

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN  
TERSIER MASYARAKAT KOTA PONTIANAK**

**TUGAS AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana**



**FANI DAMAYANTI  
NIM. B1011211033**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TANJUNGPURA  
PONTIANAK  
2025**

## PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fani Damayanti  
NIM : B1011211033  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Judul Proposal / TA : Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pemenuhan Kebutuhan Tersier Masyarakat Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA)\* dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir).

Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA)\* dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 19 Juni 2025



Fani Damayanti  
NIM. B1011211033

## PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fani Damayanti  
NIM : B1011211033  
Jurusan : Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Judul Proposal / TA : Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan  
Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pemenuhan  
Kebutuhan Tersier Masyarakat Kota Pontianak

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 23 Juni 2025



Fani Damayanti  
NIM. B1011211033

## LEMBAR YURIDIS

Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku  
Konsumtif Dalam Pemenuhan Kebutuhan Tersier Masyarakat Kota  
Pontianak

Penanggung Jawab Yuridis

Fani Damayanti

B1011211033

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan  
Program Studi : Ekonomi Pembangunan  
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 04 Juni 2025

### Majelis Penguji

No.	Majelis Penguji	Nama/NIP	Tgl/bln/thn	Tanda Tangan
1.	Pembimbing Utama	Eko Supriyanto, S.E., M.E.	16/06/2025	
		NIP 199101212019031013		
2.	Ketua Penguji	Dr. Erni Panca Kurniasih, S.E., M.Si.	16/06/2025	
		NIP 197206071998032001		
3.	Anggota Penguji	Ninuk Dwiastuti Ruwandari, S.E., M.M.	13/06/2025	
		NIP 196312041990022001		

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus  
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)



## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran dan kesempatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Pemenuhan Kebutuhan Tersier Masyarakat Kota Pontianak yang merupakan syarat akademisi dalam memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.

Sesungguhnya penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka penyusunan Tugas Akhir ini tidak dapat berjalan dengan baik. hingga terselesaikannya penulisan Tugas Akhir ini telah menerima banyak bantuan waktu, tenaga, dan pikiran dari berbagai pihak. Sehubungan itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati maka pada kesempatan kali ini perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas kasih, anugerah dan berkat yang sungguh luar biasa kepada penulis. Banyak tantangan yang penulis hadapi selama menyelesaikan tugas akhir ini, tetapi ketika penulis berserah dan berharap padaNya, Ia selalu turut campur tangan menolong penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Kedua orang tua tercinta, yaitu Ayah Buy Hendro dan Ibu Acui. Orang tua terbaik yang selalu menjadi penyemangat, sebagai sandaran terkuat penulis dari kerasnya dunia, yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, doa hebat yang selalu dipanjatkan untuk penulis, dan dukungan baik secara moril maupun secara material yang tiada hentinya diberikan kepada penulis serta mampu mendidik penulis hingga menyelesaikan studi sampai tahap sarjana. Semoga Tuhan selalu mempermudah setiap langkah kaki dalam mewujudkan keinginan kedua orang tua penulis, sehingga penulis dapat membalas semua jerih payah mereka selama ini. Dan semoga kedua orang tua penulis selalu diberikan kesehatan serta umur yang panjang. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.
3. Saudara yaitu, Ce Kristina, Ce Krista, dan Ce Yuni yang terkasih dan tersayang yang telah memberikan semangat, motivasi, doa, serta menguatkan dan mejadi panutan penulis dalam menjalani proses perkuliahan dan proses penulisan tugas akhir hingga selesai.
4. Keponakan-keponakan tercinta, Gabriel, Queen, dan Jerzy, terima kasih atas kelucuan-kelucuan kalian yang membuat penulis semangat dan selalu membuat penulis senang, sehaingga penulis semangat untuk menggerakkan tugas akhir ini sampai selesai.
5. Ibu Dr. Hj. Barkah, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
6. Ibu Nurul Bariyah, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
7. Ibu Metasari Kartika, S.E., M.E. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
8. Bapak Yanto, S.E., M.Sc. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
9. Bapak Eko Supriyanto, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dan arahan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik dan lancar.

10. Ibu Dr. Erni Panca Kurniasih, S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
11. Ibu Ninuk Dwiastuti Ruwandari, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan saran dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
12. Bapak Ibu Dosen yang telah membagikan banyak ilmunya kepada penulis terkhusus Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura.
13. Seluruh Staf Akademik, Perpustakaan, Tata Usaha dan Karyawan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang telah membantu proses administrasi dalam penyelesaian Tugas Akhir.
14. Sahabat yang menemani sejak di bangku perkuliahan, Chika, Sartika, Julia, Deva, Dini, Agi, Rendy, Glen, Denis terima kasih telah menemani penulis hingga saat ini, menjadi penyemangat penulis untuk terus berjuang menyelesaikan tugas akhir ini.
15. BEM Kabinet Isocost terima kasih atas pengalaman berharga yang diberikan kepada penulis selama perkuliahan, yang telah menjadi wadah penulis untuk belajar hal-hal baru, mengenal lebih banyak pengalaman serta cerita seru, dan tumbuh bersama orang-orang hebat yang selalu menginspirasi.
16. UKM PP Lisma Untan terima kasih telah menjadi ruang untuk tumbuh, sumber inspirasi dalam perjalanan perkuliahan penulis, setiap diskusi, dukungan, dan kebersamaan di UKM ini telah menyalakan semangat penulis untuk terus belajar dan berkarya, terkhususnya kabinet nawasena aksantara dan rekan kerja PSDA telah menjadi kenangan indah yang tak tergantikan selama proses perkuliahan penulis.
17. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Pembangunan Angkatan 2021, terkhusus kelas A. Terima kasih atas kebersamaan dan bantuannya selama masa perkuliahan.
18. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan demi kelancaran penyelesaian Tugas Akhir.
19. Teruntuk diri sendiri, Fani Damayanti terima kasih telah berjuang dan bertanggung jawab dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuannya, semoga Tuhan membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, jika di kemudian hari ditemukan beberapa kesalahan ataupun kekeliruan, penulis mengucapkan permohonan maaf yang sebesar-besarnya. Oleh karena itu, dengan rendah hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun bagi pembaca dan peneliti selanjutnya. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Pontianak, 23 Juni 2025



Fani Damayanti  
NIM. B1011211033

# **PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN TERSIER MASYARAKAT KOTA PONTIANAK**

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan tersier masyarakat Kota Pontianak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang berasal dari pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Pontianak yang merupakan penggemar Korean populer sebanyak 96 responden. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lameshow dan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS versi 25. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumtif; Gaya Hidup; Literasi Keuangan; Kebutuhan Tersier.

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMENUHAN KEBUTUHAN TERSIER  
MASYARAKAT KOTA PONTIANAK**

**Oleh: Fani Damayanti**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura**

**RINGKASAN**

**1. Latar Belakang**

Perilaku konsumtif mengacu pada fenomena yang mempengaruhi kondisi masyarakat masa kini. Perilaku konsumtif di Indonesia merujuk pada kecenderungan tindakan mengonsumsi barang yang melebihi batas wajar tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut, dengan tujuan memaksimalkan kepuasan pribadi (Lutfiah *et al.*, 2022). Perilaku ini berdampak pada kehidupan orang dewasa, termasuk remaja, yang sering kali mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan dasar mereka. Keinginan yang kuat agar dapat memiliki barang-barang tersebut, tanpa mempertimbangkan nilai guna dan manfaatnya, disebabkan oleh keinginan semata untuk mencapai kesenangan. Perilaku konsumtif dapat terjadi akibat meningkatnya pembelian secara berlebihan tanpa perencanaan terlebih dahulu, kebiasaan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu singkat, mengarah pada perilaku yang berlebihan bahkan hingga pemborosan.

Fenomena meningkatnya impor dari Korea Selatan ke Indonesia tidak hanya mencakup barang-barang elektronik dan kendaraan, tetapi juga produk budaya Korea yang sangat diminati oleh masyarakat, khususnya para penggemar K-Pop. Indonesia mengimpor berbagai produk dari Korea Selatan dengan nilai impor yang tinggi, termasuk barang-barang seperti produk budaya Korea populer juga banyak diimpor secara resmi, yang tidak tercatat secara rinci dalam data perdagangan tetapi sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Masuknya barang-barang impor dari Korea Selatan, yang didorong oleh popularitas budaya K-Pop, telah mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Indonesia, terutama para penggemar K-Pop. Mereka cenderung membeli produk-produk Korea yang asli dan resmi, yang meningkatkan nilai impor Indonesia dari Korea Selatan dan mendorong perubahan pola konsumsi yang lebih konsumtif di kalangan muda. Faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dalam konteks ini, perilaku individu atau kelompok dapat dipengaruhi oleh perilaku kelompok lainnya, seperti halnya ketertarikan remaja terhadap budaya Korea Selatan saat ini menjadi salah satu alasan mereka membeli produk-produk yang berkaitan dengan negara tersebut. Budaya Korea telah mengalami perkembangan yang pesat dan menyebar secara global. Korean Wave (K-Wave) atau Hallyu adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan penyebaran budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia (Arindanyts, 2023). Pengaruh budaya Korea melalui Korean Populer telah menciptakan hubungan budaya yang erat antara Indonesia dan Korea Selatan. Masuknya produk-produk impor budaya Korea ke dalam Indonesia dan menjadi salah satu elemen kunci dalam memperkenalkan kekayaan budaya Korea secara global (Catherine Valenciana, 2022). Munculnya budaya Korean populer dapat membawa perubahan pada gaya hidup, yang sering kali tercermin dalam sikap hedonisme dan materialisme (Dewi, Gama, & Astiti, 2021). hal ini disebabkan karena budaya populer lebih

fokus pada pemenuhan emosi dan kepuasan pribadi (Sugihartati, 2017), contoh dari sikap hedonisme ini terlihat pada kebiasaan membeli *merchandise* K-Pop, album K-Pop menyertakan *merchandise* seperti PC (*Photo Card*), *Post Card*, Stiker, dan berbagai item lainnya. Biasanya, ketika idol favorit mereka merilis album baru, para penggemar K-Pop akan membeli album tersebut dengan harapan bisa mendapatkan *photocard* dari idola mereka, jika mereka tidak mendapatkan *photocard* dari idola favoritnya, para penggemar biasanya akan terus mencari hingga berhasil mendapatkannya, baik dengan membeli ulang album atau melakukan pertukaran *photocard* dengan sesama fans.

Daya tarik yang dijual dari industri Korean populer ini membuat nilai-nilai dari negeri ginseng diimplementasikan oleh para penggemar ke dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya musik, melainkan juga gaya hidup dan nilai-nilai kehidupan yang mereka sajikan di layar kaca dapat menjadi elemen penting yang bisa diadopsi oleh penggemar Korean populer. Kegemaran mereka terhadap Korean populer serta budayanya tentu dapat menghasilkan perubahan yang positif dan negatif. Tingginya minat, antusiasme, dan kesukaan penggemar terhadap Korean populer yang menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif yang berdampak signifikan terhadap kehidupan konsumsi mereka. Kegemaran mereka terhadap budaya Korean Pop *culture* secara tidak langsung memengaruhi perubahan dalam perilaku sehari-hari mereka. (Jayanti *et al.*, 2022).

## **2. Permasalahan**

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kota Pontianak?
2. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Kota Pontianak?

## **3. Tujuan Penelitian**

1. Menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan tersier masyarakat Kota Pontianak
2. Menguji dan menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan tersier masyarakat Kota Pontianak

## **4. Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif berdasarkan jenis dan analisis datanya yang merupakan suatu proses dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan melalui penggunaan data numerik sebagai sarana untuk menganalisis informasi mengenai hal penelitian yang ingin ditemukan. Berdasarkan periode waktu pelaksanaannya, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian *cross-sectional*. Penelitian *cross-sectional*, menurut Abduh *et al.*, (2022), adalah jenis penelitian ini yang digunakan untuk menguji hubungan antara faktor risiko dan akibatnya melalui pengamatan atau pengumpulan data, dengan tujuan mengumpulkan informasi secara serentak pada satu waktu. Dalam penelitian ini data yang akan digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang telah disebar kepada responden dengan kriteria responden merupakan masyarakat Kota Pontianak yang menggemari Korean pop. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari masyarakat Kota Pontianak yang merupakan penggemar Korean pop. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling* dengan metode *simple random*

*sampling*. Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket dengan skala likert 1-5. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden.

## **5. Hasil dan Pembahasan**

Hasil setelah dilakukan penelitian terhadap 96 responden penggemar Korean populer di Kota Pontianak, untuk mengetahui faktor apa saja yang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Pontianak. Responden dalam penelitian ini adalah individu-individu yang tergolong sebagai penggemar Korean populer. Karakteristik responden dijelaskan berdasarkan aspek seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendapatan, besaran pengeluaran mereka terkait Korean populer, serta keterlibatan mereka dalam komunitas tertentu. Pengelompokan ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai profil responden yang menjadi objek studi. Dalam penelitian ini, pemahaman terhadap karakteristik responden dianggap penting karena dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif masyarakat di Kota Pontianak. Dalam penelitian ini, karakteristik responden di anggap penting karena dapat membantu mengestimasi faktor apa saja yang memiliki pengaruh pada perilaku konsumtif. B Variabel gaya hidup  $0,00 < 0,05$ , dan variabel literasi keuangan  $0,02 < 0,05$ . Oleh karena itu, secara parsial variabel gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif penggemar Korean populer masyarakat kota Pontianak.

## **6. Kesimpulan dan Saran**

Variabel gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Pontianak, hal ini disebabkan oleh gaya hidup yang mencerminkan perilaku konsumtif, dan cara individu mengekspresikan diri melalui barang yang mereka konsumsi. Variabel literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kota Pontianak, literasi keuangan dapat memengaruhi perilaku konsumtif melalui pemahaman tentang pengelolaan uang, yang bisa berujung pada peningkatan konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, perlu adanya kesadaran akan pentingnya gaya hidup yang seimbang agar dapat mengatur dan menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga pengeluaran tidak berlebihan serta cara mengelola keinginan membeli produk secara bijak. Literasi keuangan yang baik dapat membantu menurunkan perilaku konsumtif dengan memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi secara bijak. Oleh karena itu pentingnya menentukan skala prioritas agar dapat membantu seseorang mengelola keuangan, terstruktur dan pengeluaran menjadi lebih terkontrol.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT .....	ii
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR YURIDIS .....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
RINGKASAN .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>I</i>
ABSTRAK.....	1
1. PENDAHULUAN .....	2
2. KAJIAN LITERATUR .....	8
2.1 Tinjauan Teori.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumtif.....	8
2.1.2 Gaya Hidup.....	9
2.1.3 Literasi Keuangan.....	10
2.2 Tinjauan Empiris .....	10
2.2.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif .....	10
2.2.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	11
2.3 Kerangka Konseptual dan Hipotesis Penelitian .....	11
3. METODE PENELITIAN.....	12
3.1 Populasi dan Sampel.....	12
3.2 Analisis Regresi Linear Berganda.....	13
3.3 Metode Analisis .....	14
3.4 Uji Asumsi Klasik.....	14
3.5 Uji Statistik .....	15
4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	16
4.1 Hasil Penelitian.....	16
4.1.1 Karakteristik Responden.....	16
4.1.2 Jenis Kelamin .....	16
4.1.3 Umur.....	17
4.1.4 Tingkat Pendidikan .....	17
4.1.5 Jenis Pekerjaan .....	18
4.1.6 Tingkat Pendapatan Tambahan .....	19
4.1.7 Pengeluaran per bulan terkait konsumsi Korean Populer .....	20
4.1.8 Kelompok komunitas Korean Populer.....	20
4.1.9 Jenis Komunitas.....	21
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	23
4.2.1 Uji Validitas .....	23

4.2.2 Uji Reliabilitas .....	23
4.3 Uji Asumsi Klasik .....	24
4.3.1 Uji Normalitas .....	24
4.3.2 Uji Multikolinearitas .....	24
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas .....	25
4.4 Analisis Regresi Linear Berganda .....	25
4.5 Uji Statistik/Uji Hipotesis .....	26
4.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	26
4.5.2 Uji Parsial (Uji t).....	26
4.6 Pembahasan .....	27
4.6.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif .....	27
4.6.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif .....	28
5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI .....	29
DAFTAR RUJUKAN .....	30

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Pontianak (Jiwa).....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	13
Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	16
Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	17
Tabel 3 Tingkat Pendidikan .....	17
Tabel 4 Jenis Pekerjaan.....	18
Tabel 5 Tingkat Pendapatan Tambahan.....	19
Tabel 6 Pengeluaran .....	20
Tabel 7 Kelompok Komunitas .....	21
Tabel 8 Jenis Komunitas .....	21
Tabel 9 Lama tergabung dalam komunitas .....	22
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas.....	22
Tabel 11 Hasil Pengujian Reliabilitas .....	23
Tabel 12 Hasil Pengujian Normalitas .....	23
Tabel 13 Hasil Uji Multikolinearitas .....	24
Tabel 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	24
Tabel 15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	25
Tabel 16 Hasil Uji F.....	25
Tabel 17 Hasil Uji t.....	26
Tabel 18 Koefisien Determinasi .....	26
Tabel 19 Jenis Produk .....	28

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Antusiasme Budaya Korea di Berbagai Negara .....	4
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual .....	11

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI  
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU  
KONSUMTIF DALAM PEMENUHAN  
KEBUTUHAN TERSIER MASYARAKAT KOTA  
PONTIANAK**

<sup>1</sup>Fani Damayanti

<sup>2</sup>Eko Supriyanto, S.E., M.E.

*Universitas Tanjungpura, Indonesia*

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to test and analyze the influence of lifestyle and financial literacy on consumer behavior in providing tertiary needs of the Pontianak city community. This study is a quantitative study using primary data sources derived from questionnaires filled out by respondents. The questionnaire in this study used a Likert scale of 1-5. The population in this study was the Pontianak city community who were fans of popular Korea as many as 96 respondents. The number of samples was calculated using the Lameshow formula and sampling using a simple random sampling technique. Data analysis used multiple linear regression with the IBM SPSS version 25 application. The results showed that lifestyle variables had a positive and significant effect on consumer behavior, and financial literacy had a positive and significant effect on consumer behavior.*

**Keywords:** *Consumer Behavior; Lifestyle; Financial Literacy; Tertiary Needs.*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk menguji dan menganalisis pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam pemenuhan kebutuhan tersier masyarakat kota Pontianak. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan sumber data primer yang berasal dari pengisian kuesioner oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert 1-5. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Pontianak yang merupakan penggemar Korean populer sebanyak 96 responden. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Lameshow dan pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi IBM SPSS versi 25. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci:** Perilaku Konsumtif; Gaya Hidup; Literasi Keuangan; Kebutuhan Tersier.

## 1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif mengacu pada fenomena yang mempengaruhi kondisi masyarakat masa kini. Perilaku konsumtif di Indonesia merujuk pada kecenderungan tindakan mengonsumsi barang yang melebihi batas wajar tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut, dengan tujuan memaksimalkan kepuasan pribadi (Lutfiah *et al.*, 2022). Perilaku ini berdampak pada kehidupan orang dewasa, termasuk remaja, yang sering kali mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya bukan kebutuhan dasar mereka. Keinginan yang kuat agar dapat memiliki barang-barang tersebut, tanpa mempertimbangkan nilai guna dan manfaatnya, disebabkan oleh keinginan semata untuk mencapai kesenangan. Perilaku konsumtif dapat terjadi akibat meningkatnya pembelian secara berlebihan tanpa perencanaan terlebih dahulu, kebiasaan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu singkat, mengarah pada perilaku yang berlebihan bahkan hingga pemborosan.

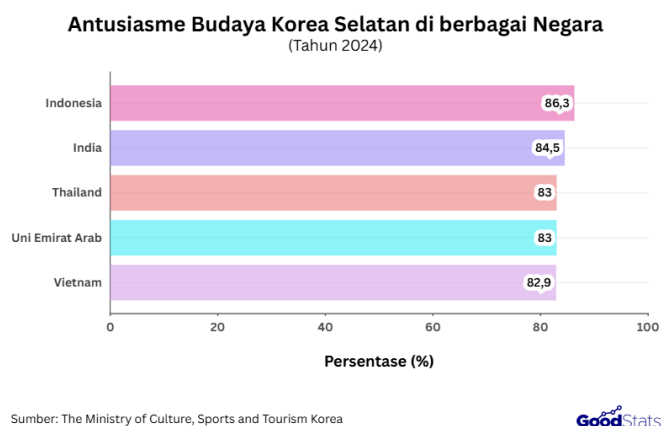
Dalam konteks ekonomi mikro, manusia memiliki berbagai kebutuhan sehari-hari, kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat diklasifikasikan menjadi tiga jenis yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Hal tersebut senada dengan yang telah dikemukakan oleh Muh. Syarifuddin (2016) menyatakan bahwa kebutuhan manusia dapat dikategorikan berdasarkan tingkat intensitasnya menjadi tiga jenis, yaitu kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Berbagai kebutuhan yang dimiliki manusia dalam kegiatan di kehidupan sehari-hari tidak dapat terlepas dalam aktivitas konsumsi. Namun kebutuhan yang akan dikonsumsi kini tidak hanya didasarkan pada kebutuhan dasar, melainkan lebih pada keinginan, bahkan sering kali berujung pada perilaku yang berlebihan. Niko Ramadhani (2019) mengidentifikasi beberapa karakteristik perilaku konsumtif individu, yaitu: 1) Memiliki tingkat gengsi yang tinggi, 2) Selalu mengikuti tren terkini, 3) Terbiasa menjalani gaya hidup mewah, dan 4) Menyukai perhatian serta pengakuan dari orang lain.

Fenomena meningkatnya impor dari Korea Selatan ke Indonesia tidak hanya mencakup barang-barang elektronik dan kendaraan, tetapi juga produk budaya Korea yang sangat diminati oleh masyarakat, khususnya para penggemar K-Pop. Indonesia mengimpor berbagai produk dari Korea Selatan dengan nilai impor yang tinggi, termasuk barang-barang seperti produk budaya Korea populer juga banyak diimpor secara resmi, yang tidak tercatat secara rinci dalam data perdagangan tetapi sangat populer di kalangan masyarakat Indonesia. Masuknya barang-barang impor dari Korea Selatan, yang didorong oleh popularitas budaya K-Pop, telah mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat Indonesia, terutama para penggemar K-Pop. Mereka cenderung membeli produk-produk Korea yang asli dan resmi, yang meningkatkan nilai impor Indonesia dari Korea Selatan dan mendorong perubahan pola konsumsi yang lebih konsumtif di kalangan muda. Faktor utama yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis, dan faktor kebudayaan. Faktor kebudayaan sangatlah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, dalam konteks ini, perilaku individu atau kelompok dapat dipengaruhi oleh perilaku kelompok lainnya, seperti halnya ketertarikan remaja terhadap budaya Korea Selatan saat ini menjadi salah satu alasan mereka membeli produk-produk yang berkaitan dengan negara tersebut. Budaya Korea telah mengalami perkembangan yang pesat dan menyebar secara global. Korean Wave (K-Wave) atau Hallyu adalah istilah yang dipakai untuk menjelaskan penyebaran budaya populer Korea Selatan ke berbagai negara di dunia, termasuk Indonesia (Arindanyts, 2023). Pengaruh budaya Korea melalui

Korea drama dan Korean Populer telah menciptakan hubungan budaya yang erat antara Indonesia dan Korea Selatan. Para penggemar K-Drama dan K-Pop di Indonesia aktif dalam berpartisipasi dalam acara *fan meeting*, konser, dan berinteraksi dengan para idola Korea melalui media sosial. Masuknya produk-produk impor budaya Korea ke dalam Indonesia dan menjadi salah satu elemen kunci dalam memperkenalkan kekayaan budaya Korea secara global (Catherine Valenciana, 2022).

Munculnya budaya Korean populer dapat membawa perubahan pada gaya hidup, yang sering kali tercermin dalam sikap hedonisme dan materialisme (Dewi, Gama, & Astiti, 2021), hal ini disebabkan karena budaya populer lebih fokus pada pemenuhan emosi dan kepuasan pribadi (Sugihartati, 2017), contoh dari sikap hedonisme ini terlihat pada kebiasaan membeli *merchandise* K-Pop, album K-Pop menyertakan *merchandise* seperti PC (*Photo Card*), *Post Card*, Stiker, dan berbagai item lainnya. Biasanya, ketika idol favorit mereka merilis album baru, para penggemar K-Pop akan membeli album tersebut dengan harapan bisa mendapatkan *photocard* dari idola mereka, jika mereka tidak mendapatkan *photocard* dari idola favoritnya, para penggemar biasanya akan terus mencari hingga berhasil mendapatkannya, baik dengan membeli ulang album atau melakukan pertukaran *photocard* dengan sesama fans. Banyak remaja yang sedang mencari jati dirinya, sehingga di masa tersebut mereka cenderung mencoba berbagai hal-hal baru. Remaja yang merupakan penggemar Korean populer mengalami perubahan gaya pakaian, yang secara bertahap akan berubah menjadi “Korean *style*”. Kehadiran artis K-pop saat ini memiliki dampak besar terhadap preferensi generasi milenial dan generasi Z dalam berbagai aspek. Misalnya semakin maraknya konsumsi makanan Korea dengan hidangan yang lezat dan kemasan makanan menyungung tema K-Pop serta tema musik yang diputar menjadi salah satu keharusan dalam sebuah restoran K-Pop. Menurut Kartika & Hendarmin (2018), kontribusi sub sektor kuliner masih memiliki potensi yang semakin besar dikarenakan keanekaragaman budaya, sumber daya alam yang terdapat pada suatu wilayah, disertai transformasi gaya hidup masyarakatnya.

Saat ini, Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak yang menyukai Korean populer. Hal ini berkontribusi pada semakin mendunianya K-pop dan berasal dari Korea Selatan telah muncul sebagai fenomena sosial yang berkembang, khususnya di platform media sosial Indonesia. Penggemar selebritas yang berlebihan terhadap selebritas dapat memberikan dampak negatif bagi para penggemar. Sebagai contoh, dalam aspek hiburan, penggemar K-pop bisa menghabiskan waktu mereka untuk mendiskusikan artis favorit mereka di platform media sosial, yang berujung pada penggunaan internet yang berlebihan (Salbiah, 2020). Dalam dimensi personalisasi yang kuat, kecintaan yang berlebihan terhadap selebritas dapat menyebabkan ketidakpuasan terhadap penampilan fisik (Tresna *et al.*, 2021). Secara umum, seseorang yang memiliki kekaguman yang tinggi terhadap selebritas cenderung menunjukkan perilaku konsumtif dalam membeli barang-barang yang berhubungan dengan selebritas favorit mereka (Sofwan *et al.*, 2020).



Gambar 1.1 Antusiasme Budaya Korea di Berbagai Negara

Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan (MCST) yang dipimpin oleh Menteri Yu In Chon, bersama dengan Ketua Yayasan Pertukaran Budaya Internasional Korea (KOFICE), Jung Kil Hwa, telah mengumumkan hasil survei hallyu luar negeri 2024 berdasarkan data tahun 2023. Indonesia berada di peringkat teratas sebagai negara dengan minat tertinggi terhadap budaya Korea, dengan persentase mencapai 86,3%. Survei ini menganalisis penggunaan dan persepsi terhadap konten Korean wave di negara-negara asing utama. Jumlah sampel survei diperbesar menjadi 700 hingga 1.600 peserta untuk memungkinkan analisis yang lebih mendalam. Berdasarkan laporan yang dirilis oleh Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan (MCST) melalui siaran pers, Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai negara dengan tingkat ketertarikan tertinggi terhadap budaya Korea, yaitu sebesar 86,3%. Dari seluruh responden survei, sebanyak 68,8% menyatakan mereka menyukai konten budaya Korea yang telah mereka nikmati. Negara-negara dengan persentase kesukaan tertinggi terhadap konten Korea adalah Indonesia dengan 86,3%, diikuti oleh India sebesar 84,5%, Thailand dan Uni Emirat Arab masing-masing 83,0%, serta Vietnam sebesar 82,9%.

Berdasarkan data *Korean Broadcasting System World* (2022), jumlah penggemar Korean Populer di seluruh dunia telah mencapai lebih dari 156,6 juta orang pada Desember 2021. Survei yang dilakukan oleh *IDN Times* (2019) mengungkapkan bahwa di Indonesia, 40,7% penggemar K-pop berusia antara 20 hingga 25 tahun, 38,1% berusia 15 hingga 20 tahun, 11,9% berusia di atas 25 tahun, dan kelompok usia 10 hingga 15 tahun merupakan yang paling sedikit, yaitu 9,3%. Demografi penggemar Korean populer di Indonesia sebagian besar adalah perempuan, yakni sebanyak 92,1% penggemar, juga banyak dari kalangan masyarakat. Penggolongan usia dalam sudut pandang usia kerja disebut dengan istilah usia produktif yang dimana seseorang tergolong dalam usia produktif apabila berada dalam rentang umur 15 - 64 tahun, dan penduduk yang berusia dibawah 15 tahun maka belum dapat dikatakan sebagai usia produktif karena umur dibawah 15 masih tergolong sebagai anak-anak, atau yang diatas 64 tahun juga sudah bukan lagi usia produktif dikarenakan pada usia diatas 64 umumnya seseorang sudah tidak mampu untuk beraktivitas lebih dikarenakan faktor usia.

Perilaku konsumtif penggemar Korean Populer di Kota Pontianak menunjukkan adanya dampak negatif bagi anak muda yang belum dapat menghasilkan uang sendiri dan masih bergantung pada uang orang tua, ternyata, meningkatnya popularitas budaya Korean Populer berpengaruh terhadap perilaku para penggemarnya. Fenomena ini terlihat dari seringnya terjadi konflik di antara sesama penggemar Korean Populer, perilaku yang tidak terkendali di tempat umum, serta kecenderungan untuk berperilaku konsumtif (Etikasari, 2018). Beberapa bentuk perilaku konsumtif yang sering dilakukan oleh para pecinta K-pop di Kota Pontianak meliputi, album korea, tiket konser, *photocard*, membeli *merchandise* yang sedang *trend* akibat dari unggahan selebritas asal Korea Selatan di media sosial contohnya produk pop mart boneka labubu yang berhasil menciptakan fenomena viral yang menarik perhatian masyarakat Kota Pontianak, serta berbagai barang lainnya yang sering kali berujung pada perilaku konsumtif.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Pontianak, penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin Kota Pontianak adalah sebagai berikut

**Tabel 1.1 Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Pontianak (Jiwa)**

<b>Kelompok Umur</b>	<b>Laki-laki</b>	<b>Perempuan</b>	<b>Jumlah</b>
0-4	28.568	27.415	55.983
5-9	28.245	26.890	55.135
10-14	27.789	26.588	54.377
15-19	27.663	26.247	53.910
20-24	27.951	27.280	55.231
25-29	28.196	28.029	56.225
30-34	26.583	26.720	53.303
35-39	25.437	26.340	51.777
40-44	24.795	25.402	50.197
45-49	22.886	23.015	45.901
50-54	20.167	20.441	40.608
55-59	16.525	16.726	33.251
60-64	12.889	13.065	25.954
65-69	9.169	9.774	18.943
70-74	5.983	6.809	12.792
75+	5.010	6.871	11.881
Jumlah	337.856	337.612	675.468

*Sumber: Data Sekunder Badan Pusat Statistik (BPS) Pontianak Tahun 2023*

Berdasarkan data, pada tahun 2023, jumlah penduduk di Kota Pontianak tercatat sebanyak 675.468 jiwa, dengan 466.357 jiwa di antaranya berada dalam kategori usia produktif (15 - 64 tahun). Dari data tersebut, terlihat bahwa penduduk usia produktif di Pontianak lebih banyak dibandingkan dengan penduduk yang tidak termasuk dalam kategori usia produktif. Dan generasi Z serta milenial dari umur 15-39 tahun berjumlah 270.446 jiwa. Ketertarikan terhadap K-pop di Indonesia terlihat dari besarnya penggemar selebritas Korea di Indonesia, serta di kalangan masyarakat Pontianak. Budaya Korean Populer, atau yang lebih dikenal sebagai K-pop, merupakan budaya populer yang saat ini

terkenal Kota Pontianak, K-pop umumnya dikenal melalui berbagai bentuk hiburan seperti musik Korea, drama Korea dan acara varietas dengan konsep yang menarik, yang sangat diminati oleh kalangan muda. Hal ini menunjukkan bahwa banyak generasi milenial, generasi Z, dan remaja yang menjadi penggemar Korean Populer.

Konsumerisme penggemar Korean populer di Kota Pontianak, seringkali merujuk pada kecenderungan seseorang yang fokus pada konsumsi dan peningkatan materialistik. Perilaku konsumtif bisa diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk terus-menerus membeli barang dan menghabiskan uang dengan intensitas yang tinggi. Munculnya konsumerisme pada penggemar Korean populer di Kota Pontianak dapat dilihat dari pembelian *merchandise*, album, tiket konser, dan berbagai produk yang berkaitan dengan idola mereka. Keterlibatan penggemar dalam pembelian pernak pernik Korean Populer atau produk Korea menandakan bahwa mereka telah berkontribusi dalam perkembangan budaya Korea dari berbagai sektor. Industri hiburan Korea khususnya dalam dunia K-Pop secara aktif mempromosikan dan menghasilkan *merchandise* resmi yang berkaitan dengan grup maupun idola mereka. Barang-barang seperti pakaian, *lightstick*, album, *photocard*, aksesoris, dan atribut lainnya yang sengaja dirancang dengan cermat bertujuan untuk menarik minat penggemar dan mengikat mereka lebih erat dengan idola mereka, penggemar Korean populer akan rela mengeluarkan uang mereka dengan jumlah yang tidak sedikit. Bagi penggemar, pembelian *merchandise* ini merupakan salah satu cara untuk mengekspresikan dukungan mereka serta mengidentifikasi dirinya sebagai seorang penggemar (Andina 2019). Perilaku konsumerisme di kalangan penggemar Korean Populer di Kota Pontianak juga berkaitan dengan keinginan untuk mendukung idola mereka secara finansial. Para penggemar menyadari bahwa pendapatan dari penjualan *merchandise* dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi kesuksesan idola mereka.

Seiring dengan popularitas Korean populer yang terus berkembang di Kota Pontianak, banyak penggemar K-Pop atau *kpopers* mengalami perluasan pola hubungan sosial atau relasi sosial mereka. Ketika seseorang menjadi seorang penggemar Korean populer, mereka akan sering terlibat dalam komunitas *online* dan *offline* yang mendedikasikan waktu mereka untuk mendukung dan berbagi minat mereka terhadap artis dan grup Korean populer tertentu. Salah satu dampak yang signifikan dari menjadi seorang penggemar Korean populer yaitu memiliki peluang untuk terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama dengan mereka. Melalui platform *online* seperti forum, grup media sosial, dan aplikasi pesan, *kpopers* dapat berinteraksi dengan penggemar lain baik yang sesama masyarakat Kota Pontianak ataupun kota lainnya. Bermula dari identitas sebagai seorang penggemar, maka hubungan sosial semakin diperluas, dan persahabatan lintas batas pun terbentuk. Komunitas Korean populer memungkinkan penggemar untuk memperluas lingkaran sosial dengan penggemar dari berbagai negara dan budaya yang berbeda. Media sosial memainkan peran penting dalam memperluas interaksi penggemar K-Pop di seluruh dunia. Interaksi tidak hanya terbatas pada *online*, tetapi juga terjadi melalui konser, *fansign*, dan *fanmeeting*, yang memperkuat ikatan sosial berdasarkan identitas sebagai penggemar K-Pop.

Berdasarkan beberapa kasus yang terjadi, konflik tersebut seringkali disebabkan oleh adanya hierarki sosial dalam sebuah fandom membuat penggemar berlomba-lomba untuk memperoleh citra yang otentik agar dikenal oleh banyak orang (Abd-Rahim 2019). Persaingan ini dapat dilihat dari modal sosial, ekonomi, budaya maupun simbolik yang

nantinya akan membuat mereka berada pada strata yang berbeda. Hal ini menyebabkan banyak penggemar yang akhirnya haus akan validasi sehingga rela melakukan apa saja demi idola dan identitas dirinya sebagai penggemar. Penggemar dipandang sebagai individu yang selalu menunjukkan antusiasme yang berlebihan dan konsumtif dalam membeli beragam *merchandise* atau bahkan menonton konser. Maraknya konflik yang terjadi di dunia maya merupakan sebuah indikasi atau manifestasi dari kesuksesan Korea Selatan dalam menjadikan Korean populer sebagai fenomena budaya yang telah mengglobal. Hal ini dikarenakan minat masyarakat yang tinggi terhadap Korean populer telah menguntungkan mereka dalam eksistensinya di dunia hiburan.

Daya tarik yang dijual dari industri Korean populer ini membuat nilai-nilai dari negeri ginseng diimplementasikan oleh para penggemar ke dalam kehidupan sehari-hari. Tidak hanya musik, melainkan juga gaya hidup dan nilai-nilai kehidupan yang mereka sajikan di layar kaca dapat menjadi elemen penting yang bisa diadopsi oleh penggemar Korean populer. Kegemaran mereka terhadap Korean populer serta budayanya tentu dapat menghasilkan perubahan yang positif dan negatif. Tingginya minat, antusiasme, dan kesukaan penggemar terhadap Korean populer yang menjadi pemicu timbulnya perilaku konsumtif yang berdampak signifikan terhadap kehidupan konsumsi mereka. Kegemaran mereka terhadap budaya Korean Pop *culture* secara tidak langsung memengaruhi perubahan dalam perilaku sehari-hari mereka. (Jayanti *et al.*, 2022).

Dari fenomena ini membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif penggemar Korean populer di Pontianak, dengan variabel gaya hidup yang mencerminkan bagaimana manusia mengekspresikan diri melalui aktivitas, minat, kebiasaan dalam membelanjakan uang, serta cara mereka mengatur waktu menurut Kotler & Keller (2016). Dan variabel literasi keuangan yang merupakan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*) serta perilaku konsumtif adalah tindakan individu yang cenderung mengkonsumsi atau membeli barang dan jasa secara berlebihan, tidak rasional, serta menyebabkan pemborosan secara ekonomi. Perilaku ini lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan dapat menimbulkan kecemasan serta rasa ketidakamanan secara psikologis menurut Sucihati *et. al* (2019).

Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui hal-hal yang menjadi pengaruh perilaku konsumtif masyarakat di Kota Pontianak, dengan variabel gaya hidup dan literasi keuangan sebagai variabel bebas, sedangkan perilaku konsumtif berperan sebagai variabel terikat. Dari variabel-variabel tersebut, dirumuskan hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Untuk melakukan pengujian ini maka hipotesis penelitian diperlukan analisis-*analisis* data tertentu yang didapatkan dari sumber akurat sehingga hipotesis dapat dibuktikan kebenarannya.