

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Academia Open



By Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Mochammad Tanzil Multazam, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Managing Editor

Bobur Sobirov, Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan

Editors

Fika Megawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Mahardika Darmawan Kusuma Wardana, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Wiwit Wahyu Wijayanti, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Farkhod Abdurakhmonov, Silk Road International Tourism University, Uzbekistan

Dr. Hindarto, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Evi Rinata, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

M Faisal Amir, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Dr. Hana Catur Wahyuni, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

The Influence of Financial Literacy, Life Style, Social Class, and Online Shopping Fashion on Consumptive Behavior

Pengaruh Financial Literacy, Life Style, Social Class, dan Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif

Megawati Cucu Sumantri, megawaticucusumantri15@gmail.com, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Herman Ernandi, difal_dieys@yahoo.co.id, (1)

Universitas Muhammdiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This research purpose to know the influence of financial literacy, life style, social class, and online shopping fashion on consumptive behavior at the advocate office of A.F KAPLALÉ & ASSOCIATES SIDOARJO. The instrument used was a questionnaire to obtain research data. This research uses validity test and reliability test. The hypothesis is that there is an the influence of financial literacy, life style, social class, and online shopping fashion on consumptive behavior. The analytical tool used to test the hypothesis is SPSS version 18. The test results based on the validity test show that all the questions on the questionnaire are valid. While the test results using the reliability test of all variables have a Cronbach's alpha value > 0.6 which means that it is reliable. The results of hypothesis testing in the form of T-Statistic and R-Square state that there is a positive influence between financial literacy, life style, and social class on consumptive behavior, while online shopping fashion has a negative effect. This is shown from the results of tcount for the Financial Literacy variable (X1) of 2.070, the Life Style variable (X2) of 2.214, the Social Class variable (X3) 2.406 and the Online Shopping Fashion variable (X4) of -2.223

Published date: 2021-12-28 00:00:00

Pendahuluan

Perkembangan globalisasi telah mendorong perkembangan ekonomi suatu negara. Salah satunya perkembangan industri yang mampu menyediakan segala sesuatu yang dibutuhkan oleh masyarakat. Disamping itu, masyarakat juga sangat mudah untuk mendapatkan barang ataupun jasa yang dibutuhkan baik melalui ecommerce atau aplikasi lainnya. Online Shopping Fashion merupakan dampak dari perkembangan teknologi di era zaman modern saat ini dan menjadi tren dikalangan masyarakat Indonesia termasuk advokat. Hal tersebut membuat para penjual dibidang Online Shopping Fashion berlomba - lomba dalam memberikan kemudahan pelayanan bagi pelanggan [1]. Pada era modern saat ini, gaya hidup menjadi pola hidup yang digunakan untuk mengekspresikan diri di segala aktivitas. Gaya hidup merupakan cerminan bagaimana mereka hidup dan menggunakan gajinya yang didapat yang bersifat relative tergantung dari penilaian seseorang. Gaya hidup juga dipengaruhi dari pendapatan advokat. Sebagian besar beranggapan bahwa semakin banyak materi yang didapatkan advokat semakin tinggi life style yang ada dalam dirinya. Tetapi tidak semua seperti itu, apabila seseorang memiliki pengelolaan keuangan dengan cara yang baik, sebanyak apapun materi yang didapatkan akan mempunyai life style yang sederhana dan menggunakan uangnya untuk keperluan yang lebih penting [2].

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

Metode Penelitian

A. Variable Penelitian

No	Keterangan	Indikator	No. Butir Pertanyaan	Skala Pengukuran	Sumber
1	Perilaku Konsumtif(Y)	Pembelian secara langsung tanpa memikirkan kebutuhanMembeli secara berulang - ulang / pemborosanMembeli hanya untuk mencari kesenangan (bukan kebutuhan)	14,5,72,3,6	Likert	[1]
2	Financial Literacy(X1)	Uang dan TransaksiPerencanaan dan pengelolaan keuanganRisiko dan KeuntunganFi nancial Landscape	1 & 234 & 56	Likert	[4]
3	Life Style(X2)	Activities atau aktivitasInterest atau minatOpini atau pendapat	1,5 2,73,4,6	Likert	[5]
4	Social Class(X3)	PekerjaanPendap	1 2 34	Likert	[11]

		atanPendidikanKe kayaan			
5	Online Shopping Fashion(X4)	AkuratTepat pada waktunyaMudah digunakan dalam bertransaksiEfisie nsi waktuKesesuaian harga dengan kualitas produkKualitas produk	123456	Likert	[1]

Table 1. Definisi Operasional, Indikator Dan Skala Pengukuran Variabel

B. Lokasi Penelitian

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

C. Jenis dan Sumber Data

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

D. Populasi dan Sampel

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

E. Metode Analisis Data

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

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

Keterangan:

PK: Perilaku Konsumtif

α : Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3 \beta_4$: Koefisien Regresi

FL: Financial Literacy

LS : Life Style

SC : Social Class

OSF: Online Shopping Fashion

e : Faktor pengganggu (Error)

Hasil dan Pembahasan

1. Statistik Deskriptif

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

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

Table 2. Hasil Uji Karakteristik Responden Jenis Kelamin Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari jenis kelamin dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh Perempuan sebanyak 47 atau 63% responden sedangkan laki - laki sebanyak 28 atau 37% responden.

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

Table 3. Hasil Uji Karakteristik Responden Usia Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari usia dapat disimpulkan bahwa untuk rentang usia 18-25 sebanyak 7 responden, rentang usia 26-35 sebanyak 43 responden, rentang usia 36-50 sebanyak 25 responden, dan tidak ada responden yang rentang usia diatas 50.

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

Table 4. Hasil Uji Karakteristik Responden Pendidikan Terakhir Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari latar belakang pendidikan dapat disimpulkan bahwa tidak ada responden yang memiliki latar belakang pendidikan SMA, latar pendidikan Diploma sebanyak 7 responden, latar belakang pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 42 responden, latar belakang pendidikan Master (S2) sebanyak 26 responden, dan tidak ada responden yang memiliki latar belakang Doctor (S3).

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

Table 5. Hasil Uji Karakteristik Responden Lama Bekerja Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan hasil penelitian mengenai karakteristik responden dari masa kerja dapat disimpulkan bahwa untuk rentang < 6 tahun sebanyak 8 responden, rentang 6-10 tahun sebanyak 19 responden, rentang 11-15 tahun sebanyak 31 responden, rentang 16-20 sebanyak 15 responden dan rentang > 20 tahun sebanyak 2 responden.

Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [10]. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi, data dapat dianggap valid jika korelasi melebihi 0,3.

Butir Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
FL 1	0,3338	0,597	Valid
FL 2	0,3338	0,655	Valid
FL 3	0,3338	0,692	Valid
FL 4	0,3338	0,722	Valid
FL 5	0,3338	0,714	Valid
FL 6	0,3338	0,638	Valid
Variabel Life Style (X 2)			
LS 1	0,3338	0,541	Valid
LS 2	0,3338	0,557	Valid
LS 3	0,3338	0,535	Valid
LS 4	0,3338	0,618	Valid
LS 5	0,3338	0,547	Valid
LS 6	0,3338	0,484	Valid
LS 7	0,3338	0,614	Valid
Variabel Social Class (X 3)			
SC1	0,3338	0,677	Valid
SC 2	0,3338	0,691	Valid
SC 3	0,3338	0,724	Valid
SC 4	0,3338	0,696	Valid
Variabel Online Shopping Fashion (X 4)			
OSF 1	0,3338	0,784	Valid
OSF 2	0,3338	0,784	Valid
OSF 3	0,3338	0,634	Valid
OSF 4	0,3338	0,482	Valid
OSF 5	0,3338	0,383	Valid
OSF 6	0,3338	0,532	Valid
Variabel Perilaku Konsumtif (Y)			
PK 1	0,3338	0,608	Valid
PK 2	0,3338	0,779	Valid
PK 3	0,3338	0,444	Valid
PK 4	0,3338	0,538	Valid
PK 5	0,3338	0,496	Valid
PK 6	0,3338	0,796	Valid
PK 7	0,3338	0,468	Valid

Table 6. Hasil Uji Validitas Hasil Output SPSS, 2018

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

B. Uji Reliabilitas

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

--	--	--

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

Table 7. Hasil Uji Reliabilitas

Sumber : Hasil Output SPSS, 2018

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

C. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

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

Coefficients a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
			B		Std. Error
1	(Constant)	9,295		3,658	2,541
	Financial Literacy	,276		,133	,302
	Life Style	,412		,186	,426
	Social Class	,660		,274	,383
	Online Shopping Fashion	-,427		,192	,346
	a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Table 8. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Hasil Output SPSS, 2018

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

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

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

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

- peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,412.
4. Social class memiliki koefisien bernilai positif sebesar 0,660 menyatakan bahwa apabila social class mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar 0,660.
 5. Online shopping fashion memiliki koefisien bernilai negatif sebesar -0,427 menyatakan bahwa apabila online shopping fashion mengalami peningkatan nilai sebesar 1 maka akan meningkatkan perilaku konsumtif sebesar -0,427.

D. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

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

Model Summary b					
Model		R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
dimension0	1	,804a	,646	,599	,1,919
a. Predictors: (Constant), Financial Literacy, Life Style, Social Class, Online Shopping Fashion					
b. Dependent Variable: Perilaku konsumtif					

Table 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi Hasil Output SPSS, 2018

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil pengelolaan data diperoleh nilai koefisien detrminasi (R^2) sebesar 0,646. Hal ini menunjukkan bahwa sekitar 64,6% tingkat perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel financial literacy, life style, social class, dan online shopping fashion sedangkan sisanya (100%-64,6%=35,4%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain selain variabel independen tersebut. Dan besarnya koefisien korelasi berganda (R) = 0,804. Ini berarti hubungan keeratan antara variabel independen dengan variabel dependen sebesar 80,4%.

Hasil Uji Hipotesis

A. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

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

Coefficients a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
			B		Std. Error
1	(Constant)		9,295	3,658	2,541
	Financial Literacy		,276	,133	,302
	Life Style		,412	,186	,426
	Social Class		,660	,274	,383
	Online Shopping Fashion		-,427	,192	-,346
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Table 10. Hasil Uj Signifikansi Parameter Individual (Uji t) Hasil Output SPSS, 2018

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

Pembahasan

Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif

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

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

Pengaruh Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif

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

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [9] yang menyatakan bahwa Gaya Kepemimpinan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai

Pengaruh Social Class Terhadap Perilaku Konsumtif

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

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [9] yang menyatakan bahwa Gaya Kepemimpinan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai

Pengaruh Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif

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

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan oleh [9] yang menyatakan bahwa Gaya Kepemimpinan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja pegawai

Kesimpulan

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

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

References