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ), dan literasi keuangan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ). Selain itu secara simultan kedua variabel yaitu kestabilan emosi ( $X_1$ ) dan literasi keuangan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ( $Y$ ).

### C. METODE PENELITIAN

Waktu penelitian dimulai dari Oktober 2022 sampai Juli 2023. Objek penelitian ini adalah masyarakat RW 03, Kelurahan Tanjung Barat, Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh masyarakat RW 03 Kelurahan Tanjung Barat sebanyak 1.320 orang, dalam penelitian ini untuk menentukan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin menjadi 93 responden. Variabel X yaitu kestabilan emosi ( $X_1$ ) dan literasi keuangan ( $X_2$ ) dan Variabel Y perilaku konsumtif.

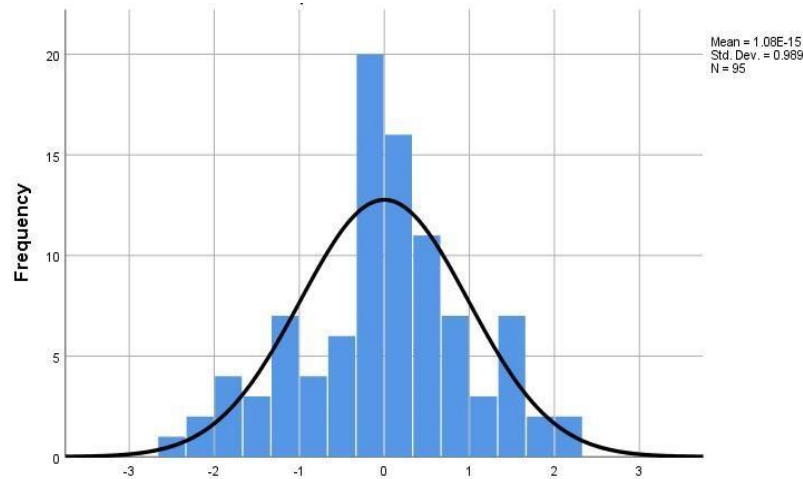
Metode yang digunakan adalah metode *field research* yaitu metode studi lapangan dengan instrumen penelitian yaitu wawancara dan penyebaran angket. Dan metode yang *library research* yaitu metode studi pustaka dengan instrumen penelitian yaitu dari perpustakaan dan Google, dengan sifat data kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26. Analisa data yaitu, uji klasik yaitu: uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi, sedangkan uji statistik yaitu: uji regresi linier berganda, uji korelasi, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis.

## D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

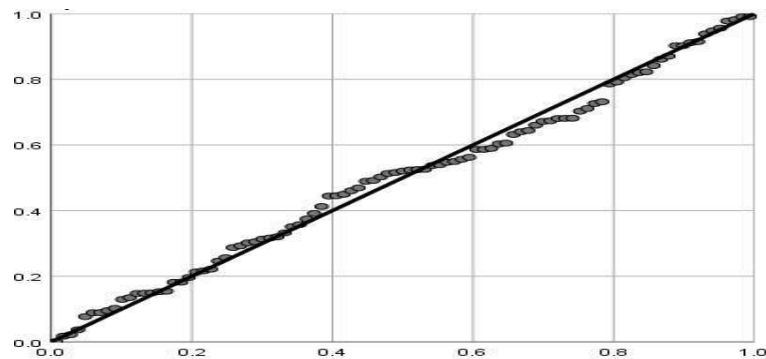
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu mempunyai distribusi normal atau tidak. Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan bantuan SPSS versi 26 didapatkan *output* sebagai berikut:



Sumber: data diolah peneliti

**Gambar 2.**  
**Uji Normalitas Dengan Histogram**

Gambar 2 merupakan hasil uji normalitas dengan histogram, menurut (Sugiyono, 2018). Grafik histogram dikatakan normal jika distribusi data membentuk lonceng *bell shaped*, tidak condong ke kiri atau condong ke kanan, sehingga grafik histogram tersebut dinyatakan normal.



Sumber: data dan gambar diolah peneliti

**Gambar 3.**  
**Grafik Normal P-Plot**

Berdasarkan Gambar 3 normal *p-plot residual* penyebaran data sudah berada di garis normal (garis diagonal). Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Dilakukannya uji multikolinearitas yaitu untuk mengetahui apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen atau tidak. Dasar dalam pengambilan keputusan untuk uji multikolonieritas yaitu nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat di bawah ini:

**Tabel 2.**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

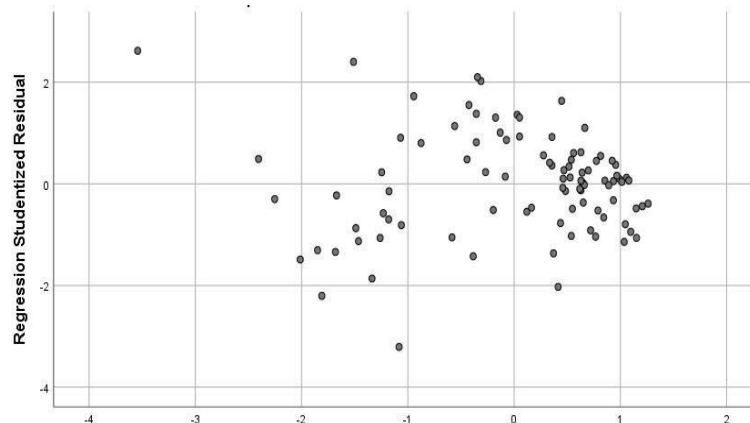
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kestabilan Emosi (X <sub>1</sub> )	0,391	2,557	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Literasi Keuangan (X <sub>2</sub> )	0,391	2,557	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Pengolahan Data dengan SPSS.26

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance (X<sub>1</sub>) 0,391 > 0,1, tolerance (X<sub>2</sub>) 0,391 > 0,1. Nilai VIF (X<sub>1</sub>) 2,557 < 10, VIF (X<sub>2</sub>) 2,557 < 10, maka tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### Uji Heteroskedastisitas

Tahap uji selanjutnya adalah uji heteroskedastisitas untuk mengetahui ada atau tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi, dengan hasil grafik sebagai berikut:



Sumber: data dan gambar diolah peneliti

**Gambar 4.**  
**Grafik Scatterplot**

Berdasarkan Gambar 4 *scatterplot* di atas menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik tidak berpola namun menyebar disekitar angka nol, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Autokorelasi

Pada tahap ini dilakukan uji autokorelasi untuk mendeteksi terjadinya autokorelasi pada nilai residual dari sebuah analisis regresi.

**Tabel 3.**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R-Square</b>	<b>Adjusted R-Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
1	0,746 <sup>a</sup>	0,557	0,547	5,004

a. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, KESTABILAN EMOSI

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan hasil uji autokorelasi diketahui bahwa  $n = 95$ ,  $d = 1,766$  dan  $R = 0,928$ . Sementara  $R\text{-square} = 0,861$  dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$   $dL = 1,6233$ . Selain itu  $dU = 1,7091$ ;  $4\text{-}dU = 2,3767$  dan  $4\text{-}dL = 2,2909$ . Jika  $dU < d < 4\text{-}dU$  maka  $1,7091 < 1,766 < 2,3767$ . Sehingga dapat disimpulkan jika  $dU < d < 4\text{-}dU$  maka dari hasil perhitungan dengan bantuan SPSS versi 26 dapat diketahui bahwa nilai  $d$  atau Durbin Watson yaitu  $1,766$  lebih besar nilai  $dU$  sebesar  $1,7091$ , sementara nilai Durbin Watson ( $d$ ) lebih kecil dari nilai  $4\text{-}dU$  sebesar  $2,3767$  maka dapat disimpulkan tidak terdapat autotokorelasi.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, dalam analisis ini melibatkan lebih dari satu variabel independen, artinya dilakukan secara keseluruhan untuk melihat seberapa besar pengaruh X terhadap Y secara simultan. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel dengan bantuan program SPSS versi 26 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 13,712 + 0,441X_1 + 0,369X_2$$

Interpretasi dari persamaan model regresi di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 13,712 menunjukkan besarnya pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila variabel bebas konstan, maka nilai keputusan pembelian sebesar 13,712.
- Nilai Koefisien Kestabilan Emosi ( $X_1$ ) sebesar 0,441 menunjukkan bahwa apabila Pengaruh Kestabilan Emosi meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,441 dengan asumsi variabel lain konstan.
- Nilai Koefisien Literasi Keuangan ( $X_2$ ) diketahui sebesar 0,369 menunjukkan bahwa apabila Literasi Keuangan meningkat satu satuan, maka akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,369 dengan asumsi variabel lain konstan.

### **Analisis Koefisien Korelasi Berganda**

Analisis koefisien korelasi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada masyarakat RW 03 Kelurahan Tanjung Barat secara simultan.

Adapun untuk mengetahui besarnya koefisien korelasi, peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 26

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan pada Tabel 3, diperoleh angka R sebesar 0,746. Angka tersebut menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.

### Analisis Koefisien Determinasi

Dari output model summary terdapat adjusted R Square sebesar 0,547 yang artinya pengaruh variabel independen yaitu kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif sebesar 54,7%.

### Pengujian Hipotesis

**Tabel 4.**  
**Pengujian Hipotesis**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13,712	4,785		2,865	0,005
KESTABILAN EMOSI	0,441	0,109	0,419	4,038	0,000
LITERASI KEUANGAN	0,369	0,100	0,381	3,676	0,000

Sumber: data diolah peneliti

### Uji Parsial

Pada bagian ini peneliti menguji secara parsial variabel independen yaitu Kestabilan Emosi ( $X_1$ ) dan Literasi Keuangan ( $X_2$ ) sebagai berikut:

#### Kestabilan Emosi ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil hitung terhadap Nilai sig < 0,05 yan disajikan pada Tabel 4, diketahui bahwa  $t_{hitung} = 4,038$ , artinya Nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  di mana nilai  $t_{tabel} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$  adalah 1,98609.

#### Literasi Keuangan ( $X_2$ )

Interpretasi hasil uji t-parsial yang dilakukan pada variabel Kestabilan Emosi ( $X_1$ ) dan variabel Literasi Keuangan ( $X_2$ ) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) menunjukkan tingkat signifikansi masing-masing  $0,00 < 0,05$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $X_1 = 4,038$  dan  $X_2 = 3,673$  dengan  $t_{tabel}$  yang didapat yaitu 1,98609, maka  $H_0$  diterima.

## Uji F

**Tabel 5.**  
**Regression Model**

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2893,743	2	1446,872	57,780	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	2303,794	92	25,041		
	Tota	5197,537	94			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), LITERASI KEUANGAN, KESTABILAN EMOSI

Sumber : Data di olah dari SPSS versi 26

Berdasarkan Tabel 5 diketahui nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 57,780 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,09, sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

## Interpretasi Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif di mana variabel  $X_1$  adalah kestabilan emosi, variabel  $X_2$  adalah literasi keuangan dan variabel  $Y$  adalah perilaku konsumtif, adapun masing-masing variabel memiliki 15 pernyataan. Peneliti sudah melakukan uji instrumen untuk semua pertanyaan kepada 95 orang responden. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kestabilan emosi dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif masyarakat yang ditunjukkan dengan nilai masing-masing variabel kestabilan emosi dengan  $t_{hitung}$  4,038 dan variabel literasi keuangan dengan  $t_{hitung}$  3,673  $>$   $t_{tabel}$  1,98609.

Semakin baik kestabilan emosi dan literasi keuangan masyarakat maka akan semakin rendah perilaku konsumtif yang dilakukan. Hal ini didukung oleh teori (Leoni & Purwasih, 2021; Yudasella & Krisnawati, 2019) menyatakan bahwa kematangan emosi menunjukkan stabilnya emosi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, disisi lain literasi keuangan juga signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di era saat ini. Maka dari itu dengan meningkatkan kestabilan emosi dan literasi keuangan masyarakat akan mampu untuk meminimal.

## E. SIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa kestabilan emosi berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Hasil perhitungan statistik uji parsial, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, maka dapat disimpulkan bahwa kestabilan emosi dan literasi Keuangan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa adanya perbedaan dengan hasil penelitian sebelumnya yaitu literasi keuangan tidak mempengaruhi perilaku

konsumtif, melainkan yang memengaruhinya adalah gaya hidup, lingkungan, produk, harga, promosi, kredit dan lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka. *Jurnal Akuntansi Kompetif*, 5(1), 41–49 <https://doi.org/10.35446/akuntansikompetif.v5i1.817>.
- Alifah, S., Pamungkas, A. D., Leksono, A. W., & Fahrudin, A. (2023). Upaya Peningkatan Literasi Keuangan pada UMKM BOMBASTIS di Bojongsari Kota Depok. *Jurnal PKM Batasa*, 2(2), 55–60. <https://doi.org/10.30998/pkmbatasa.v2i2.1778>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Akhir Tahun 2022, Inflasi Jakarta Kembali Meningkat*. <https://jakarta.bps.go.id/pressrelease/2023/01/02/1017/akhir-tahun-2022--inflasi-jakarta--kembali-meningkat.html>
- Leoni, M. I., & Purwasih, I. (2021). Hubungan antara Kematangan Emosi dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum UIN Raden Fatah Palembang. *Indonesian Journal of Behavioral Studies*, 1(4), 473–487. <https://doi.org/10.19109/ijobs.v1i4.11934>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 358–380. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01173.x>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA S-1 FAKULTAS EKONOMI. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76-85>
- Pamungkas, A. D. (2022). Analisis Literasi Keuangan Pada Siswa SMP Driewanti Kota Bekasi. *JIWP*, 8(1), 171–177. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/download/1268/972>
- Pamungkas, A. D., & Alifah, S. (2021). Pengenalan Literasi Keuangan di SMA/K Driewanti Bekasi. *SNPPM-3 (Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat)*, 3, 313–318.
- Pamungkas, A. D., Alifah, S., & Fahrudin, A. (2022). Upaya Pencegahan Cyberbullying melalui Penguatan Etika Komunikasi pada Remaja Musala Hikmatul Iman Kota Depok. *SNH2PM 2022 (Seminar Nasional Hasil-Hasil Pengabdian Masyarakat 2022)*, 185–191.
- Qurota'ayun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Bandung. *Journal of Accounting and Finance*, 3(1), 46–53. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Rachmania, A., & Sefudin, A. (2022). EFEKTIVITAS LITERASI KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN UANG SAKU MAHASISWA PADA ORGANISASI KARANG TARUNA KELURAHAN GEDONG. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(1), 41–52.

<https://doi.org/10.30998/jabe.v9i1.14708>

- Sari, E. C., Ismanto, B., & Luhsasi, D. I. (2019). Perilaku Konsumtif: Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga. *Ecodynamika*, 2(2).
- Shahreza, D., & Lindiawatie, L. (2021). KETAHANAN EKONOMI KELUARGA DI DEPOK PADA MASA PANDEMI COVID-19. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(2), 148–161.  
<https://doi.org/10.30998/jabe.v7i2.7487>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1 ed.). Alfabeta.
- Syamiya, E. N. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kecerdasan Emosional, dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen*, 7(1), 10–19.  
<https://doi.org/10.35308/jbkan.v7i1.7354>
- Widyaningrum, S., & Puspitadewi, N. W. S. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Tipe Kepribadian Pada Siswa Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 2(6), 102–106.  
<https://doi.org/10.26740/jppt.v6n2.p102-106>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SISWA SEKOLAH MENENGAH ATAS DI KOTA BANDUNG. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687.  
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>