

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### *2.1 The Theory of Planned Behavior*

Ajzen et al., (2020) dalam penelitian terbarunya mengenai *Theory of Planned Behavior* mengatakan bahwa perilaku manusia dipandu oleh tiga jenis pertimbangan: keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi perilaku (keyakinan perilaku), keyakinan tentang ekspektasi normatif orang lain (keyakinan normatif), dan keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manusia. dapat memfasilitasi atau menghalangi kinerja perilaku (keyakinan kontrol). Dalam kelompok agregasi masing-masing, keyakinan perilaku menghasilkan sikap yang menguntungkan atau tidak menguntungkan terhadap perilaku tersebut; keyakinan normatif menghasilkan tekanan sosial yang dirasakan atau norma subjektif; dan keyakinan kontrol menimbulkan kontrol perilaku yang dirasakan atau kemandirian diri. Pengaruh sikap terhadap perilaku dan norma subjektif pada niat dimoderasi oleh persepsi kontrol perilaku. Sebagai aturan umum, semakin disukai sikap dan norma subjektif, dan semakin besar kontrol yang dirasakan, semakin kuat niat orang tersebut untuk melakukan perilaku tersebut. Akhirnya, dengan tingkat kendali aktual yang memadai atas perilaku tersebut, orang diharapkan untuk melaksanakan niat mereka saat ada kesempatan. Niat dengan demikian diasumsikan menjadi anteseden langsung dari perilaku.

Teori ini nampaknya sangat cocok untuk menjelaskan mengenai niat manusia yang ingin mencapai kesejahteraan finansial dengan merencanakan keuangannya berbasis pada literasi keuangan yang ia miliki. Bagaimana seseorang merencanakan dan mengatur pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan finansialnya juga dapat berkaitan dengan perilaku keuangan (Arifin, 2017).

## **2.2 Literasi Keuangan**

### **2.2.1 Pengertian literasi keuangan**

Kim & Nofsinger (2008) mengemukakan bahwa literasi keuangan terdefinisi sebagai pengetahuan dasar yang dibutuhkan seseorang dalam rangka untuk bertahan hidup di masyarakat modern. Menurut Remund (2010) literasi keuangan ialah sebuah parameter wawasan seseorang dalam memahami konsep-konsep keuangan serta kapabilitas dan keyakinan untuk mengelola finansialnya secara pribadi melalui keputusan jangka pendek dan jangka panjang agar tepat, dan sehat dan tetap mencermati peristiwa ekonomi dan pergantian kondisi ekonomi yang terjadi. Atkinson & Messy (2012) mengatakan bahwa literasi keuangan bukan hanya sekedar tentang pemahaman dan pengetahuan yang berhubungan dengan konsep dan risiko keuangan, akan tetapi juga kemampuan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk mengimplementasikan pemahaman dan pengetahuan tersebut dalam pembuatan keputusan supaya lebih efektif di berbagai aspek keuangan, untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan individu masyarakat, sehingga memungkinkan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kehidupan berekonomi. Sedangkan, menurut Goyal & Kumar (2021) literasi keuangan adalah sebuah konsep yang luas dan penelitian terkait berkisar dalam menganalisis hasil literasi keuangan, menilai tingkat di antara berbagai kelompok populasi, faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan dan dampak edukasi keuangan terhadap peningkatan literasi keuangan.

### **2.2.2 Dimensi literasi keuangan**

Yudasella & Krisnawati (2019) mengemukakan bahwa menurut Otoritas Jasa Keuangan, terdapat 2 dimensi di dalam literasi keuangan, yakni:

1. *Basic Financial Literacy*

Pengetahuan dasar mengenai produk keuangan formal, misalnya seperti tata cara dan persyaratan pembukaan rekening di bank, jumlah saldo minimum yang harus ada di dalam rekening bank, dan jumlah deposito yang dijamin oleh pemerintah. Kemudian pemahaman tentang bunga sederhana, bunga majemuk, dan menghitung bunga pinjaman. Serta pengetahuan dasar mengenai inflasi, nilai waktu uang, diskon, biaya opportunity.

## 2. *Advanced Financial Literacy*

Pengetahuan lanjutan mengenai pasar saham, saham, reksadana, obligasi, jenis sekuritas lainnya, dan efek suku bunga pada sekuritas, harga keamanan, dan masalah hubungan pengembalian risiko, diversifikasi asset.

### **2.2.3 Tujuan literasi keuangan**

Sesuai dengan Pasal 3 pada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 76 /POJK.07/2016 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan/Atau Masyarakat, menyatakan bahwa tujuan literasi keuangan meliputi:

1. Meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu; dan
2. Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan Konsumen dan/atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan.

### **2.2.4 Indikator-indikator dalam literasi keuangan**

Remund (2010) memaparkan dalam penelitiannya bahwa terdapat lima indikator dalam literasi keuangan, yakni:

1. Kecakapan dalam berkomunikasi tentang konsep keuangan,

2. Kemampuan untuk membuat keputusan tentang keuangan,
3. Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan.
4. Pemahaman mengenai konsep keuangan,
5. Kecakapan untuk mengelola keuangan personal..

### **2.2.5 Hubungan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif**

Literasi keuangan dapat membuat masyarakat menjadi melek finansial. Menurut Yudasella & Krisnawati, (2019) bila ditilik dari sisi konsumsi, pendidikan serta literasi keuangan memungkinkan masyarakat sebagai konsumen untuk menjadi pembeli yang lebih mengerti tentang harga dan barang. Literasi keuangan juga memungkinkan mereka untuk mendapatkan jasa dan barang yang baik dengan biaya yang lebih rendah. Perilaku konsumtif diharapkan dapat ditekan dengan adanya pemahaman literasi yang baik untuk menciptakan keputusan finansial yang tepat.

## **2.3 Perilaku Keuangan**

### **2.3.1 Pengertian perilaku keuangan**

Perilaku keuangan adalah sebuah disiplin ilmu yang di dalam juga berkaitan dengan disiplin ilmu lainnya, pembahasannya tidak dibatasi sehingga terus menerus akan berintegrasi. Perilaku keuangan sering dikaitkan dengan ilmu psikologi. Jika seseorang ingin mempelajari tentang perilaku keuangan, maka ia harus memahami juga aspek psikologi, aspek sosiologi, dan aspek keuangan. (Arianti, 2017)

Menurut Wicaksono (2015) perilaku keuangan mempelajari tentang bagaimana seorang individu secara nyata berperilaku dalam menentukan keuangannya, khususnya dalam mempelajari tentang bagaimana psikologi dapat

mempengaruhi dalam pengambilan keputusan tentang keuangan, perusahaan, dan juga pasar keuangan.

Perilaku keuangan seseorang juga mencerminkan bagaimana seseorang menggunakan dan mengelola sumber daya keuangannya serta dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan keuangan (Prihastuty & Rahayuningsih, 2018).

### **2.3.2 Indikator-indikator dalam perilaku keuangan**

Perilaku keuangan dapat dikaitkan dengan konsep manajemen keuangan dalam tahap individual. Herawati et al., (2018) mengemukakan bahwa indikator-indikator yang terdapat di dalam perilaku keuangan mencakup:

1. Perilaku dalam menulis perencanaan dan menganggarkan keuangan.

Keuangan harus dibuat perencanaannya dan anggarannya sehingga bisa diukur efisiensi dan efektivitas aktivitas usaha yang dilakukan.

2. Perilaku menabung dan atau berinvestasi.

Menabung adalah kegiatan menyimpan uang untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Menabung berguna apabila suatu saat terjadi keadaan darurat, maka dana tersebut dapat digunakan. Investasi adalah kegiatan mengalihkan modal atau pendapatan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan tambahan di masa depan.

3. Perilaku penggunaan atau pengeluaran uang.

Pilihan dibuat dengan tujuan, dimaksudkan untuk menciptakan beberapa hasil. Pemilihan untuk menggunakan uang tidak dilakukan secara tidak sengaja, karena seseorang memilih untuk menukar uang untuk beberapa pembelian tertentu, dan berpikir untuk kemungkinan pembelian lainnya —atau bahkan tidak membeli apa pun sama sekali.

#### 4. Perilaku mengevaluasi penggunaan anggaran.

Dalam hal ini merupakan perilaku seseorang untuk berkomunikasi mengenai masalah keuangannya, mencatat dan mengevaluasi anggaran yang telah digunakan.

### 2.3.3 Hubungan perilaku keuangan dengan perilaku konsumtif

Menurut Yudasella & Krisnawati, (2019) perilaku keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dikatakan bahwa semakin bagus seseorang dalam mengelola tabungan dan pengeluarannya, maka akan tercermin perilaku keuangan yang baik. Perilaku keuangan merupakan gambaran individu ketika berhadapan dengan pembuatan keputusan mengenai keuangan. Indikator indikator yang terdapat di dalam perilaku keuangan dapat menjadi sebuah pemikiran sebelum seseorang memutuskan untuk mengeluarkan uang.

## 2.4 Perilaku Konsumtif

### 2.4.1 Pengertian perilaku konsumtif

Kegiatan konsumsi merupakan cara yang dilakukan manusia agar dapat memenuhi berbagai jenis kebutuhannya. Namun ada batasan bila kegiatan konsumsi tersebut dilakukan secara berlebihan, maka konsumsi tersebut menjadi tidak wajar dan disebut dengan perilaku konsumtif. Menurut Hidayah & Bowo (2019) kegiatan konsumtif berdasarkan pada kepuasan dan keinginan semata, bukan kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif cenderung menggunakan uangnya untuk membeli suatu barang atau jasa yang menjadi keinginannya, tanpa memikirkan terlebih dahulu tentang kebutuhan yang harus dipenuhi.

Keinginan membeli barang atau jasa yang kurang dibutuhkan termasuk ke dalam perilaku konsumtif. Membeli *item* dalam *game* termasuk ke dalam

perilaku konsumtif karena *item* dalam *game* tidak termasuk ke dalam kebutuhan yang harus dipenuhi. *Player Call of Duty: Mobile* membeli *item* dalam *game* agar merasa karakter mereka lebih terpersonalisasi sesuai dengan keinginan. Hal ini diperkuat dengan hasil laporan dari Francis & Hoefel (2018) yang menyatakan bahwa Generasi Z dan milenial tidak hanya menginginkan untuk produk yang lebih dipersonalisasi, namun mereka juga bersedia membayar premi untuk produk yang menekankan individualitas mereka.

#### **2.4.2 Indikator-indikator dalam perilaku konsumtif**

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator diantaranya:

1. Membeli suatu produk dikarenakan iming-iming mendapat hadiah lain. Adanya hadiah yang ditawarkan ketika membeli produk tersebut dapat menarik individu untuk membelinya.
2. Membeli suatu produk demi menjaga harga diri dan penampilan. Seseorang membeli suatu produk dengan tujuan agar ia memiliki ciri khas dalam berpakaian, berpenampilan dan sebagainya. Tujuan memiliki ciri khas ini ialah agar menarik perhatian orang lain.
3. Membeli suatu produk karena tertarik kemasannya. Pengemasan produk dengan warna-warna yang menarik dan rapi dapat memotivasi seseorang untuk terbujuk membelinya.
4. Mencoba dua atau lebih produk yang berjenis sama tapi merk berbeda. Seseorang cenderung melakukan hal ini untuk membandingkan. Meskipun produk yang sebelumnya belum habis dipakai.
5. Ada penilaian yang muncul ketika membeli produk yang mahal, maka akan menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi. Seseorang terdorong untuk mencoba membeli sesuatu karena mereka percaya bahwa produk tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

6. Membeli produk dengan berdasarkan pertimbangan harga. Seseorang membeli suatu produk yang dianggap paling mewah karena sehari-hari sudah terbiasa berkehidupan mewah. Mereka tidak melihat produk atas dasar manfaat atau kegunaannya.
7. Memakai suatu produk karena meniru perilaku model yang mengiklankan. Pemujaan terhadap idolanya menyebabkan seseorang cenderung membeli dan memakai produk yang diiklankan oleh public figur idolanya.
8. Membeli produk untuk menjaga status sosialnya. Pembelian barang-barang yang bersifat eksklusif dan mahal, dapat memberi kesan bahwa ia berasal dari kelas sosial yang tinggi sehingga dinilai mampu menunjang simbol status agar terlihat lebih hebat di depan orang lain.

## **2.5. *Call of Duty: Mobile***

### **2.5.1 Pengertian *Call of Duty: Mobile***

*Call of Duty: Mobile* merupakan permainan video tembak-menembak yang mengambil perspektif dari orang pertama. Permainan ini dikembangkan oleh Tencent Games, lalu diterbitkan oleh Activision untuk dapat diakses melalui Android dan iOS. Permainan ini dapat diunduh secara gratis di playstore untuk *smartphone* berbasis android dan appstore untuk *smartphone* berbasis iOS. Awalnya *Call of Duty: Mobile* dirilis secara beta di negara-negara tertentu pada bulan Juli 2019. Kemudian rilis secara global pada tanggal 1 Oktober 2019. Untuk negara-negara Eropa dan Amerika, permainan ini dipasarkan oleh Activision. Di negara Asia, pemasarannya dilakukan oleh Garena. Dan di Tiongkok sendiri dipegang langsung oleh Tencent Games.

### **2.5.2 Pengertian Istilah *Player* dalam game *Call of Duty: Mobile*.**

*Player* merupakan sebutan untuk orang-orang yang menjadi peserta dalam sebuah permainan. Istilah ini berlaku untuk semua jenis permainan dan



oleh karena itu mengacu pada peserta permainan pemain tunggal dan multipemain. Dalam penelitian ini, *player Call of Duty:Mobile* dijadikan sebagai objek penelitian berdasarkan dengan fenomena yang terjadi mengenai perilaku konsumtif pada pemain *game online* dan permainan *Call of Duty:Mobile* dipilih karena peneliti melihat bahwasanya *game* ini masuk di nomor 4 *Top Grossing* pada kategori *action game* di *Google Playstore* yang mengindikasikan bahwa *game* ini memiliki pendapatan yang tinggi berdasarkan pembelanjaan *virtual* yang dilakukan di dalam aplikasi tersebut oleh penggunanya.

### **2.5.2 Mode bermain dalam *Call of Duty: Mobile***

Berbeda dengan *game* PUBG (*Player Unknown's Battle Ground*), dimana mereka berfokus pada mode *battle royale*. *Call of Duty: Mobile* memiliki 2 mode yang dapat digunakan untuk bermain. Yang pertama adalah mode *multiplayer*, yang menjadi andalan dari *Call of Duty: Mobile*, dimana *player* akan bermain lima versus lima dan memiliki misi khusus di tiap modenya. Mode *multiplayer* ini memiliki kesamaan seperti di permainan *Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO)* atau *Point Blank (PB)*. Dengan tempo permainan yang sangat cepat bila dibandingkan dengan mode *battle royale* yang biasanya memiliki tempo permainan antara 15-30 menit. Kemudian mode permainan kedua di *Call of Duty: Mobile* adalah *battle royale*. *Battle royale* merupakan sebuah mode dimana *player* akan ditempatkan dalam sebuah map (wilayah) dan berisikan 100 *player* lainnya. Mode *Battle royale* ini dapat dimainkan secara solo (1 *player*), duo (2 *player*) dan juga squad (4 *player*). Karena dapat dimainkan secara bersama-sama dengan orang lain, juga ditambah adanya fitur *voice chat in-game*, maka di dalam permainan, *player* dapat berbicara langsung dengan *player-player* lain dari berbagai macam kota di Indonesia.

### 2.5.3 Microtransaction dalam Call of Duty: Mobile

*Microtransaction* dalam *game* dapat diartikan sebagai pembayaran dalam *game* yang membuka beberapa fitur atau item yang memberikan konten khusus. Umumnya pembayarannya menggunakan uang virtual yang dapat dibeli dengan menggunakan uang asli. *Microtransaction* sendiri memiliki berbagai bentuk disesuaikan oleh developer dan publisher. Di dalam *call of duty: mobile*, jenis *microtransaction*nya hanya berpusat pada pada konten yang tidak mempengaruhi permainan. Contohnya seperti seperti skin senjata, emoticon, dan karakter. Ketika memainkan *Call of Duty: Mobile*, *player* tidak perlu melakukan pembelian untuk mendapatkan dan mengupgrade senjata. *player* cukup menjalankan misi saja agar mendapatkan poin untuk upgrade senjatanya. Dengan kata lain, *Call of Duty: Mobile* bukanlah merupakan *game pay to win*. Karena *player* tidak perlu membayar mahal untuk mendapatkan kemampuan khusus agar bisa meraih kemenangan.

Sistem *microtransaction* dalam *game Call of Duty: Mobile* berupa sistem *gacha*. *Gacha* memiliki kemiripan dengan permainan *spinning wheel* (roda berputar) atau *Lucky draw* yang nantinya akan mendapatkan item tertentu. Hanya saja, *Gacha* dalam *game* ditentukan oleh RNG (*Random Number Generator*) dalam *rate* atau *rasio* tertentu. Sistem *gacha* ini sering disebut sebagai perjudian. Tuduhan perjudian terjadi karena *player* menggunakan uang asli sebagai alat pembayaran, dimana mereka berharap akan mendapatkan *item* yang diinginkan. Masalah lain tuduhan tersebut adalah adanya rasa ketagihan ingin terus mencoba *gacha*, meskipun mengorbankan banyak uang. Ada banyak pemain yang rela menghabiskan uang berjuta-juta hanya demi mendapatkan item yang hanya bisa didapatkan dari sistem *gacha* ini. Oleh karena itu, sistem *gacha* dinilai cukup efektif dalam strategi marketing pengembang *game* untuk mengeruk rupiah dari pemain. Para pemain pun kerap memamerkan hasil dari *gacha* yang mereka dapatkan, terutama apabila mereka berhasil mendapatkan barang yang tingkat *ratenya* sangat kecil (langka atau biasa disebut SSR (*Super*

*Super Rare*) dalam *game*) yang kemudian dikenal dengan istilah "tebar garam" karena membuat orang lain menjadi *salty* (*salt* = garam) atau iri.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Di bawah ini merupakan tabel yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan rujukan dan referensi dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut :



Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Ari Susanti, Ismunawan, Pardi, Elia Ardyan (2017).  Vol. 18	Tingkat Pendidikan, Literasi Keuangan, dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan UMKM di Surakarta	<b>Independen:</b> Tingkat pendidikan, Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan  <b>Dependen:</b> Perilaku Keuangan	1. Tingkat pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan UMKM. 2. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan UMKM. 3. Perencanaan keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan UKM.
2	Winarno (2018)  Vol. 4 No. 1	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> , <i>Financial Behavior</i> Dan <i>Financial Attitude</i> Terhadap Personal <i>Financial Management</i>	<b>Independen:</b> <i>Financial Knowledge</i> , <i>Financial Behavior</i> , <i>Financial Attitude</i>  <b>Dependen:</b> <i>Personal Financial Management</i>	<i>Financial knowledge</i> , <i>financial behavior</i> , dan <i>financial attitude</i> memiliki pengaruh positif terhadap manajemen keuangan personal secara parsial.

3	Dyah Rini Prihastuty, Sri Rahayuningsih (2018)  Vol. 03, No. 02	Pengaruh <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya)	<b>Independen:</b> <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , Demografi  <b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel <i>Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude</i> , Demografi berpengaruh terhadap variabel Perilaku Konsumtif
4	Ighfa Fahira Yudasella, Astrie Krisnawati (2019) Vol. 03, No. 6	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas Di Kota Bandung	<b>Independen:</b> Literasi Keuangan  <b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Kota Bandung.
5	Yusnizal Firdaus, Yulia Pebrianti, Titi Andriyani (2018)  Vol. 02, No. 2	Pengaruh Kecanduan <i>Game Online</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Pengguna <i>Game Online</i>	<b>Independen:</b> Kecanduan <i>Game Online</i>  <b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif	a. Tingkat kecanduan <i>Game Online</i> siswa SMAN 1 dan SMAN 2 Palembang adalah sebesar 46,17% dan tergolong “Cukup” berdasarkan interpretasi skor.  b. Tingkat pengaruh <i>Game Online</i> terhadap perilaku konsumtif siswa pengguna <i>Game Online</i> SMAN 1 dan SMAN 2 Palembang sebesar 48,13% dan berdasarkan interpretasi skor tergolong “Cukup”.

6	<p>Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina Febriaty (2018)</p> <p>Vol. 2, No. 3</p>	<p>Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa</p>	<p><b>Independen:</b> Gaya Hidup, Literasi Keuangan</p> <p><b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif</p>	<p>1. gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Jika gaya hidup semakin mewah maka akan meningkatkan perilaku konsumtif.</p> <p>2. Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan manajemen fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangannya maka akan menurunkan perilaku konsumtif.</p> <p>3. Gaya hidup dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p>
7	<p>Zahra Qurota'yun, Astrie Krisnawati (2019)</p> <p>Vol. 3, No. 1</p>	<p>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung</p>	<p><b>Independen:</b> Literasi Keuangan</p> <p><b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif</p>	<p>Literasi keuangan berpengaruh secara signifikan negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial di Kota Bandung. Ketika tingkat literasinya naik, perilaku konsumtif akan menurun.</p>

8	Anisa Nurfauzia, Nurdin (2019)  Vol 5, No.1,	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2015)	<b>Independen:</b> Literasi Keuangan  <b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif	1. Terdapat pengaruh yang cukup kuat dan ke arah positif antara variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Dimana hal ini menandakan bahwa literasi keuangan yang meingkat maka tingkat perilaku konsumtifnya akan menurun 2. Mahasiswa perempuan lebih konsumtif dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki, hal ini kemungkinan disebabkan karena mereka lebih mudah terbujuk teman atau termakan rayuan iklan.
9	Natasha Shanty Herawati, Lutfi (2015)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Bisnis Di Surabaya	<b>Independen:</b> Literasi Keuangan, Faktor Demografi  <b>Dependen:</b> Perilaku Konsumtif	1. Literasi keuangan menaikkan perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya secara parsial. 2. faktor demografi jenis kelamin perempuan tidak berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya secara parsial.

Tabel 2.1 menunjukkan bahwa telah banyak peneliti yang melakukan penelitian terkait dengan literasi keuangan, perilaku keuangan, terhadap perilaku konsumtif berdasarkan berbagai macam faktor lain yang mempengaruhi misalnya gaya hidup dan hubungan sosial. Berdasarkan penelitian terdahulu yang berada di dalam tabel, terdapat persamaan dan perbedaan antara peneliti terdahulu dan sekarang. Dalam penelitian ini, ada 2 variabel yang sama yakni literasi keuangan dan perilaku keuangan, dengan pemilihan objek dan subjek yang berbeda variable, diduga akan memberikan

pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dibawah ini merupakan tabel research gap yang dibuat berdasarkan hasil penelitian sebelumnya.

**Tabel 2.1 *Research Gap***

Penelitian	<i>Literasi Keuangan</i>	<i>Perilaku Keuangan</i>	<i>Perilaku Konsumtif</i>
Ari Susanti, Ismunawan, Pardi, Elia Ardyan (2017).	✓	✓	
Winarno (2018)	✓	✓	
(Herma Wiharno, 2018)	✓		✓
Dyah Rini Prihastuty, Sri Rahayuningsih (2018)	✓	✓	✓
Ighfa Fahira Yudasella, Astrie Krisnawati (2019)	✓		✓
Delyana Rahmawany Pulungan, Hastina	✓		✓

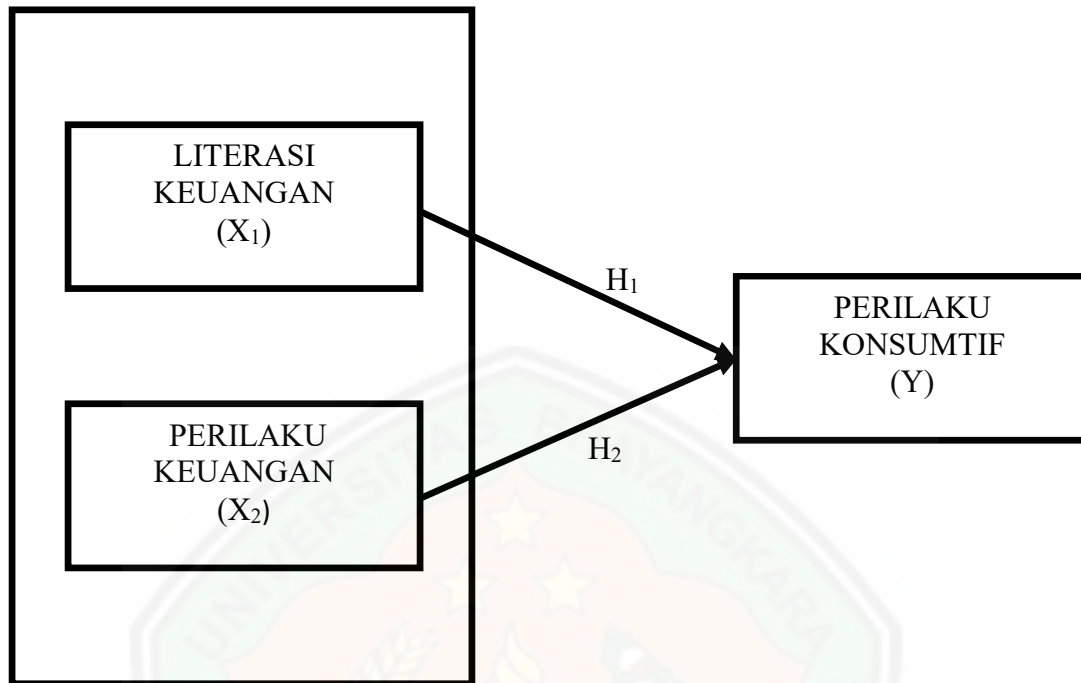


Febriaty (2018)			
Zahra Qurotaa'yun, Astrie Krisnawati (2019)	✓		✓
Anisa Nurfauzia, Nurdin (2019)	✓		✓
Natasha Shanty Herawati, Lutfi (2015)	✓		✓
Intan Syafira Nurfauzi (2021)	✓	✓	✓

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini dibuat dengan tujuan untuk mempermudah dalam memahami pengaruh antara variabel independen yang berupa literasi keuangan, dan perilaku keuangan, terhadap variabel dependen yang merupakan perilaku konsumtif. Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat dilihat seperti berikut:

**Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir**



## **2.8 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis memiliki pengertian sebagai sebuah jawaban yang bersifat sementara untuk sebuah permasalahan penelitian, sampai dapat dibuktikan melalui data-data yang telah terkumpul. Disebut sementara karena jawaban yang diberikan belum didasari oleh fakta-fakta yang nantinya diperoleh melalui pengumpulan data dengan kuisisioner. (Sugiyono, 2015: 96).

### **2.8.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Literasi keuangan sebuah konsep yang luas dan penelitian terkait berkisar dalam menganalisis hasil literasi keuangan, menilai tingkat di antara berbagai kelompok populasi, faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan dan dampak edukasi keuangan terhadap peningkatan literasi keuangan. (Goyal & Kumar, 2021). Literasi keuangan diyakini dapat membantu seseorang menghindari masalah keuangan dengan cara mengelola asetnya sesuai dengan

konsep keuangan sehingga diharapkan bermanfaat bagi jangka pendek dan jangka panjang. (Udayanthi et al., 2018)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yudasella & Krisnawati (2019), literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif Siswa SMA di Kota Bandung. Jadi bila ditilik dari sisi konsumsi, pendidikan serta literasi keuangan memungkinkan masyarakat sebagai konsumen untuk menjadi pembeli yang lebih mengerti tentang harga dan barang. Pada penelitian oleh Fauzia & Nurdin (2019), disebutkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara signifikan dan negatif pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Bandung angkatan 2015 dan disebutkan bahwa jika tingkat literasi keuangannya naik, tingkat perilaku konsumtifnya akan turun. Akan tetapi menurut penelitian Prihastuty & Rahayuningsih (2018), terhadap Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, didapat hasil bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun mahasiswa memiliki literasi keuangan, akan tetapi perilaku konsumtifnya tidak dapat dikendalikan. Hal itu disebabkan karena gaya hidup, lingkungan, serta gencarnya iklan suatu produk yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa yang ceroboh. Sedangkan menurut penelitian oleh N. S. Herawati, (2015), disebutkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif dimana artinya ketika tingkat literasi keuangan seseorang naik, maka tingkat perilaku konsumtifnya juga naik. Melihat terdapat perbedaan hasil penelitian pada beberapa penelitian sebelumnya, yang kemungkinan disebabkan oleh perbedaan objek penelitian, maka dari itu peneliti ingin mengujikan hipotesa dalam penelitian ini.

**H<sub>1</sub> : Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada player *Call of Duty: Mobile*.**

## 2.8.2 Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Perilaku keuangan adalah sebuah disiplin ilmu yang di dalam juga berkaitan dengan disiplin ilmu lainnya, pembahasannya tidak dibatasi sehingga terus menerus akan berintegrasi. Perilaku keuangan sering dikaitkan dengan ilmu psikologi. Jika seseorang ingin mempelajari tentang perilaku keuangan, maka ia harus memahami juga aspek psikologi, aspek sosiologi, dan aspek keuangan. (Arianti, 2017)

Dalam variabel perilaku keuangan, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Prihastuty & Rahayuningsih (2018), menunjukkan bahwa perilaku keuangan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin rasional perilaku keuangan mahasiswa, maka perilaku konsumtifnya akan rendah, karena mereka berpikir bagaimana untuk mengefisienkan penggunaan sumber daya keuangannya.

Untuk variabel perilaku keuangan, peneliti tidak menemukan cukup banyak jurnal yang meneliti tentang pengaruh variabel ini terhadap perilaku konsumtif. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengujikan hipotesa seperti yang tertera di bawah ini untuk menguji kebenaran dari penelitian sebelumnya, yang menyatakan bahwa pribadi yang memiliki perilaku keuangan yang baik, maka berusaha untuk menekan perilaku konsumtifnya.

**H<sub>2</sub> : Perilaku keuangan memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap Perilaku konsumtif pada *player Call of Duty: Mobile*.**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Untuk membantu peneliti agar lebih mempermudah, dasar penelitian difokuskan terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data yang berbentuk angka-angka dan analisis data dilakukan dengan bantuan aplikasi statistik. Teknik kuantitatif digunakan untuk meneliti dalam populasi atau sampel tertentu. Untuk mengumpulkan data kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer, dimana nantinya akan dilakukan pembagian kuisisioner kepada responden untuk mengumpulkan jumlah data dari responden. Jawaban responden mengenai persoalan yang ada di dalam kuisisioner, diukur dengan skala *likert*. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. dalam penelitian ini. Data yang diperoleh mengenai Literasi Keuangan, dan Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang pengaruh variabel independen yaitu Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif secara parsial.

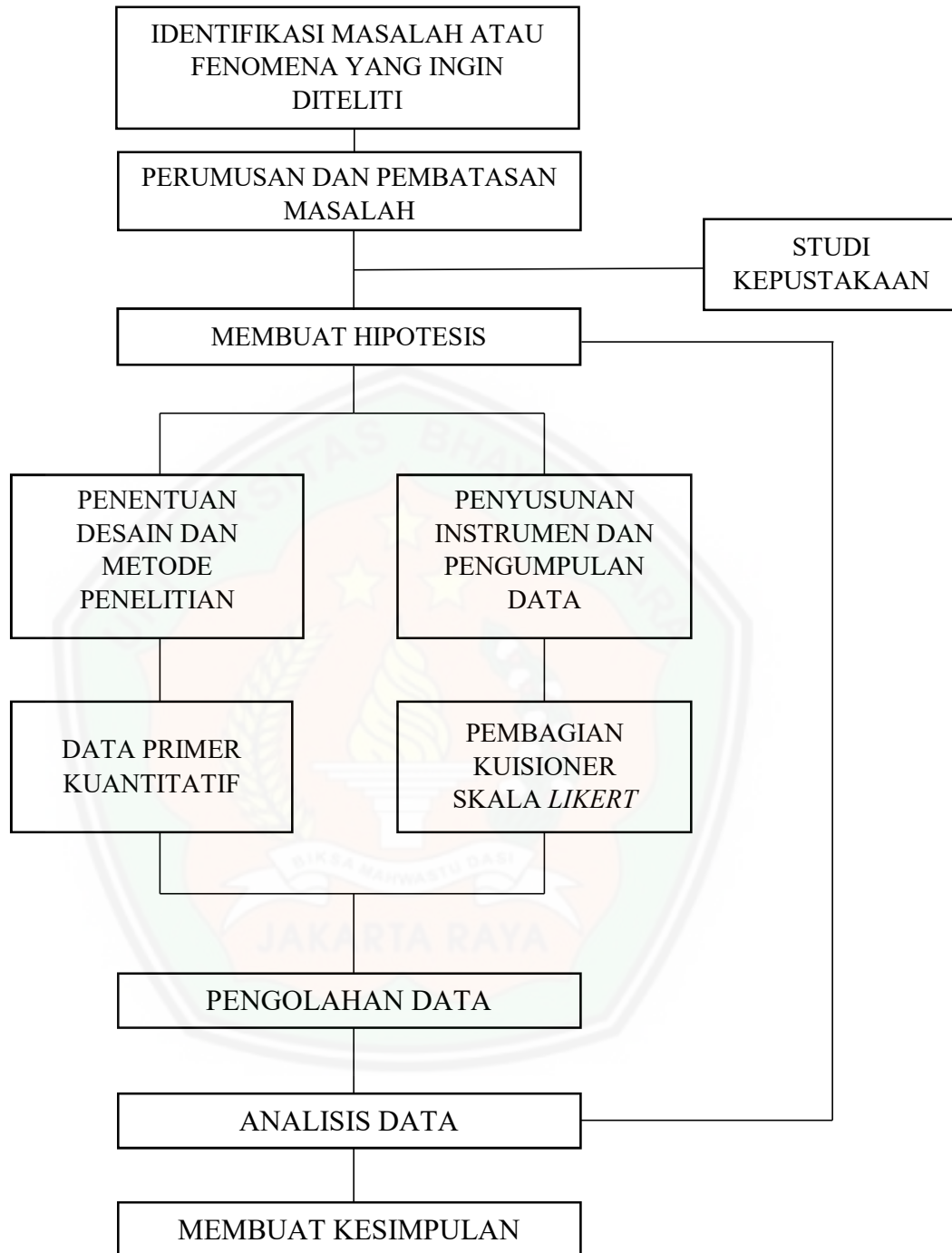
Objek penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah *Player Call of Duty:Mobile*. Peneliti memilihnya berdasarkan dengan fenomena yang terjadi mengenai perilaku konsumtif pada pemain *game online* dan dalam hal ini *Call of Duty:Mobile* dipilih karena *game* ini merupakan *game* ini masuk di nomor 4 *Top Grossing* pada kategori *action game* di *Google Playstore* yang mengindikasikan bahwa *game* ini memiliki pendapatan yang tinggi berdasarkan pembelajaran yang dilakukan di dalam aplikasi tersebut oleh penggunanya. Selain itu peneliti juga merupakan pelaku asli yang turut bermain dan bergabung di dalam komunitas *Call of Duty:Mobile* sehingga peneliti juga memiliki pengalaman dalam melakukan transaksi pembelian *item virtual* untuk mendukung keseruan dalam bermain.

### 3.2 Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian berisi gambaran umum mengenai proses penelitian yang dilakukan, tahapan-tahapan ini harus dilakukan secara seksama agar didapatkan hasil penelitian yang valid, optimal, dan reliabel. Urutan dalam tahapan penelitian berikut ini dapat dilihat dari tabel dibawah ini:



**Gambar 3. 1 Kegiatan Penelitian**



Berdasarkan alur di atas, dapat dijelaskan metode penelitian yang dilakukan adalah:

1. Tahap Identifikasi Masalah atau Fenomena.

Di tahap ini, peneliti mencari tahu dan mengidentifikasi fenomena yang ingin diteliti seperti apa berdasarkan hasil observasi dari kehidupan nyata. Dengan dilakukannya identifikasi masalah sehingga akan ditemukan topik yang lebih spesifik untuk dilakukan pengkajian yang lebih spesifik lagi.

2. Perumusan dan Pembatasan Masalah

Penentuan serta pembatasan ini berguna agar peneliti tetap berfokus pada arah tujuan penelitian, sehingga mencegah dari pembahasan masalah yang terlalu bias.

3. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan kegiatan dimana peneliti menghimpun informasi yang relevan mengenai penelitian yang hendak dilakukan. Informasi-informasi tersebut diperoleh berdasarkan buku-buku, artikel jurnal, pencarian internet, serta sumber-sumber lainnya. Studi kepustakaan dilakukan agar penelitian dapat lebih ditunjang melalui teori-teori yang sudah ada dan berdasarkan bukti nyata penelitian terdahulu.

4. Hipotesis

Membuat pernyataan awal berdasarkan teori yang sudah ada, sebagai anggapan dasar dan masi bersifat praduga hingga dibuktikan kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

5. Penentuan Design dan Metode Penelitian

Di tahap ini, peneliti menentukan metode yang digunakan yakni dengan sumber data primer, pengumpulan data melalui kuisioner dan jenis penelitiannya menggunakan metode kuantitatif yang berupa angka.

6. Penyusunan Instrument dan Pengumpulan Data



Pada tahap ini, peneliti melakukan penyebaran kuisisioner yang terbagi menjadi 3 bagian disesuaikan dengan variabel, yaitu mengenai Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Perilaku Konsumtif. Tiap variabel akan memuat indikator masing-masing di dalam kuisisioner yang disusun dalam *Google Form* dan kemudian disebarakan kepada responden.

#### 7. Pengolahan Data

Dalam tahapan ini, proses pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi *software* statistik smartPLS (*Partial Least Square*) versi 3.0

#### 8. Pembuatan Kesimpulan

Sebagai tahap terakhir dari penelitian, kesimpulan ditarik melalui hasil analisis data serta dilakukan pengecekan apakah maksud dan tujuan penelitian sudah terpenuhi.

### 3.3 Model Konseptual Penelitian

Dalam penelitian ini, dibuat model konseptual penelitian seperti yang digambarkan pada skema di bawah ini:

**Gambar 3. 2 Konseptual Penelitian**



Dari gambaran tersebut, dapat kita lihat pada gambar 3.2 bahwa variabel dependen (Y) yaitu Perilaku Konsumtif dipengaruhi oleh beberapa variabel

independen (X) diantaranya adalah Literasi Keuangan ( $X_1$ ), dan Perilaku Keuangan ( $X_2$ ).

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

#### **3.4.1 Batasan Operasional Variabel**

Sujarweni (2015) menjelaskan bahwa penentuan batasan operasional ditujukan agar suatu konsep dapat dijelaskan karakteristiknya secara spesifik dan lebih substantif, sehingga menghindarinya adanya penyimpangan dari pembahasan lainnya.

1. Variabel Dependen (Y), yaitu adalah Perilaku Konsumtif
2. Variabel Independen (X), diantaranya terdiri dari Literasi Keuangan ( $X_1$ ), Perilaku Keuangan ( $X_2$ ).

#### **3.4.2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel dalam penelitian merupakan sebuah bentuk dari kerangka konsep yang telah disusun oleh peneliti, dimana segala sesuatu yang berkaitan akan menjadi objek penelitian. (Syahrums & Salim, 2014). Operasional variabel diartikan sebagai dasar karakteristik yang bisa kita amati dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam melakukan pengukuran secara cermat atau mengobservasi objek dari penelitian tersebut (Sujarweni, 2015) . Instrumen yang terdapat di dalam penelitian ini melalui pendekatan kuantitatif, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuisisioner yang dibuat sendiri oleh peneliti dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Tahun</b>
Literasi Keuangan	Literasi keuangan merupakan pemahaman dan pengetahuan seseorang mengenai konsep keuangan untuk mengambil keputusan mengenai penggunaan dan pengelolaan finansial	a) Pengetahuan tentang konsep keuangan b) Kemampuan untuk membuat keputusan tentang keuangan, c) Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan. d) Kecakapan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan e) Kecakapan untuk mengelola keuangan personal	8	(Remund, 2010)
Perilaku Keuangan	Perilaku Keuangan adalah bagaimana seseorang secara nyata berperilaku dalam menggunakan dan mengalokasikan pendapatan dan pengeluarannya	a) perencanaan dan penganggaran keuangan b) menabung dan berinvestasi c) penggunaan dan pengeluaran uang d) mengevaluasi penggunaan anggaran	8	Herawati, Candiasa, & Suharsono (2018)
Perilaku Konsumtif	Perilaku Konsumtif didefinisikan sebagai kegiatan konsumsi yang berlebihan, yang bukan berdasarkan pada kebutuhan melainkan pada kepuasan dan keinginan semata	a) Pembelian karena diimingi hadiah lain b) Pembelian demi harga diri dan penampilan c) Pembelian karena tertarik dengan kemasan d) Pembelian dua atau lebih produk yang berjenis sama tapi merk berbeda e) Pembelian barang mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri f) Pembelian produk berdasarkan pertimbangan harga g) Pembelian suatu produk karena meniru perilaku model yang mengiklankan	8	(Sumarto no, 2002)

		h) Pembelian produk untuk menjaga status sosial		
--	--	---	--	--

### 3.4.3 Pengukuran Variabel Penelitian

Untuk menjelaskan secara detail berkaitan tentang pengukuran setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, masing-masing variabel diukur menggunakan skala *likert* dengan pemberian skor 1 – 5. Skala *likert* adalah skala yang mengukur pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau kelompok mengenai suatu fenomena sosial. Nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu, dinyatakan dalam bentuk angka sehingga hasil penelitian dapat lebih efisien, akurat, dan komunikatif. Berikut adalah tabel mengenai skala *likert* dan nilai (*scoring*):

**Tabel 3. 2 Skala Likert**

No	Keterangan	Nilai/ Skor
1	Sangat Sesuai (SS)	5
2	Sesuai (S)	4
3	Kurang Sesuai (KS)	3
4	Tidak Sesuai (TS)	2
5	Sangat Tidak Sesuai (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017)

### 3.4.4 Skala Instrumen

Untuk pengisian setiap butir instrument penelitian, disediakan pernyataan yang dapat dipilih alternatifnya sesuai dengan kondisi responden. Responden dapat memilih salah satu dari jawaban yang telah disediakan, dan setiap jawabannya bernilai antara 1-5. Untuk menilai tanggapan responden mengenai variabel  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $Y$  maka analisis yang digunakan ialah berdasarkan mean (rata-rata) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata ini didapat dengan menjumlahkan data keseluruhan dengan setiap variabel, kemudian dibagi dengan jumlah responden.

### 3.4.5 Kisi-kisi instrumen

Dalam setiap pernyataan pada penelitian ini diadopsi berdasarkan indikator terdahulu. Pernyataan pada variabel Literasi Keuangan berjumlah 6 item diadopsi dari penelitian terdahulu oleh Remund (2010), pernyataan pada variabel Perilaku Keuangan berjumlah 10 item diadopsi dari penelitian oleh Herawati, Candiasa, & Suharsono (2018), pernyataan pada variabel Perilaku Konsumtif berjumlah 8 item diadopsi dari penelitian terdahulu oleh Sumartono (2002). Kisi kisi instrument dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen**

Variabel	Indikator	No. Item	Skala
Literasi Keuangan (X <sub>1</sub> )	Pemahaman tentang konsep keuangan	1,2	Interval
	Kemampuan untuk membuat keputusan tentang keuangan	3,4	Interval
	Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan di masa depan	5,6	Interval
	Kecakapan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan	7	Interval
	Kecakapan untuk mengelola keuangan personal	8	Interval
Perilaku Keuangan (X <sub>2</sub> )	perencanaan dan penganggaran keuangan	1,2	Interval
	menabung dan berinvestasi	3,4	Interval
	penggunaan dan pengeluaran uang	5,6	Interval
	mengevaluasi penggunaan anggaran	7,8	Interval
Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian karena diimingi hadiah lain	1	Interval
	Pembelian demi harga diri dan penampilan	2	Interval
	Pembelian karena tertarik dengan kemasan	3	Interval
	Pembelian dua atau lebih produk yang berjenis sama tapi merk berbeda	4	Interval
	Pembelian barang mahal untuk menumbuhkan rasa percaya diri	5	Interval
	Pembelian produk berdasarkan pertimbangan	6	Interval

	harga		
	Pembelian suatu produk karena meniru perilaku model yang mengiklankan	7	Interval
	Pembelian produk untuk menjaga status sosial	8	Interval

### **3.5 Waktu dan Tempat Penelitian**

#### **3.5.1 Waktu Penelitian**

Adapun waktu yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah dimulai dari bulan Maret 2021 sampai dengan bulan Mei 2021. Pada bulan Maret 2021, peneliti mulai membuat kuisisioner dan menyebarkannya, kemudian di bulan April merupakan periode pengumpulan data dan di bulan Mei peneliti mulai mengolah data yang diperoleh dari hasil kuisisioner.

#### **3.5.2 Tempat Penelitian**

Penelitian akan dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan menggunakan *google form* dalam komunitas-komunitas *Call of Duty: Mobile*, karena bersifat digital dan peneliti juga merupakan salah satu pengurus dalam komunitas tersebut. Objek penelitian merupakan *player Call of Duty: Mobile*.

### **3.6 Metode pengambilan populasi dan sampel**

#### **3.6.1 Pengertian populasi dan sampel**

Sugiyono (2015:117) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki karakteristik/sifat serta kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi tidak hanya terdiri dari orang, melainkan objek dan benda alam lainnya. Sedangkan sampel merupakan gambaran perwakilan dari populasi yang diambil oleh peneliti dikarenakan

keterbatasan yang dimiliki oleh peneliti, misalnya dalam sumber dana, tenaga, dan waktu. Maka dari itu, sampel yang diambil adalah yang merepresentasikan populasi tersebut.

### 3.6.2 Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode *non-probability sampling*. Teknik yang digunakan adalah *purposive sample*. Dalam metode ini, elemen populasi dipilih atas dasar ketersediaan atau karena pertimbangan pribadi bahwa mereka dapat mewakili populasi (Ferdinand,2006). *Purposive sampling* dipilih karena responden yang dipilih sesuai dengan karakteristik yang memenuhi kriteria dalam penelitian, sesuai dengan batasan masalah. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Player Call of Duty Mobile* yang tergabung di dalam sebuah *clan*.
2. *Player Call of Duty Mobile* yang pernah melakukan pembelian *item* dalam *game*.

Proses penyebaran kuisisioner dilakukan secara random dengan menyebarkan kuisisioner hanya di dalam komunitas *game*. Karena tujuan penelitian ialah meneliti perilaku konsumtif dari *player Call of Duty:Mobile*. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan di ambil, dikarenakan jumlah keseluruhan dari populasi *player Call of Duty:Mobile* tidak diketahui dengan pasti, maka peneliti menggunakan rumus hair et al.. Penentuan jumlah sampel yang cukup merepresentasikan berdasarkan pada jumlah indikator semua variabel dikali 5 sampai 10.



Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah :

$$\text{Sampel} = \text{jumlah indikator} \times 7$$

$$= 17 \times 7$$

$$= 119 \text{ responden}$$

Berdasarkan perhitungan di atas di dapat untuk sampel minimum menggunakan 119 sampel responden. Hair Jr. et al., (2019:279-280) dalam penelitian terbarunya mengatakan rasio minimum pengamatan terhadap variabel adalah 5: 1, tetapi rasio yang disukai adalah 15: 1 atau 20: 1, yang akan meningkat ketika estimasi bertahap digunakan. Dengan kata lain, minimal lima responden harus dipertimbangkan untuk setiap variabel independen dalam model, namun sangat disarankan untuk menggunakan 15 hingga 20 observasi per variabel independen. Jika di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel maka dengan perbandingan 20: 1 akan didapat hasil responden yang disarankan yakni 40 responden. Namun Hair Jr. et al., juga mengatakan bahwa untuk mempertahankan kekuatan level signifikansi di titik 0,80 dalam regresi berganda membutuhkan sampel minimal 50 dan lebih disukai 100 observasi untuk sebagian besar situasi penelitian. Maka dari itu peneliti menilai jumlah sampel minimal 119 cukup untuk merepresentasikan populasi.

### 3.7 Metode Analisis Data

Upaya dalam mendukung hasil penelitian, maka data yang diperoleh akan menggunakan metode analisis data bisa dimaksud sesuai informasi yang telah tersedia kemudian diolah menggunakan statistik dan dapat digunakan dalam menanggapi rumusan permasalahan pada penelitian. *Partial Least Square* merupakan untuk singel model dan multi komponen model dan yang keduanya untuk canonical correlation dengan menggunakan algorithm. Tujuan digunakannya algorithm yaitu untuk membantu peneliti dalam mendapatkan nilai variabel laten untuk diprediksi. Dalam PLS bahwasannya *distribution free*

yang dimana datanya berupa kategori, nominal, ordinal, interval, dan rasio. PLS menggunakan metode *bootstrapping* atau penggunaan secara acak yang dimana asumsi normalitas tidak menjadi masalah bagi *Partial Least Square* dengan dukungan SmartPLS dalam memakai analisis PLS juga tidak mensyaratkan jumlah minimum sampel yang akan digunakan dalam penelitian dan dapat melakukan penelitian dengan sampel kecil sehingga dapat digunakan. (Ghozali & Latan, 2015)

Secara umum PLS bertujuan untuk menguji hubungan prediksi antara konstruk dengan melihat apakah ada hubungan atau pengaruh antar konstruk tersebut. Adapula dalam membantu penelitian untuk mendapatkan nilai variabel laten yang bertujuan untuk melakukan pendugaan. Variabel laten secara *linear aggregates* dari observed variabel atau indikator-indikatornya.

Weight estimates untuk menciptakan komponen skor variabel laten yang berdasarkan bagaimana *inner* dan *outer* spesifikasi. model pengukuran (*outer model*) adalah hubungan antar indikator pada konstraknya dan model struktural (*inner model*) merupakan model struktur yang menghubungkan antar variabel laten.

Estimasi parameter yang dapat digunakan PLS dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok antara lain : kategori pertama *weight estimate* yang digunakan untuk menciptakan variabel laten, kategori kedua *path estimate* menghubungkan variabel laten dan antara variabel dengan blok indikatornya, dan untuk kategori ketiga adalah yang berkaitan dengan rata-rata (*means*) dan *location parameter (regresion constants)* untuk indikator dan variabel laten. Berikut metode *Partial Least Square* yang akan digunakan diantaranya :

### **3.7.1 Model pengukuran (outer model)**

Menurut para ahli (Ghozali & Latan, 2015) menyampaikan model pengukuran yang menunjukkan setiap blok indikator memiliki hubungan dalam

variabel latennya. *Outer model* yang dilakukan untuk memastikan measurement yang digunakan layak untuk dijadikan pengukuran (valid atau reliabel) analisa model ini menspesikasikan hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. Adapun terdiri dari outer model dapat dilihat dari beberapa indikator antara lain :

### 3.7.1.1. uji validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner pada penelitaian. Suatu kuesioner penelitian yang dapat dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dalam uji validitas terdapat dua pengujian diantaranya sebagai berikut :

#### 1. *Convergen Validity*

*Convergen Validity* merupakan indikator yang dinilai berdasarkan korelasi antara *item score* dengan *construct score* yang dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang dimana untuk menggambarkan besarnya korelasi antar setiap item indikator dengan konstruk. Dalam mengukur menggunakan *convergen validity* ini memiliki nilai loading faktor  $\geq 0,7$  dapat dikatakan ideal dan sedangkan dengan nilai loading faktor  $\geq 0,5 - 0,6$  masih dapat diterima. (Ghozali & Latan, 2015)

#### 2. *Discriminant Validity*

Menurut Ghozali & Latan (2015) bahwasannya dalam metode ini dengan mengukur reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Apabila korelasi konstruk lebih besar dari pada ukuran konstruk lainnya, maka menunjukkan ukuran blok lebih baik dengan blok lainnya. Sedangkan menurut metode lain untuk melihat *discriminant validity* yaitu dengan cara membandingkan akar kuadrat dari *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk dengan korelasi dengan konstruk model

lainnya. Dalam penggunaan kriteria ini apabila *Average Variance Extracted* (AVE)  $\geq 0,5$  maka dapat dinyatakan valid.

### 3.7.1.2 uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kestabilan dan konsistensi jawaban responden yang berkaitan dengan konstruk pernyataan dari instrumen kuesioner penelitian. Hal ini untuk mengukur konstruk dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu *composite reliability* dan *cronbach alpha*. Untuk menilai reliabilitas yaitu *cronbach alpha*  $> 0,7$  untuk *confirmatory research* dengan nilai  $> 0,6$  masih diterima untuk *exploratory research*, sedangkan untuk *composite reliability*  $> 0,7$  untuk *confirmatory research* dengan nilai  $0,60 - 0,70$  masih dapat diterima untuk *exploratory research* (Ghozali & Latan, 2015)

### 3.7.2 Model struktural (inner model)

Berdasarkan dalam hal ini menunjukkan menspesifikasi hubungan antara variabel laten yang berdasarkan *substantive theory* ddalam penjelasan ini (Ghozali & Latan, 2015). Adapun model struktur yaitu terdiri dari :

#### 1. *R-Square*

*R-square* ini digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten yaitu variabel independen dan variabel dependen. *R-square* merupakan uji kedua melihat signifikansi pengaruh terhadap rutinitas dengan melihat nilai keofisien parameter dan nilai signifikansi pada t statistik, jika nilai *R-Square* maka dapat dikatan sebagai variabel yang kokoh  $0,75$  maka apabila nilai *R-Square*  $0,50$  maka dapat dikatakan moderat dan sedangkan apabila nilai *R-Square*  $0,25$  maka dapat dikatakan model yang sangat lemah. Perubahan nilai *R-square* dapat

digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen terhadap variabel laten dependen memiliki pengaruh yang substantif (Ghozali & Latan, 2015)

## 2. *Q-Square*

*Q-Square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dari model atau variabelnya dan estimasi dari parameter konstruk. *Q-Square* adalah pada hasil yang digunakan dapat dikatakan baik apabila nilai  $\geq 0$  menunjukkan variabel laten eksogen dapat sesuai dengan begitu dapat dikatakan sebagai variabel penjelas yang mampu dalam memprediksi variabel endogen (*predictive relevance*), sedangkan  $\leq 0$  menjelaskan bahwa variabel tersebut tidak memiliki *predictive relevance* (Ghozali & Latan, 2015)

## 3. *f-Square*

*f-square* digunakan untuk mengetahui kebaikan model (*effect size*). *f-square* merupakan nilai *f-square* melihat apakah prediktor variabel mempengaruhi medium atau besar pada tingkat struktural. Nilai F-Square sesuai dengan 0,02, 0,15, dan 0,35 maka dapat dilihat prediksi terhadap variabel latennya mempunyai pengaruh kecil, menengah, dan besar pada level struktur.

### 3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi pengaruh yang jelas dan dapat dipercaya apakah terjadi pengaruh yang jelas antara eksogen terhadap variabel endogen. Penelitian ini uji persyaratan, serta data yang dapat didistribusi normal. Uji hipotesis ini dalam melalui signifikansi dapat melihat dari *Path Coefficiens*, *t-statistic*  $\geq t$  table atau *Sig*  $\leq 0,05$  dan *r-squared value*. Bahwasannya sesuai dengan kriteria pengujian merupakan  $H_0$  jika nilai *t-value* nilai  $p \leq 0,05$  menurut Haryono (2017).

## BAB IV PEMBAHASAN

### 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

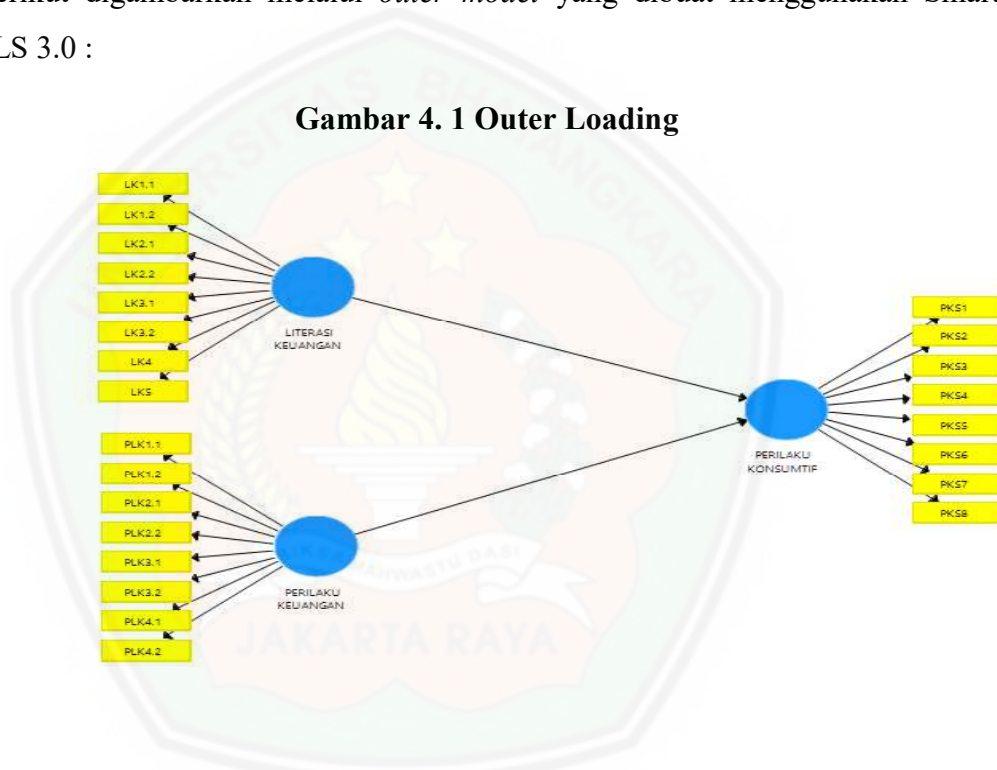
*Player* merupakan sebutan untuk orang-orang yang menjadi peserta dalam sebuah permainan. Istilah ini berlaku untuk semua jenis permainan dan oleh karena itu mengacu pada peserta permainan pemain tunggal dan multipemain. *Game* yang dijadikan sebagai tempat dimana peneliti bertemu dengan objek penelitian adalah *online game* dengan mode FPS (*First Person Shooter*) dari pengembang Garena, yakni *Call of Duty:Mobile*. *Call of Duty: Mobile*, merupakan *game first-person-shooter* (genre permainan video yang berpusat pada senjata dan pertarungan berbasis senjata lainnya dalam perspektif orang pertama; artinya, pemain mengalami aksi melalui sudut pandang protagonis) yang menganut mode *multiplayer* dan *battle royale*. Untuk memainkan permainan ini, *player* tak perlu membayar untuk mengunduh aplikasi akan tetapi dalam menambah keseruan dalam bermain dan meningkatkan status sosial si *player*, pihak pengembang memonetisasi *gamenya* dengan cara menjual *virtual goods* dalam *game* contohnya adalah skin senjata, character dan item-item pendukung lainnya. *Virtual Goods* ini dirancang sedemikian mungkin untuk menarik *player* agar membelinya. Pembelian dalam *game* ini disebut sebagai *microtransaction*. Sistem *microtransaction* dalam *game Call of Duty: Mobile* berupa sistem *gacha* (mirip dengan permainan roda berputar).

*Player Call of Duty:Mobile* dijadikan sebagai objek penelitian berdasarkan dengan fenomena yang terjadi mengenai perilaku konsumtif pada pemain *game online* dan dalam hal ini *Call of Duty:Mobile* dipilih karena *game* ini merupakan *game* ini masuk di nomor 4 *Top Grossing* pada kategori *action game* di *Google Playstore* yang mengindikasikan bahwa *game* ini memiliki pendapatan yang tinggi berdasarkan pembelajaan yang dilakukan di dalam aplikasi tersebut oleh penggunanya.

## 4.2 Deskripsi Data

Penelitian ini menggunakan 119 responden yang merupakan *player* aktif dalam *game Call of Duty: Mobile*. Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuisisioner. Di bawah ini merupakan statistik deskriptif yang digunakan sebagai acuan untuk mengurai setiap jawaban yang diperoleh dari responden. Variabel terikat yakni Perilaku Konsumtif (Y) dan kemudian variabel bebas yakni Literasi Keuangan ( $X_1$ ) dan Perilaku Keuangan ( $X_2$ ). Berikut digambarkan melalui *outer model* yang dibuat menggunakan Smart PLS 3.0 :

**Gambar 4.1 Outer Loading**



### 4.2.1 Penyebaran dan Pengumpulan Kuisisioner

Di dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa kriteria untuk menyaring responden yang sesuai dengan pembahasan, agar data yang diperoleh tidak bias. Adapun responden dalam penelitian ini, merupakan *player Call of Duty: Mobile*. Penelitian ini mengukur apakah terdapat pengaruh antara literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif. Objek dalam penelitian ini merupakan *player* aktif dalam *game Call of Duty: Mobile* dengan jumlah responden yakni 120 responden. Penyebaran kuisisioner

dilakukan pertama kali pada tanggal 29 April 2021. Proses penyebaran kuisisioner dilakukan secara *online* dengan menyebarkan kuisisioner yang sudah dibuat dalam bentuk *google form* / google formulir hanya di dalam komunitas *game*, via media sosial grup Whatsapp komunitas *game Call of Duty: Mobile*. Peneliti menggunakan data primer dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif para *player* itu sendiri.

#### 4.2.2. Identitas Responden

Dalam penelitian ini terdapat karakteristik yang dijadikan sebagai syarat dalam pemilihan responden agar sesuai dengan kriteria yakni masih aktif bermain dan bergabung dalam sebuah clan, berusia minimal 17 tahun, dan seberapa besar mereka telah mengeluarkan uang untuk membeli item dalam *game*. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini :

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

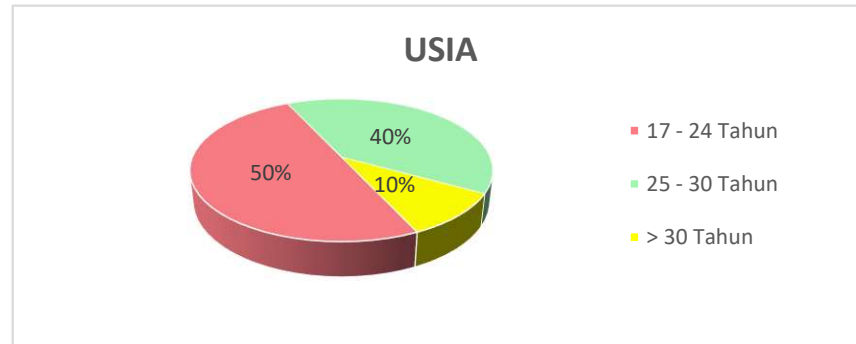
**Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Tingkat Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
17 – 24 tahun	60	50%
25 – 30 tahun	48	40%
30 tahun ke atas	12	10%
Total	120	100%

**Sumber : Kuisisioner, 2021**



**Gambar 4. 2 Diagram Responden Berdasarkan Usia**



Gambar diagram 4.2 di atas menunjukkan persentase responden berdasarkan usia pada *Player game Call of Duty: Mobile*. Usia *player* yang lebih dominan dalam mengisi kuisioner yakni pada rentang usia 17 – 24 tahun memiliki persentase sebesar 50%, dari rentang usia 25 – 30 tahun memiliki persentase sebesar 40%, dan sisanya dari rentang usia di atas 30 tahun memiliki persentase sebesar 10 %. Dengan persentase sebesar 50%, hal ini menunjukkan bahwa setengah dari jumlah responden didominasi *player* berusia 17 – 24 tahun.

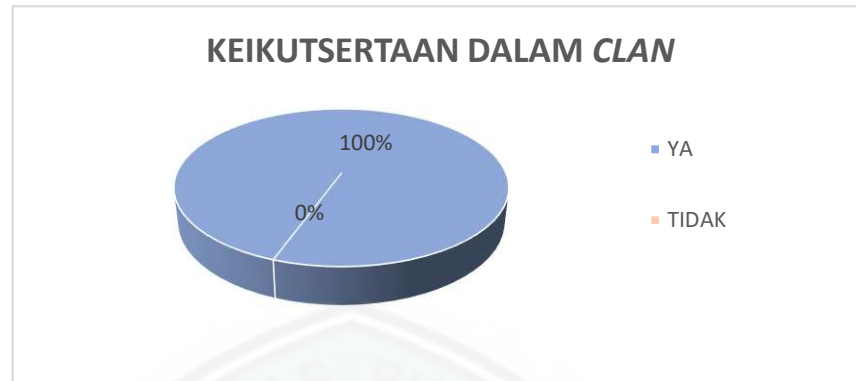
2) Karakteristik Responden mengenai keikutsertaan di sebuah *clan* dalam *game Call of Duty: Mobile*

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Keikutsertaannya Dalam Clan**

Keikutsertaan Dalam Clan	Jumlah	Persentase (%)
Ya	120	100%
Tidak	0	0%
Total	120	100%

**Sumber : Kuisioner, 2021**

**Gambar 4. 3 Diagram Responden Berdasarkan Keikutsertaannya Dalam Clan**



Berdasarkan gambar diagram 4.3 di atas, didapat hasil bahwa responden yang mengisi kuisioner ini, 120 responden atau 100% dari responden adalah *player* yang tergabung dalam sebuah *clan* sehingga bisa dipastikan bahwa *player* tersebut aktif bermain.

3) Karakteristik Responden Mengenai Pembelian Item Dalam *Game*

**Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Mengenai Pembelian Item Dalam *Game***

Pembelian Item Dalam <i>Game</i>	Jumlah	Persentase (%)
Pernah	120	100%
Tidak Pernah	0	0%
Total	120	100%

**Sumber : Kuisioner, 2021**

**Gambar 4. 4 Diagram Responden Mengenai Pembelian Item Game**



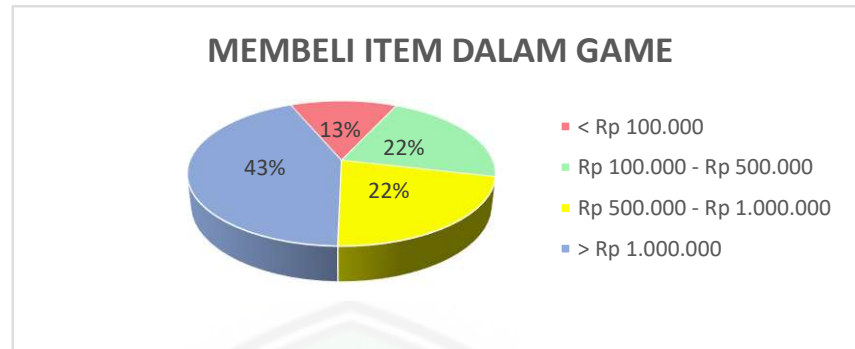
Berdasarkan gambar diagram 4.4 di atas, dapat kita ketahui bahwa 100% responden, yang berjumlah 120 responden menyatakan pernah melakukan pembelian item dalam *game Call of Duty:Mobile*. Hal ini menyatakan mereka pernah mengeluarkan uang untuk melakukan salah satu perbuatan konsumtif yakni, melakukan pembelian item dalam *game Call of Duty: Mobile*.

4) Karakteristik responden berdasarkan total biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli item dalam *game*.

**Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Total Biaya Yang Sudah Dikeluarkan**

Total Biaya	Jumlah	Persentase (%)
< Rp 100.000	16	13%
Rp 100.000 - Rp 500.000	26	22%
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	26	22%
> Rp 1.000.000	52	43%
Total	120	100%

**Gambar 4. 5 Diagram Responden Berdasarkan Total Biaya Yang Sudah Dikeluarkan**



Berdasarkan diagram pada gambar 4.5 di atas, diketahui bahwa sebanyak 52 responden atau persentase 43%, merupakan *player* yang mengaku telah menghabiskan biaya > (lebih dari) Rp 1.000.000 untuk membeli item dalam *game*. Kemudian sebanyak 26 responden atau sekitar 22% menghabiskan biaya antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 untuk pembelian item dalam *game*. Jumlah yang sama terdapat pada kategori total biaya Rp 100.000 – Rp 500.000, dimana 26 responden atau sekitar 22% memilih kategori ini. Sedangkan sisanya dengan persentase 13% atau sejumlah 16 responden mengatakan mereka menghabiskan biaya < (kurang dari) Rp 100.000 untuk membeli item dalam *game*

### 4.3 Hasil Analisis Data

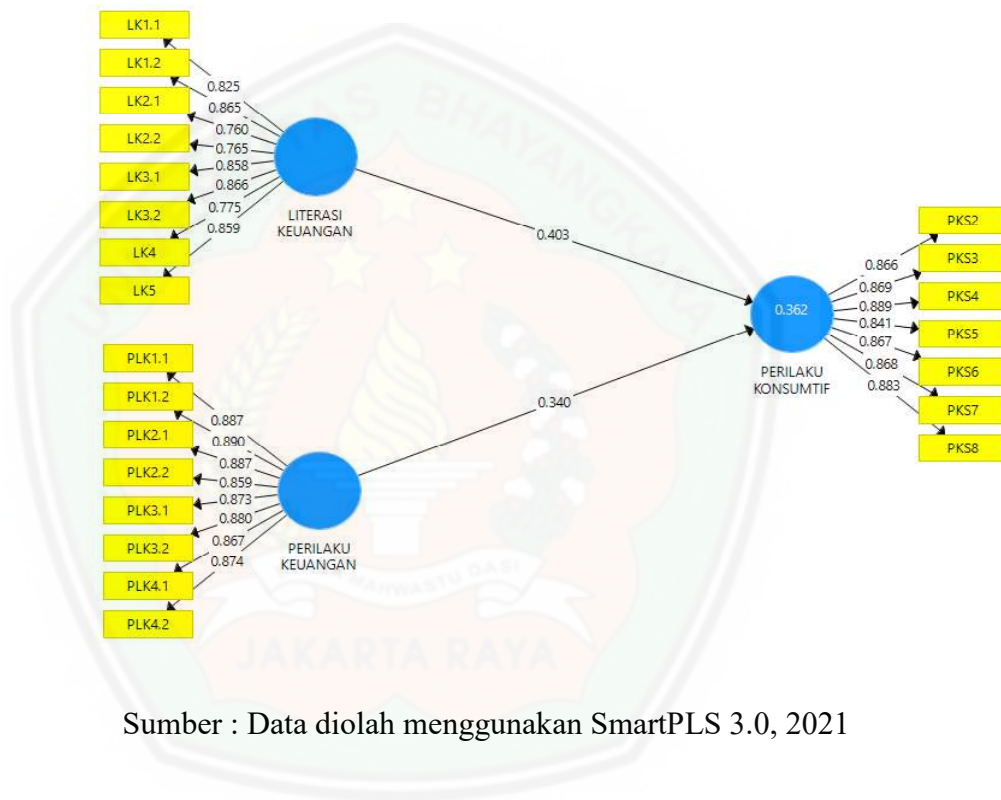
Data yang sudah diperoleh, diolah dengan teknik pengolahan Partial Least Square menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS versi 3.0, di dalam analisis PLS terdapat 3 model yang akan digunakan yakni *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping*.

#### 4.3.1. Hasil Analisis Data Outer Model

Uji *Outer Model* merupakan uji indikator untuk memastikan bahwa alat pengukur (measurement) layak digunakan untuk sebuah pengukuran sehingga

bisa didapat hasil yang valid dan reliabel, dengan kata lain dikatakan bahwa setiap indikator memiliki hubungan dengan variabel latennya (Ghozali & Hengky, 2015). Uji indikator ini terdiri dari 4 tahapan yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, *composite reliability*, dan yang terakhir yaitu *average variance extracted*. Berikut menunjukkan hasil outer model yang diproses menggunakan algoritma PLS sehingga terbentuk gambar berikut ini:

**Gambar 4. 6 Outer Model Penelitian**



Sumber : Data diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

#### 4.3.1.1 Convergent Validity (Validasi Konvergen)

Merupakan uji yang dilakukan untuk melihat korelasi antara *component score/item score* dengan *construct score*. Dapat dilihat dari *standardized loading factor* yang menggambarkan seberapa besar hubungan setiap item pengukuran/indikator dengan konstraknya. Indikator secara individu dianggap reliabel jika berhasil menunjukkan nilai korelasi  $> 0.70$ . Akan tetapi dalam penelitian yang masih dikembangkan, *loading* dengan nilai 0.50 hingga 0.60 masih dapat diterima. (Ghozali & Hengky, 2015). Berikut dijelaskan hasil *outer loading* dari masing-masing variabel:

##### 1. Literasi Keuangan

Dalam variabel literasi keuangan, terdiri dari 5 buah indikator dengan total 8 buah pertanyaan dan terdapat 120 responden dari *player game Call of Duty:Mobile* yang menjawab. Syarat untuk memenuhi *convergent validity* ialah setiap pernyataan mengenai Literasi Keuangan, harus mendapatkan nilai  $> 0.7$ . Berikut hasil *convergent validity* literasi keuangan yang diambil dari tabel *outer loading* pada SmartPLS 3.0

**Tabel 4. 5 Hasil Outer Loading Literasi Keuangan**

Item	Hasil <i>Outer Loading</i>	Syarat <i>Convergent Validity</i>	Kesimpulan
LK1.1	0.825	0.7	Valid
LK1.2	0.865	0.7	Valid
LK2.1	0.760	0.7	Valid
LK2.2	0.765	0.7	Valid
LK3.1	0.858	0.7	Valid
LK3.2	0.866	0.7	Valid
LK4	0.775	0.7	Valid
LK5	0.859	0.7	Valid

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa seluruh pernyataan dalam tiap indikator dari variabel literasi keuangan mendapatkan nilai  $> 0.7$ , sehingga tidak perlu ada indikator yang harus dihilangkan. Maka semua indikator dinyatakan valid atau memenuhi syarat *convergent validity* sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

## 2. Perilaku Keuangan

Dalam variabel perilaku keuangan, terdiri dari 4 buah indikator dengan total 8 buah pernyataan dan terdapat 120 responden dari *player game Call of Duty:Mobile* yang menjawab. Syarat untuk memenuhi *convergent validity* ialah setiap pernyataan mengenai Perilaku Keuangan, harus mendapatkan nilai  $> 0.7$ . Berikut hasil *convergent validity* perilaku keuangan yang diambil dari tabel *outer loading* pada SmartPLS 3.0.

**Tabel 4. 6 Hasil Outer Loading Perilaku Keuangan**

Item	Hasil <i>Outer Loading</i>	Syarat <i>Convergent Validity</i>	Kesimpulan
PLK1.1	0.887	0.7	Valid
PLK1.2	0.890	0.7	Valid
PLK2.1	0.887	0.7	Valid
PLK2.2	0.859	0.7	Valid
PLK3.1	0.873	0.7	Valid
PLK3.2	0.881	0.7	Valid
PLK4.1	0.867	0.7	Valid
PLK4.2	0.874	0.7	Valid

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021.

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa seluruh pertanyaan dalam tiap indikator dari variabel perilaku keuangan mendapatkan nilai  $> 0.7$ , sehingga tidak perlu ada indikator yang harus dihilangkan. Maka semua indikator dinyatakan valid atau memenuhi syarat *convergent validity* sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3. Perilaku Konsumtif

Dalam variabel perilaku konsumtif, terdiri dari 8 buah indikator dimana setiap indikatornya diwakili oleh 1 pernyataan dan dijawab oleh 120 responden dari *player game Call of Duty:Mobile*. Syarat untuk memenuhi *convergent validity* ialah setiap pernyataan mengenai Perilaku Keuangan, harus mendapatkan nilai  $> 0.7$ . Berikut hasil *convergent validity* perilaku keuangan yang diambil dari tabel *outer loading* pada SmartPLS 3.0.

**Tabel 4. 7 Hasil Outer Loading Perilaku Konsumtif**

Item	Hasil <i>Outer Loading</i>	Syarat <i>Convergent Validity</i>	Kesimpulan
PKS2	0.866	0.7	Valid
PKS3	0.869	0.7	Valid
PKS4	0.889	0.7	Valid
PKS5	0.841	0.7	Valid
PKS6	0.867	0.7	Valid
PKS7	0.868	0.7	Valid
PKS8	0.883	0.7	Valid

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa sebanyak 7 item dari variabel perilaku konsumtif yang mendapatkan nilai  $> 0.7$  adalah pada item PKS2 ( $0.866 > 0.7$ ), PKS3 ( $0.869 > 0.7$ ), PKS4 ( $0.889 > 0.7$ ), PKS5 ( $0.841 > 0.7$ ), PKS6 ( $0.867 > 0.7$ ), PKS7 ( $0.868 > 0.7$ ), dan PKS8 ( $0.883 > 0.7$ ). Dengan demikian dinyatakan valid atau memenuhi syarat *convergent validity*.

Adapun terdapat 1 indikator dari variabel Perilaku Konsumtif yang harus dihilangkan karena nilai loadingnya  $< 0.7$ . Indikator tersebut adalah



**Tabel 4. 8 Hasil Outer Loading Perilaku Konsumtif Tidak Valid**

Item	Hasil <i>Outer Loading</i>	Syarat <i>Convergent Validity</i>	Kesimpulan
PKS1	0.679	0.7	Tidak Valid

Sumber : Data Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diketahui bahwa 1 item dari variabel perilaku konsumtif mendapat nilai  $< 0.7$  yakni pada item PKS1 ( $0.679 < 0.7$ ). Hal ini menyatakan bahwa PKS1 tidak memenuhi syarat *convergent validity* dan harus dihilangkan dari variabel Perilaku Konsumtif karena tidak dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 4.3.1.2 *Discriminant Validity* (Validasi Diskriminan)

Dalam uji *discriminant validity*, dilihat melalui *cross-loading factor*, untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang mencukupi. Sebuah indikator dikatakan memenuhi *discriminant validity* jika nilai pada *cross-loading factor* indikator dari variabel tersebut lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya. (Ghozali & Hengky, 2015). Berikut ini merupakan hasil *cross-loading* dari masing-masing variabel:

1. Literasi Keuangan

**Tabel 4. 9 Hasil Cross-Loading Literasi Keuangan**

Item	Variabel		
	Literasi Keuangan	Perilaku Keuangan	Perilaku Konsumtif
LK1.1	<b>0.825</b>	0.273	0.391
LK1.2	<b>0.865</b>	0.25	0.458
LK2.1	<b>0.760</b>	0.207	0.378
LK2.2	<b>0.765</b>	0.217	0.297
LK3.1	<b>0.858</b>	0.242	0.420
LK3.2	<b>0.866</b>	0.284	0.400

LK4	<b>0.775</b>	0.282	0.483
LK5	<b>0.859</b>	0.234	0.453

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.9 di atas, nilai loading LK1.1; LK1.2; LK2.1; LK2.2; LK3.1; LK3.2; LK4; dan LK5 sebagai item dari Literasi Keuangan memiliki nilai *cross-loading* yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross-loading* variabel lainnya dan memiliki nilai  $> 0.7$ , sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat *discriminant validity* yang baik.

## 2. Perilaku Keuangan

**Tabel 4. 10 Hasil Cross-Loading Perilaku Keuangan**

Item	Variabel		
	Literasi Keuangan	Perilaku Keuangan	Perilaku Konsumtif
PLK1.1	0.302	<b>0.887</b>	0.451
PLK1.2	0.302	<b>0.890</b>	0.459
PLK2.1	0.257	<b>0.887</b>	0.413
PLK2.2	0.279	<b>0.859</b>	0.398
PLK3.1	0.266	<b>0.873</b>	0.352
PLK3.2	0.214	<b>0.880</b>	0.320
PLK4.1	0.238	<b>0.867</b>	0.392
PLK4.2	0.256	<b>0.874</b>	0.425

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas, nilai *loading* PLK1.1; PLK1.2; PLK2.1; PLK2.2; PLK3.1; PLK3.2; PLK4.1; dan PLK4.2 sebagai item dari Perilaku Keuangan memiliki nilai *cross-loading* yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross-loading* variabel lainnya dan memiliki nilai  $> 0.7$ , sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat *discriminant validity* yang baik.

### 3. Perilaku Konsumtif

**Tabel 4. 11 Hasil Cross-Loading Perilaku Konsumtif**

Item	Variabel		
	Literasi Keuangan	Perilaku Keuangan	Perilaku Konsumtif
PKS2	0.442	0.428	<b>0.866</b>
PKS3	0.386	0.462	<b>0.869</b>
PKS4	0.470	0.433	<b>0.889</b>
PKS5	0.474	0.409	<b>0.841</b>
PKS6	0.446	0.339	<b>0.867</b>
PKS7	0.427	0.380	<b>0.868</b>
PKS8	0.431	0.353	<b>0.883</b>

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.11 di atas, nilai *loading* PKS2; PKS3; PKS4; PKS5; PKS6; PKS7; dan PKS8 2 sebagai item dari Perilaku Konsumtif memiliki nilai *cross-loading* yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross-loading* variabel lainnya dan memiliki nilai  $> 0.7$ , sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat *discriminant validity* yang baik.

#### 4.3.1.3 Average Variant Extracted (AVE)

Terdapat metode lain untuk menghitung *discriminant validity* dari suatu variabel yakni dengan melihat nilai AVE (Average Variant Extracted). Dengan persyaratan bahwa jika nilai output AVE masing-masing konstruk nilainya  $> 0.5$  maka menunjukkan bahwa model tersebut baik dan memenuhi kriteria *discriminant validity* (Ghozali & Hengky, 2015).

**Tabel 4. 12 Hasil Average Variance Extracted (AVE)**

<b>Variabel</b>	<b><i>Average Variance Extracted (AVE)</i></b>
Literasi Keuangan	0.677
Perilaku Keuangan	0.769
Perilaku Konsumtif	0.755

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa nilai AVE (*Average Variant Extracted*) semua variabel memiliki nilai  $> 0,5$ , yakni Literasi Keuangan ( $0.677 > 0.5$ ), Perilaku Keuangan ( $0.769 > 0.5$ ), dan Perilaku Konsumtif ( $0.755 > 0.5$ ). Dengan demikian terdapat kesimpulan bahwa setiap variabel mencapai syarat *discriminant validity* dan bisa dikatakan sebagai model yang baik.

#### **4.3.1.4 Composite Reliability**

Uji ini merupakan uji reliabilitas konstruk, berdasarkan blok indikator yang mengukur konstruk tersebut. Dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* pada indikator tiap variabel mencapai nilai  $> 0.70$  (Ghozali & Hengky, 2015). Hasil dari *composite reliability* dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini

**Tabel 4. 13 Hasil Composite Reliability**

<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>	<b>Syarat <i>Composite Reliability</i></b>	<b>Kesimpulan</b>
Literasi Keuangan	0.944	0.7	Reliabel
Perilaku Keuangan	0.964	0.7	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.956	0.7	Reliabel

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 hasil *composite reliability* dari ketiga variabel menunjukkan angka di atas  $> 0.7$ . Dimana Literasi Keuangan ( $0.944 > 0.7$ ), Perilaku Keuangan ( $0.964 > 0.7$ ), dan Perilaku Konsumtif ( $0.956 > 0.7$ ), semuanya menyatakan bahwa ketiga variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan layak untuk digunakan.

#### 4.3.1.5 Cronbach's Alpha

Uji ini juga termasuk ke dalam uji reliabilitas konstruk, berdasarkan blok indikator yang mengukur konstruk tersebut. Dinyatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* pada indikator tiap variabel mencapai nilai  $> 0.70$  (Ghozali & Hengky, 2015). Hasil dari *composite reliability* dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

**Tabel 4. 14 Hasil Cronbach's Alpha**

Variabel	Hasil	Syarat Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0.931	0.7	Reliabel
Perilaku Keuangan	0.957	0.7	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.946	0.7	Reliabel

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

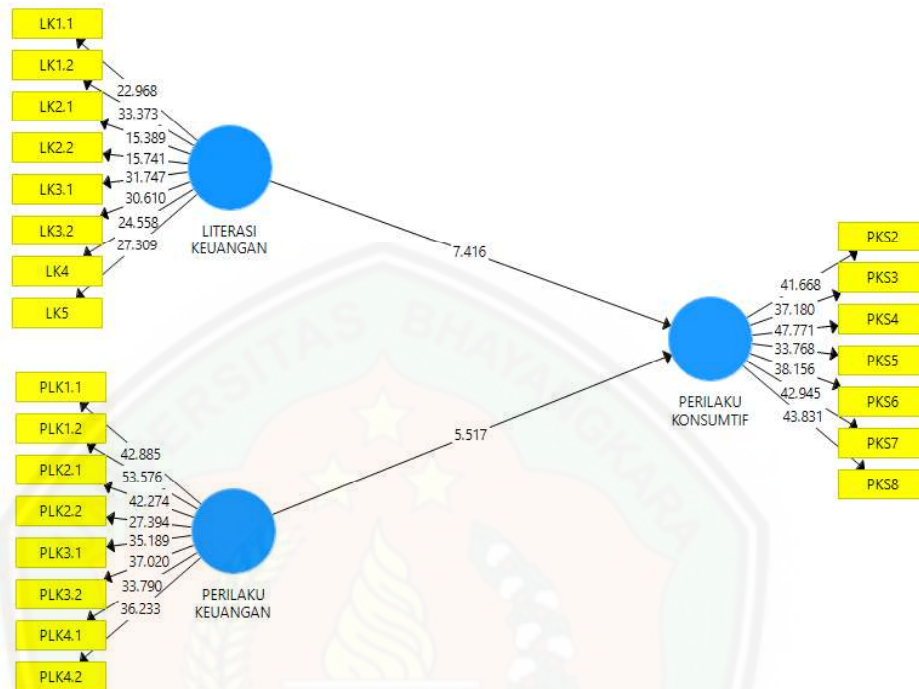
Berdasarkan tabel 4.14 hasil *cronbach's alpha* dari ketiga variabel menunjukkan angka di atas  $> 0.7$ . Dimana Literasi Keuangan ( $0.931 > 0.7$ ), Perilaku Keuangan ( $0.957 > 0.7$ ), dan Perilaku Konsumtif ( $0.946 > 0.7$ ), semuanya menyatakan bahwa ketiga variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi dan layak untuk digunakan.

#### 4.3.2 Hasil Analisis Struktural Model (Inner Model)

Pengukuran model struktural mengevaluasi pada melihat nilai *R-Square* ( $R^2$ ), *Q-Square* ( $Q^2$ ), dan *f-Square* ( $F^2$ ), setiap variabel laten sebagai kekuatan prediksi dan dilihat apakah memiliki pengaruh yang substantif. Hasil *inner*

model diolah menggunakan *output bootstrapping* dalam Smart PLS 3.0 dan ditunjukkan sebagai gambar sebagai berikut :

**Gambar 4. 7 Inner Model Penelitian**



Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

### 1. *R-Square* ( $R^2$ )

Menurut Ghozali dan Hengky (2015), *R-Square* digunakan untuk menjelaskan seberapa besar pengaruh antara variabel laten eksogen terhadap variabel laten endogen secara substantif. Nilai *R-Square* senilai 0.75 menyatakan bahwa model termasuk kuat, 0.50 menyatakan bahwa model termasuk moderate, dan 0.25 menyatakan bahwa model termasuk lemah. Berdasarkan data yang telah diolah, terdapat hasil seperti tabel 4.15 di bawah ini:

**Tabel 4. 15 Tabel Hasil R-Square**

Variabel	R-Square
Perilaku Konsumtif	0.362

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai *R-Square* pada variabel Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0.362 (36,2%). Maka termasuk ke dalam golongan model yang lemah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara variabel Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap variabel Perilaku Konsumtif dimana Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan hanya berpengaruh sebesar 36,2% terhadap Perilaku Konsumtif dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 2. *Q-Square Predictive Relevance*

Pengujian inner model juga dapat dilakukan dengan cara menghitung nilai *Q-Square*. Ini digunakan untuk mengukur seberapa baik model menunjukkan nilai *predictive relevance*-nya, dimana kita dapat mengetahui kapabilitas prediksi dari variabel yang diobservasi dan estimasi dari parameter konstruk dengan menggunakan prosedur *blindfolding*. Model dikatakan memiliki *predictive relevance* yang baik apabila nilai  $Q^2 > 0$ , sedangkan nilai  $Q^2 < 0$  menunjukkan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Berdasarkan data yang telah diolah, terdapat hasil seperti tabel 4.16 di bawah ini:

**Tabel 4. 16 Tabel Hasil Q-Square**

	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
LITERASI KEUANGAN	960	960	
PERILAKU KEUANGAN	960	960	
PERILAKU KONSUMTIF	840	614.918	<b>0.268</b>

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai  $Q^2$  yang diperoleh yakni  $0.268 > 0$ . Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance* yang baik karena memenuhi syarat  $Q^2 > 0$ .

### 3. *f-Square*

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh relatif variabel eksogen terhadap variabel endogen, maka diukur menggunakan *f-Square*. Nilai *f-Square* dinyatakan kecil apabila nilainya 0.02, dinyatakan menengah apabila nilainya 0.15, dan dinyatakan besar apabila nilainya 0.35 (Ghozali & Hengky, 2015). Nilai *f-Square* masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. 17 Hasil *f-Squares***

Variabel	Nilai <i>f-Square</i>	Kesimpulan
Literasi Keuangan	0.231	Menengah
Perilaku Keuangan	0.165	Menengah

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Berdasarkan tabel di atas, nilai *f-Square* pada variabel literasi keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif yakni senilai 0.231, yang dapat diartikan bahwa literasi keuangan memiliki ukuran dampak menengah/ sedang terhadap perilaku konsumtif. Untuk nilai *f-Square* pada variabel perilaku keuangan terhadap variabel perilaku konsumtif yakni senilai 0.165, yang dapat diartikan bahwa perilaku keuangan memiliki ukuran dampak menengah/ sedang terhadap perilaku konsumtif.

#### 4.3.3 Hasil analisis pengujian hipotesis

Dalam menganalisis hipotesis, digunakan penghitungan *bootstrapping* pada aplikasi SmartPLS 3.0, untuk melihat besaran *t-statistic*. Sebuah hipotesis akan diterima, bila *t-statistic* nya memiliki nilai yang lebih besar daripada  $t$ -



*tabel*. Dan kebalikannya, jika *t-statistic* nya memiliki nilai yang lebih kecil daripada *t-tabel*, maka hipotesis ditolak (Ghozali & Hengky, 2015). Melalui *bootstrapping* yang telah dilakukan, didapat hasil seperti yang tercantum di bawah ini :

**Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Variabel	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	T- <i>Statistics</i>	P- <i>Values</i>
H1	LK > PLK	0.403	0.407	0.053	7.614	0.001
H2	PK > PLK	0.340	0.343	0.06	5.715	0.000

Sumber : Data primer diolah menggunakan SmartPLS 3.0, 2021

Uji hipotesis digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh variabel literasi keuangan dan variabel perilaku keuangan, terhadap variabel perilaku konsumtif secara parsial. Hipotesis dapat diterima, jika nilai t-hitungnya > 1.96. Dan ukuran standar tingkat *p-value* adalah < 0,05 (*significance level 5%*) agar variabel tersebut dapat dikatakan memiliki pengaruh yang signifikan. (Ghozali dan Hengky, 2015). Berikut dijabarkan hasil uji hipotesis pada penelitian ini:

1) Pengaruh antara literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan data pada tabel 4.18, menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki nilai *p-value* senilai 0.001. Dikarenakan standar *p-value* yakni < 0.05 maka dinyatakan bahwa variabel literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan. Kemudian nilai t-hitung pada variabel literasi keuangan yakni 7.614 > 1.96 yang menyatakan bahwa H0 diterima dan H1 ditolak. Nilai *original sample* pada variabel literasi keuangan sebesar 0.403 > 0 yang berarti bahwa variabel ini berpengaruh secara positif. Maka hipotesis pertama (H1) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dinyatakan ditolak karena berdasarkan hasil olah data yang didapat, literasi keuangan memiliki pengaruh secara positif.

2) Pengaruh antara perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan data pada tabel 4.18, menunjukkan bahwa perilaku keuangan memiliki nilai p-value senilai 0.000. Dikarenakan standar p-value yakni  $< 0.05$  maka dinyatakan bahwa variabel perilaku keuangan memiliki pengaruh yang signifikan. Kemudian nilai t-hitung pada variabel perilaku keuangan yakni  $5.715 > 1.96$  yang menyatakan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Nilai *original sample* pada variabel perilaku keuangan sebesar  $0.340 > 0$  yang berarti bahwa variabel ini berpengaruh secara positif. Maka hipotesis kedua ( $H_2$ ) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ditolak karena berdasarkan hasil penelitian, perilaku keuangan memiliki pengaruh secara positif terhadap perilaku konsumtif.

#### **4.4 Pembahasan Hasil Penelitian**

Setelah uji hipotesis dilakukan, peneliti mengetahui pengaruh dari literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif pada *player Call of Duty: Mobile*.

##### **4.4.1 Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada *player Call of Duty: Mobile***

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel literasi keuangan memiliki nilai t-hitung 7.614 lebih besar dari t-tabel 1,96 yang berarti berpengaruh, p-value senilai 0.001 yang berarti signifikan, nilai *original sample* 0.403 yang berarti arahnya positif. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil pada penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fauzia dan Nurdin (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Namun berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Yudasella & Krisnawati

(2019) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian ini, *player Call of Duty: Mobile* memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi dengan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi pula. Hal ini kemungkinan disebabkan karena literasi keuangan memiliki persentase yang relatif kecil dalam mempengaruhi perilaku konsumtif, dimana perilaku konsumtif bisa jadi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini juga tercermin pada responden yang mendominasi dalam pengisian kuisioner ini, dimana sekitar 43% nya mengaku sudah menghabiskan > Rp 1.000.000 dalam melakukan pembelian item dalam *game Call of Duty: Mobile*.

#### **4.4.2 Pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif pada *player Call of Duty: Mobile*.**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, variabel perilaku keuangan memiliki nilai t-hitung 5.715 lebih besar dari t-tabel 1,96 yang berarti berpengaruh, p-value senilai 0.000 yang berarti signifikan, nilai original sample 0.340 yang berarti arahnya positif. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dimana perilaku keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Prihastuty & Rahayuningsih (2018) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan (*financial behavior*) berpengaruh positif secara signifikan. Semakin rasional perilaku keuangan seseorang, akan berdampak pada perilaku konsumtif mereka yang terkendali karena mereka sudah terlatih untuk mengelola sumber daya keuangannya agar lebih efisien. Dalam hal ini, *player Call of Duty: Mobile* sudah memiliki perilaku keuangan yang baik namun perilaku konsumtifnya tinggi, kemungkinan perilaku konsumtif ini dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini tercermin ketika 100% dari responden mengaku sudah pernah mengeluarkan uang untuk membeli item dalam *game*.