

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI RASIONALITAS PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI PADANG

Juliani, Efni Cerya

Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Email: juliani.azz123@gmail.com

**Abstract:** *This research was conducted to reveal the influence of student income, parents' socio-economic status, tastes, and financial literacy on the rationality of consumption behavior of students of the Faculty of Economics, Padang State University. The type of research used is quantitative research with causal research design and descriptive method. The population in this study were the 2015, 2016, and 2017 UNP Economics Faculty undergraduate students with a sample size of 169 from a population of 1691 students. The technique used in sampling was proportionate stratified random sampling, research data was obtained through questionnaires. The research data were analyzed by multiple regression tests with the help of the SPSS version 21 application program.*

**Keyword:** *Income, Socio-Economics Status, Tastes, Financial Literacy Rationality of Consumption Behavior*

### PENDAHULUAN

Memasuki era revolusi industri keempat atau yang sering disebut industri 4.0, yang ditandai dengan berkembangnya dunia teknologi digital yang diintegrasikan ke dalam proses produksi dan konsumsi menunjukkan telah terjadi perubahan dari ekonomi konvensional menuju ekonomi digital (Kemenperin.go.id, 2018). Pemanfaatan teknologi komunikasi dan informasi akan mengubah bagaimana melakukan bisnis dan bagaimana barang/jasa diproduksi serta dipasarkan. Dalam konteks *connecting generation* konsumen dan produsen akan bertransaksi langsung dengan sangat efisien, andal dan efektif. Hadirnya perusahaan-perusahaan *e-commerce* dengan konsep *online shopping* memberikan kemudahan bagi konsumen seperti dalam pembelian tiket perjalanan, transportasi daring (*online*), berbelanja daring bahkan hiburan melalui *platform* digital (Koransindo.com, 2016). Revolusi industri merubah cara konsumen mendapatkan informasi, kemudahan informasi menyebabkan konsumen bertindak kurang rasional dalam berperilaku, konsumen sering bertindak impulsif dan menjadi konsumtif dalam mengkonsumsi (Meiranti, 2015).

Mahasiswa sebagai manusia dewasa dianggap telah mampu untuk mengambil keputusan sendiri, setiap tindakan yang dilakukan seharusnya merupakan hasil dari pemikiran yang logis dan rasional. Ada tiga perbedaan tipe perilaku manusia menurut Pareto, yaitu *logical*, *non logical*, dan *illogical*. Manusia yang rasional dianggap benar-benar *logical* (logis), sebaliknya perilaku *illogical* (tidak logis) tidak memiliki rasionalitas, dan perilaku *non logical* (non logis) adalah perilaku yang didasarkan pada tujuan dan rasionalitas namun perilaku mereka terganggu dengan perasaan dan residu (*sentiment and residues*). Ketika manusia bertindak rasional maka yang dimaksud adalah mereka bertindak berdasarkan keputusan yang dipikirkan secara matang dan dilandasi dengan informasi yang akurat dan objektif. Berfikir secara matang berarti mempertimbangkan dengan baik tujuan apa yang ingin dicapai, dan keputusan dilandasi oleh niat untuk mencapai tujuan dengan pengorbanan dan resiko sekecil-kecilnya (Baron dalam Hidayat, 2016).

Teori ekonomi *mainstream* memandang *homo economicus* adalah manusia yang rasional. Sebagai seorang konsumen setiap tindakan yang dilakukan *homo economicus* diasumsikan dilandasi oleh dua hal. Pertama, setiap tindakan dilakukan untuk meraih tujuan, yaitu mendapatkan manfaat setinggi-tingginya dari setiap keputusan yang diambil (*utility maximization*). Kedua, individu adalah agen yang mampu memperhitungkan konsekuensi setiap alternatif tindakan (Simon dalam Hidayat, 2016).

Tindakan konsumsi mahasiswa dipengaruhi oleh pendapatan. Pendapatan mahasiswa berasal dari tiga sumber, yaitu pendapatan dari orang tua, beasiswa bagi penerima beasiswa, dan gaji bagi yang bekerja paruh waktu. Pendapatan tersebut kemudian dialokasikan untuk pengeluaran konsumsi rutin maupun tidak rutin dan konsumsi makanan maupun non makanan. Indriawanati (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi mahasiswa, artinya ketika pendapatan mahasiswa tinggi maka konsumsi mahasiswa juga meningkat. Sejalan dengan penelitian Sutrianti (2018) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, pendapatan

mahasiswa yang tergolong tinggi menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa juga tinggi.

Perilaku konsumsi mahasiswa tidak lepas dari pengaruh status sosial ekonomi orang tua. Status sosial ekonomi merupakan posisi seseorang dalam masyarakat berkaitan dengan orang lain dalam arti lingkungan pergaulan, prestasinya, dan hak-hak serta kewajibannya dalam hubungannya dengan sumber daya. Status sosial ekonomi diperoleh berdasarkan penggolongan menurut kekayaan. Masyarakat yang memiliki harta di atas rata-rata masyarakat pada umumnya dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan baik, dikategorikan kedalam masyarakat yang berstatus sosial ekonomi tinggi. Sedangkan masyarakat yang memiliki harta kekayaan termasuk kurang jika dibandingkan dengan rata-rata masyarakat pada umumnya, serta tidak mampu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, dikategorikan kedalam masyarakat yang berstatus sosial ekonomi bawah (Coleman & Cressey dalam Sumardi, 2014). Astuti (2016) menyatakan bahwa status sosial ekonomi orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Orang tua yang berstatus sosial ekonomi tinggi seringkali memberi uang berlebih pada anaknya dengan tujuan untuk membeli barang-barang kebutuhan yang berkaitan dengan pendidikan, tetapi oleh anak seringkali disalahgunakan, sehingga mereka sering tidak rasional dalam berkonsumsi.

Tingkat status sosial ekonomi orang tua dilihat dari dua indikator yaitu, berdasarkan tingkat pendidikan dan pendapatan. Berikut informasi data tingkat pendidikan dan pendapatan orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

**Tabel 1. Latar Belakang Pendidikan Orang Tua Mahasiswa Fakultas Ekonomi Tingkatan DIII & S1 Angkatan 2014-2017 UNP Tahun 2018**

Tingkat Pendidikan	Pendidikan Dasar			Menengah		Tinggi		
	Tidak Tamat SD	SD	SMP	SMA	Diploma	S1	S2	S3
Ayah	214	395	418	1327	102	414	72	4
Ibu	187	373	458	1259	172	450	47	0
Persentase	6,8%	13,03%	14,87%	43,9%	4,65%	14,67%	2,02%	0,068%
Pendapatan	<250	250-500	501-1.000	1.001-2.500	2.500-5.000	5.001-7.500	7.501-10.000	>10.000
Orang Tua	78	144	824	931	665	178	96	30
Persentase		4,89%	27,97%	31,60%	22,57%	6,04%	3,26%	1,02%

Sumber : Puskom UNP

Dari data di atas dilihat bahwa tingkat pendidikan dan pendapatan orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi berbeda-beda. Tingkat pendidikan orang tua mahasiswa FE didominasi oleh pendidikan menengah dengan persentase 43,9%, sedangkan tingkat pendidikan terendah orang tua adalah tamatan S3 dengan persentase 0,068%. Lebih lanjut data juga menginformasikan bahwa pendapatan tertinggi orang tua mahasiswa termasuk ke dalam kategori pendapatan antara Rp 1.001.000 s/d Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 31,60%, jumlah pendapatan tersebut digolongkan kedalam pendapatan sangat rendah dan rendah menurut BPS (2017). Perbedaan tingkat pendidikan dan pendapatan orang tua menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua mahasiswa FE UNP juga berbeda, perbedaan tersebut mempengaruhi pendapatan mahasiswa dari orang tua. Status sosial ekonomi orang tua dan pendapatan yang berbeda akan menghasilkan perbedaan tingkat rasionalitas mahasiswa dalam berkonsumsi.

Nokadianti (2013) dalam penelitiannya menyatakan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara status sosial ekonomi orang tua terhadap rasionalitas perilaku konsumsi, dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu  $3.69 > 1.96$ , dan koefisien *path* sebesar 0.38. Artinya semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka akan menaikkan tingkat rasionalitas dalam berkonsumsi. Sejalan dengan penelitian Kurniawan (2011) yang menjelaskan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua maka akan semakin tinggi tingkat rasionalitas perilaku konsumsi.

Berbeda dengan hasil penelitian Kuswanti (2014) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan negatif antara status sosial ekonomi orang tua dengan rasionalitas konsumsi mahasiswa, dibuktikan dengan uji t dengan taraf signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  dan taraf koefisien regresi sebesar -0.570, artinya apabila status sosial ekonomi orang tua mengalami peningkatan 1 maka rasionalitas konsumsi akan mengalami penurunan sebesar 0,570. Adanya pengaruh negatif ini sesuai dengan pendapat Campbell dalam Suyanto (2013:107) yang menyatakan “masyarakat akan cenderung menyamakan level konsumsi yang tinggi dengan kesuksesan sosial dan kebahagiaan personal, dan karenanya mereka memilih konsumsi sebagai tujuan hidupnya”.

Selain pendapatan dan status sosial ekonomi, selera dan *financial literacy* juga merupakan faktor yang mempengaruhi rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa (Umar, 2002:50). Selera atau preferensi adalah pilihan, kecenderungan, kesukaan atau hal yang didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan dari pada yang lain (KBBI). Konsep preferensi berkaitan dengan kemampuan konsumen dalam menyusun prioritas pilihan agar dapat mengambil keputusan (Salvatore, 1996). Preferensi konsumen merupakan kecenderungan seseorang dalam memilih penggunaan barang tertentu untuk dapat dirasakan dan dinikmati sehingga dapat mencapai kepuasan dari pemakaian produk, pada akhirnya konsumen loyal terhadap merek tertentu daripada produk yang sejenis. Selera setiap mahasiswa berbeda, perbedaan tersebut menjadikan rasionalitas dalam berkonsumsi berbeda. Meningkatnya selera mahasiswa menyebabkan mahasiswa lebih selektif dalam berkonsumsi, selektivitas menandakan mahasiswa telah berperilaku rasional.

*Financial literacy* merupakan kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi. *Financial literacy* adalah kecerdasan yang sangat penting dimiliki mahasiswa karena berpengaruh pada kesejahteraan mereka. Namun nyatanya *financial literacy* bukan sesuatu yang dianggap penting di Indonesia. Dalam survei yang dilakukan oleh Visa (2012) mengenai *Visa International Financial Literacy Barometer* yang dilakukan di 28 negara menempatkan Indonesia pada posisi ke 27 dengan skor 27,7. Hal ini menunjukkan bagaimana rendahnya tingkat literasi finansial masyarakat Indonesia. Selain itu hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan OJK tahun 2016 menunjukkan bahwa hanya 29,7% masyarakat Indonesia yang memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan yang memadai mengenai produk dan layanan keuangan (*Well Literate*) (OJK, 2017). Di dunia pendidikan *financial literacy* juga bukan hal yang krusial untuk diajarkan, dibuktikan dengan tidak adanya mata pelajaran atau mata kuliah yang memfokuskan pada pembahasan *financial literacy* yang dipelajari secara umum.

Mahasiswa sebagai generasi muda tidak hanya akan menghadapi kompleksitas yang semakin meningkat dalam produk-produk keuangan, jasa, dan pasar, tetapi mereka lebih cenderung harus menanggung risiko keuangan di masa depan yang lebih dari orang tua mereka (Lusuardi, 2010). Putri (2016) menjelaskan bahwa semakin tinggi *financial literacy* seseorang maka semakin tinggi pengaruhnya terhadap rasionalitas, dan tingginya rasionalitas akan menurunkan perilaku konsumtif. Dengan memiliki kecerdasan finansial, mahasiswa akan lebih berfikir rasional dan mampu membuat keputusan untuk kehidupan mereka dan menerima tanggung jawab atas tindakan mereka sendiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauhmana pengaruh pendapatan, status sosial ekonomi orang tua, selera, dan *financial literacy* secara parsial dan simultan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

Menurut Loudon dan Bitta perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Schiffman dan Kanuk mengungkapkan "*The term consumer behaviour refers to the behaviour that consumer display in searching for purchasing, using evaluating and disposing of product and services that they expect will satisfy their needs*". Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Baron (dalam Hidayat, 2016:103) rasionalitas adalah sebuah ukuran yang bersifat normatif ketika seseorang melakukan evaluasi terhadap keyakinan-keyakinan dan keputusan-keputusan yang diambil dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang dimilikinya. Sebagai sebuah ukuran normatif, keputusan seseorang dan keyakinan yang mendasarinya dapat dinilai sebagai benar dalam arti rasional, atau tidak.

Menurut Wahyudi (2004:94-95) jika dilihat dari segi pertimbangan rasional (akal sehat), perilaku konsumen dalam berbelanja dibedakan menjadi dua macam, yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen tidak rasional. Perilaku konsumen rasional adalah perilaku konsumen yang didasari atas pertimbangan rasional (nalar) dalam memutuskan untuk mengkonsumsi suatu produk. Suatu pembelian dapat dikatakan rasional bila dasar pertimbangannya produk tersebut mampu memberikan kegunaan optimal (*optimum utility*) bagi konsumen, selain itu pembelian dapat dikatakan rasional bila dalam memenuhi barang, barang tersebut benar-benar dapat memenuhi kebutuhan. Semakin lama jangka waktu pemuasannya maka akan semakin baik. Produk tersebut benar-benar dibutuhkan konsumen. Butuh tidaknya akan barang dapat dilihat dari posisi barang tersebut dalam skala prioritas. Jika membeli barang yang ada di posisi paling atas dalam skala prioritas, berarti telah melakukan tindakan konsumsi yang rasional. Mutu produk terjamin. Bagaimana kita tahu mutu produk itu terjamin? Bila barang tersebut merupakan makanan, barang tersebut sudah terdaftar di departemen kesehatan. Bagi kaum muslim suatu produk dapat terjamin bila telah mendapat sertifikasi halal dari MUI. Harga terjangkau dan sesuai dengan kemampuan konsumen yang membeli. Suatu pembelian dapat dikategorikan sebagai rasional, bila ada kesesuaian antara harga yang harus kita bayar dan uang yang kita miliki. (2) Perilaku tidak rasional (*irrational*). Sebuah tindakan dalam berbelanja dapat dikatakan tidak rasional bila seorang konsumen memutuskan membeli barang tanpa pertimbangan baik, misalnya: Membeli barang hanya karena tertarik dengan iklannya, Tertarik membeli barang hanya karena mereknya yang terkenal, Membeli barang hanya karena obral atau untuk memperoleh bonus, Konsumsi hanya untuk pamer atau gengsi, bukan karna kebutuhan akan barang tersebut.

Menurut Sciffman dan Kanuk (2004:88), konsumen yang membeli suatu produk berdasarkan motivasi rasional lebih mengutamakan pertimbangan ekonomis seperti kualitas produk, harga, efisiensi, pelayanan, dan tersedianya barang, sedangkan motivasi berdasarkan emosional atau tidak rasional (*emotional motives*) ketika memutuskan suatu pembelian produk tanpa mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang. Secara singkat motivasi yang berdasarkan emosional dapat didefinisikan sebagai motif pembelian berdasarkan kriteria selektif yang subjektif, dan motif yang dipengaruhi oleh perasaan.

Reksoprayitno mendefinisikan bahwa pendapatan dapat diartikan sebagai total penerimaan yang diperoleh pada periode tertentu. Menurut Ridha (2014:118-119) terdapat tiga jenis dan/atau sumber pendapatan, yaitu pendapatan pokok, pendapatan tambahan, dan pendapatan lain-lain. Pendapatan pokok adalah pendapatan yang bersifat periodik atau semi periodik. Jenis pendapatan ini merupakan sumber pokok yang bersifat permanen, sedangkan pendapatan tambahan, adalah pendapatan rumah tangga yang dihasilkan anggota rumah tangga yang bersifat tambahan, dan pendapatan lain-lain, adalah pendapatan yang tidak terduga. Pendapatan lain-lain berupa bantuan dari orang lain. Dalam penelitian ini sumber pendapatan mahasiswa dibagi tiga yaitu pendapatan pokok, pendapatan tambahan, dan pendapatan lain-lain. Pendapatan pokok mahasiswa berasal dari orang tua/saudara, sedangkan pendapatan tambahan berasal dari gaji bagi mahasiswa yang bekerja atau beasiswa pagi penerima beasiswa, dan pendapatan lain-lain bersumber dari selain orangtua/saudara, gaji, dan beasiswa.

Setiap orang memiliki status sosial ekonomi yang berbeda, ada yang keadaan sosial ekonominya tinggi, sedang, dan rendah. Menurut Soerjono (2010:210) "Status sosial adalah tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya sehubungan dengan orang lain, dalam arti lingkungan pergaulannya, prestisinya dan hak-hak serta kewajiban". Sugihartono (2007:30) mengemukakan "Status sosial ekonomi meliputi tingkat pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua, dan penghasilan orang tua". Menurut Tatik (2008:268) variabel yang sering digunakan sebagai indikator untuk mengukur status sosial ekonomi antara lain pekerjaan, pendapatan, dan tingkat pendidikan.

Selera/preferensi adalah pilihan, kesukaan, kecenderungan, atau hal untuk didahulukan, diprioritaskan, dan diutamakan dari yang lain (KBBI, 2006:894). Preferensi konsumen adalah suatu cara praktis untuk menggambarkan bagaimana orang lebih suka terhadap suatu barang lebih dari yang lain (Pindyc & Rubenfield, 2002:64). Menurut Kotler (2005:49) preferensi diartikan sebagai derajat kesukaan seseorang terhadap suatu jenis produk. Lilien, Kotler, dan Moriarty dalam Simamora (2003:88) menjelaskan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen yaitu atribut, kepentingan, kepercayaan dan kepuasan.

*Organisation for Economic Co-operation and Development* atau OECD (2016) mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan dan pemahaman atas konsep dan risiko keuangan, berikut keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pengetahuan dan pemahaman yang dimilikinya tersebut dalam rangka membuat keputusan keuangan yang efektif, meningkatkan kesejahteraan keuangan (*financial well being*) individu dan masyarakat, dan berpartisipasi dalam bidang ekonomi. Literasi keuangan adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) konsumen serta masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan pribadi dengan baik untuk mengelola keuangan pribadi (OJK, 2013). Menurut OECD *International Network on Financial Education* (INFE) (Atkinson & Messy dalam Yarasevika, 2016), Indeks Literasi Keuangan adalah nilai yang diukur berdasarkan beberapa komponen dari literasi keuangan, yaitu pengetahuan finansial (*financial knowledge*), perilaku finansial (*financial behaviour*), dan sikap finansial (*financial attitudes*). Indeks Literasi Keuangan digunakan untuk mengklasifikasikan tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang.

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan desain penelitian kausal dan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi UNP tahun masuk 2015, 2016, dan 2017 dengan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampel secara acak dengan jumlah proporsional untuk setiap subpopulasi sesuai dengan ukuran populasinya. Ukuran sampel yang digunakan adalah 169 dari 1691 mahasiswa. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan angket/kuesioner. Angket berisi pertanyaan-pertanyaan yang dikembangkan dari indikator berdasarkan teori yang relevan dengan masing-masing variabel penelitian. Pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan skala likert. Data dianalisis dengan uji regresi ganda dengan tujuan untuk menguji signifikan pengaruh lebih dari dua variabel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil dari pengolahan data menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah prodi Manajemen yaitu 52 orang mahasiswa atau 30.769%, sedangkan berdasarkan tahun masuk jumlah responden terbanyak adalah tahun masuk 2017 yaitu 72 orang atau 42.603%. Responden yang paling sedikit berdasarkan program studi adalah program studi Ilmu Ekonomi yaitu sebanyak 36 orang atau 21.302%, sedangkan berdasarkan tahun masuk jumlah responden yang paling sedikit adalah tahun masuk 2015 yaitu 47 orang mahasiswa atau 27.81%.

Berdasarkan analisis data masing-masing variabel penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa tingkat rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dinyatakan sedang yaitu sebanyak 122 mahasiswa atau sebesar 72.2%, dengan tingkat capaian responden (TCR) sebesar 87.54% atau sangat tinggi, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FE UNP cukup rasional dalam perilaku konsumsi.

Selanjutnya tingkat pendapatan mahasiswa dinyatakan sedang yaitu sebanyak 137 mahasiswa atau sebesar 81.1%. Sumber pendapatan terbesar mahasiswa berasal dari orang tua/saudara yaitu sebanyak 156 mahasiswa atau sebesar 92.31%. Sedangkan sumber pendapatan terbesar kedua berasal dari beasiswa yaitu sebanyak 51 mahasiswa atau sebesar 20.18%. Lebih lanjut dapat dilihat bahwa hanya 13 orang mahasiswa atau sebesar 7.69% yang sumber pendapatan berasal dari gaji/upah, dan 3 orang mahasiswa atau sebesar 1.77% yang sumber pendapatannya berasal selain dari orang tua/saudara, gaji/upah, dan beasiswa.

Dominasi status sosial ekonomi orang tua mahasiswa adalah dalam kategori sedang yaitu 92 mahasiswa atau sebesar 54.4%, dan yang paling sedikit adalah dalam kategori rendah sebanyak 25 mahasiswa atau 14.8%. Sedangkan status sosial ekonomi 52 orang tua mahasiswa atau sebanyak 30.8% tergolong pada kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua mahasiswa FE UNP adalah sedang.

Hasil analisis deskripsi data tingkat pendidikan orang tua mahasiswa menunjukkan tingkat pendidikan orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP didominasi tamatan SMA/SMK/ sederajat dengan persentase pendidikan terakhir orang tua laki-laki sebesar 40.2% atau sebanyak 68 orang dan orang tua perempuan sebesar 42.6% atau sebanyak 72 orang. Selanjutnya sebanyak 26 orang tua laki-laki mahasiswa atau sebesar 15.4% dan sebanyak 29 orang tua perempuan atau sebesar 17.2% telah menempuh pendidikan tinggi (Diploma/S1/S2/S3). Lebih lanjut sebanyak 59 orang orang tua laki-laki mahasiswa (34.9%) dan 39 orang tua perempuan (23.1%) telah menempuh pendidikan dasar (SD/MI dan SMP/MTS). Sedangkan 16 orang tua laki-laki mahasiswa (9.5%) dan 14 orang tua perempuan (8.3%) tidak tamat SD. Jadi dapat disimpulkan bahwa kategori tingkat pendidikan orang tua mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP berada pada pendidikan menengah ke bawah. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pendapatan orang tua mahasiswa yang paling banyak adalah dalam kategori sedang yaitu sebanyak 123 atau sebesar 72.8%. Sedangkan yang memiliki pendapatan paling sedikit adalah dalam kategori tinggi sebanyak 22 atau 13%. Sedangkan pendapatan 24 orang tua mahasiswa atau 14.2% tergolong pada pendapatan rendah.

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pendapatan orang tua mahasiswa didominasi kategori tinggi yaitu sebanyak 61 atau sebesar 36.1%, yang memiliki pendapatan paling sedikit yaitu kategori sangat rendah sebanyak 16 orang tua mahasiswa atau sebesar 9.5%. Sedangkan pendapatan orang tua yang tergolong rendah dan sangat tinggi berturut-turut adalah sebanyak 43 dan 49 orang atau sebesar 25.5 % dan 29%. Hasil analisis data variabel selera menunjukkan bahwa selera mahasiswa didominasi kategori sedang yaitu sebanyak 107 mahasiswa atau sebesar 63.3%, yang paling sedikit adalah dalam kategori rendah sebanyak 36 mahasiswa atau 21.3%. Sedangkan selera 36 mahasiswa atau sebanyak 21.3% tergolong pada kategori tinggi. Tingkat capaian responden (TCR) variabel selera adalah tinggi dengan nilai sebesar 80.86%.

Berdasarkan analisis data variabel *financial literacy* dari 169 responden sebanyak 113 atau 66.9% responden tingkat *financial literacy*-nya berada dalam kategori sedang, sedangkan 29 responden atau 17.2% berada pada kategori rendah, dan sebanyak 27 atau sebesar 16% tingkat *financial literacy* responden berada dalam kategori tinggi. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FE UNP cukup terliterasi dalam keuangan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Berganda

Model	Coefficients <sup>a</sup>									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	39,443	3,515		11,222	,000					
Pendapatan	1.38E-03	,000	,166	2,365	,019	,143	,182	,164	,980	1,020
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	-,346	,162	-,151	-2,140	,034	-,127	-,165	-,149	,972	1,029
Selera	,229	,103	,158	2,219	,028	,211	,171	,154	,947	1,056
Financial Literacy	10,753	2,140	,355	5,024	,000	,377	,365	,349	,964	1,037

<sup>a</sup> Dependent Variable: Rasionalitas Perilaku Konsumsi

Sumber: Analisis data, 2019

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan linear sebagai berikut:

$$Y = 39,443 + 0,001383X_1 - 0,346X_2 + 0,229X_3 + 10,753X_4 + e$$

Variabel pendapatan mahasiswa ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP, dengan koefisien regresi sebesar 0,001383 yang artinya apabila variabel pendapatan mahasiswa meningkat sebesar 1 satuan, maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP akan meningkat sebesar 0,001383 satuan dan sebaliknya.

Variabel status sosial ekonomi orang tua ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh negatif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP, dengan koefisien regresi sebesar 0,346 yang artinya apabila variabel status sosial ekonomi meningkat sebesar 1 satuan, maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP akan menurun sebesar 0,346 satuan dan sebaliknya.

Variabel selera ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP, dengan koefisien regresi sebesar 0,299 yang artinya apabila variabel selera meningkat sebesar 1 satuan, maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP akan meningkat sebesar 0,299 satuan dan sebaliknya.

Variabel *financial literacy* ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP, dengan koefisien regresi sebesar 10,753 yang artinya apabila variabel *financial literacy* meningkat sebesar 1 satuan, maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP akan meningkat sebesar 10,753 satuan dan sebaliknya.

Dapat disimpulkan bahwa, (1) pendapatan mahasiswa ( $X_1$ ), selera ( $X_3$ ), dan *financial literacy* ( $X_4$ ) memiliki pengaruh positif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP, (2) status sosial ekonomi orang tua ( $X_2$ ) memiliki pengaruh negatif terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP., dan (3) *financial literacy* memiliki pengaruh terbesar terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh variabel independen pendapatan ( $X_1$ ), status sosial ekonomi orang tua ( $X_2$ ), selera ( $X_3$ ), dan *financial literacy* ( $X_4$ ) dengan varibel dependen rasionalitas perilaku konsumsi (Y) secara keseluruhan atau secara simultan. Kriteria pengujian dengan ketentuan sebagai berikut:

Apabila nilai sig.  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima, berarti variabel independen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Apabila nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan SPSS versi 21 diperoleh hasil yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3. Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	878,214	4	219,554	10,892	,000b
	Residual	3,305,857	164	20,158		
	Total	4,184,071	168			

a Dependent Variable: Rasionalitas Perilaku Konsumsi

b Predictors: (Constant), Financial Literacy, Status Sosial Ekonomi Orang Tua , Pendapatan, Selera

Sumber: Analisis data, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai bahwa sig. adalah  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak, artinya variabel pendapatan ( $X_1$ ), status sosial ekonomi orang tua ( $X_2$ ), selera ( $X_3$ ), dan *financial literacy* ( $X_4$ ) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP ( $Y$ ).

### Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara individu atau parsial, dengan ketentuan dalam pengambilan keputusan Apabila nilai sig.  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima, berarti variabel independen secara individu tidak mempengaruhi variabel dependen.

Apabila nilai sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel independen secara individu mempengaruhi variabel dependen.

Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil pada tabel berikut:

**Tabel 4. Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>										
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	39,443	3,515		11,222	,000					
Pendapatan	1.38E-03	,000	,166	2,365	,019	,143	,182	,164	,980	1,020
Status Sosial Ekonomi Orang Tua	-,346	,162	-,151	-2,140	,034	-,127	-,165	-,149	,972	1,029
Selera	,229	,103	,158	2,219	,028	,211	,171	,154	,947	1,056
Financial Literacy	10,753	2,140	,355	5,024	,000	,377	,365	,349	,964	1,037

a Dependent Variable: Rasionalitas Perilaku Konsumsi

Sumber: Analisis data, 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan:

- 1) Nilai sig. pendapatan adalah  $0,019 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya pendapatan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP.
- 2) Nilai sig. status sosial ekonomi orang tua adalah  $0,034 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh secara signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP.
- 3) Nilai sig. selera adalah  $0,028 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya selera memiliki pengaruh secara signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP.
- 4) Nilai sig. *financial literacy* adalah  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya *financial literacy* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP.

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat nilai *Adjusted R-Square*.

**Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,458a	,210	,191	4,490	1,532

Sumber: Analisis data, 2019

Dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R-square* adalah 0,191, hal ini berarti variabel pendapatan, status sosial ekonomi orang tua, selera, dan *financial literacy* memiliki proporsi pengaruh terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP sebesar 19%. Sedangkan sisanya 81% (100%-19%) rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa FE UNP dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi linier.

### Pembahasan

#### **Pengaruh Pendapatan ( $X_1$ ), Status Sosial Ekonomi Orang Tua ( $X_2$ ), Selera ( $X_3$ ), dan *Financial Literacy* ( $X_4$ ) terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP (Y)**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis pertama, dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari keempat variabel independen secara bersama-sama yaitu pendapatan, status sosial ekonomi orang tua, selera, dan *financial literacy* terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dengan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ .

Menurut Sukirno (2011:119-120) pendapatan rumah tangga merupakan faktor penting yang menentukan tingkat konsumsi dan tabungan. Hal tersebut didasarkan kepada pandangan Keynes yang berpendapat bahwa tingkat konsumsi dan tabungan terutama ditentukan oleh tingkat pendapatan rumah tangga. Menurut Rahardja dan Manurung (2008:264-268) ada tiga faktor yang mempengaruhi tingkat konsumsi, yaitu (1) faktor ekonomi, (2) faktor demografi, dan (3) faktor non-ekonomi. Faktor ekonomi yang mempengaruhi adalah pendapatan rumah tangga, kekayaan rumah tangga, jumlah barang-barang konsumsi tahan lama dalam masyarakat, tingkat bunga, dan perkiraan tentang masa depan. Faktor demografi yang mempengaruhi tingkat konsumsi adalah jumlah penduduk dan komposisi penduduk. Faktor-faktor non-ekonomi terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja berubahnya pola sosial budaya makan, selera masyarakat, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru masyarakat lain yang dianggap lebih hebat (tipe ideal).

Faktor-faktor yang menentukan besar kecilnya pengeluaran untuk konsumsi suatu masyarakat menurut Reksoprayitno (2000:160-163) adalah banyaknya alat-alat likuid dalam masyarakat, banyaknya barang-barang tahan lama dalam masyarakat, ramalan akan adanya perubahan harga

#### **Pengaruh Pendapatan ( $X_1$ ) terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP (Y)**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis kedua, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat pendapatan mahasiswa secara individual atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dengan nilai sig. sebesar  $0,019 < 0,05$ . dan taraf koefisien regresi sebesar 0.001383. Dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh terhadap tinggi rendahnya rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Entika Indrianawati yang berjudul "Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Pengetahuan Ekonomi terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya". Hasil penelitian Indrianawati menginformasikan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya dengan koefisien regresi sebesar 9,501.

Soekartawi menjelaskan bahwa pendapatan akan mempengaruhi banyaknya barang yang dikonsumsi, tidak hanya menambah barang yang akan dikonsumsi tapi juga menaikkan kualitas barang tersebut (Danil, 2013:37).

Sadono Sukirno (2011:109) mengemukakan ciri-ciri khas dari hubungan di antara pendapatan disposabel dan pengeluaran konsumsi yaitu sebagai berikut: Pertama, pada pendapatan yang rendah rumah tangga mengorek tabungan. Pada waktu rumah tangga tidak memperoleh pendapatan, yaitu pendapatan disposabel

adalah nol, maka rumah tangga harus menggunakan harta atau tabungan masa lalu untuk membiayai pengeluaran konsumsinya. Kedua, kenaikan pendapatan menaikkan pengeluaran konsumsi. Biasanya pertambahan pendapatan adalah lebih tinggi daripada pertambahan konsumsi, sisa pertambahan pendapatan tersebut ditabung. Ketiga, pada pendapatan yang tinggi rumah tangga menabung. Disebabkan pertambahan pendapatan selalu lebih besar dari pertambahan konsumsi maka pada akhirnya rumah tangga tidak “mengorek tabungan” lagi. Ia akan mampu menabung sebagian dari pendapatannya.

### **Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua ( $X_2$ ) terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP (Y)**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis ketiga, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat status sosial ekonomi orang tua secara individual berpengaruh negatif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dengan nilai sig. Sebesar  $0,034 < 0,05$  dan taraf koefisien regresi sebesar  $-0,345$ . Hasil ini menunjukkan tingkat status sosial ekonomi menentukan tinggi rendahnya rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

Hal ini sejalan dengan penelitian Kuswanti (2014) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan negatif antara status sosial ekonomi orang tua dengan rasionalitas konsumsi mahasiswa, dibuktikan dengan uji t dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan taraf koefisien regresi sebesar  $-0,570$ , artinya apabila status sosial ekonomi orang tua mengalami peningkatan 1 maka rasionalitas konsumsi akan mengalami penurunan sebesar  $0,570$ . Adanya pengaruh negatif ini sesuai dengan pendapat Campbell dalam Suyanto (2013:107) yang menyatakan “masyarakat akan cenderung menyamakan level konsumsi yang tinggi dengan kesuksesan sosial dan kebahagiaan personal, dan karenanya mereka memilih konsumsi sebagai tujuan hidupnya”.

Berbeda dengan hasil penelitian Sari Mei Nokadianti yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Lingkungan dan Pengetahuan Dasar Ekonomi terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi”. Hasil penelitian Sari menginformasikan bahwa secara statistik ada pengaruh positif dan signifikan status sosial ekonomi orang tua terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa, artinya semakin tinggi status ekonomi orang tua maka siswa dalam melakukan tindakan konsumsinya akan semakin rasional.

”Status sosial ekonomi (kelas sosial) seseorang akan mempengaruhi pola konsumsinya” (Engel, Blackwel & Minard, 1994). Adam Smith dalam Suyanto (2013:15) meyakini bahwa perilaku ekonomi manusia senantiasa mempertimbangkan untung rugi, kalkulatif, dan manusia cenderung baru akan mengkonsumsi sesuatu jika barang dan jasa yang ditawarkan di pasar benar-benar sepadan dengan pekerjaan dan uang yang mereka keluarkan.. Robert E. Slavin (1994) menegaskan asal usul kelas sosial cenderung mempengaruhi sikap dan perilaku. Perilaku konsumsi merupakan bagian dari sikap dan perilaku. Status sosial ekonomi orang tua yang berbeda akan mengakibatkan pola atau gaya hidup dan tingkat rasionalitas konsumsi yang berbeda.

### **Pengaruh Selera ( $X_3$ ) terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP (Y)**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis keempat, dapat diambil kesimpulan bahwa selera secara individual atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP, dengan nilai sig. sebesar  $0,028 < 0,05$  dan taraf koefisien regresi sebesar  $0,229$ . Dapat disimpulkan bahwa selera menentukan tinggi rendahnya rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

Hal ini sejalan dengan penelitian Gusti Putu Endra Suantara yang berjudul “Pengaruh Selera dan Harga terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Honda di Kabupaten Buleleng”. Hasil penelitian Endra Suantara menginformasikan bahwa selera berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda dengan nilai  $t_{hitung} = 7,981 > t_{tabel} = 1,980$  dan  $p\text{-value} = 0,002 < \alpha = 0,05$ .

Selera/preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada dan diasumsikan ke dalam empat prinsip, yaitu: Pertama, kelengkapan (*completeness*), setiap konsumen selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya di antara dua keadaan, dan mampu membandingkan serta menilai semua alternatif produk yang ada. Kedua, transitivitas (*transitivity*), konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seseorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai dari produk B”, dan “produk B lebih disukai daripada produk C”. Maka ia pasti akan mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk C”. Ketiga, kesinambungan (*continuity*), jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memiliki suatu produk yang akan di

konsumsinya. Keempat, lebih banyak lebih baik (*the more is the better*), jumlah kepuasan akan meningkat jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan di dapat. Meskipun akan dibatasi oleh penghasilan (*budget constraint*).

#### **Pengaruh *Financial Literacy* (X<sub>4</sub>) terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP (Y)**

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis kelima, dapat diambil kesimpulan bahwa *financial literacy* secara individual berpengaruh signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP dengan nilai sig. *financial literacy*  $0,000 < 0,05$  dan taraf koefisien regresi sebesar 10.753. Dapat disimpulkan bahwa tingkat *financial literacy* menentukan tinggi rendahnya rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNP.

Hal ini sejalan dengan penelitian Sheila Febriani Putri yang melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan melalui Rasionalitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Siswa Kelas XI Ilmu Sosial SMA Negeri se-Kota Semarang)”. Hasil penelitian Sheila menginformasikan (1) rasionalitas dipengaruhi oleh literasi keuangan sebesar 6,5%, (2) variabel literasi keuangan mempengaruhi rasionalitas secara positif sebesar 26% yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan maka akan semakin tinggi rasionalitas siswa, dan (3) terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA se-Kota Semarang melalui rasionalitas, semakin tinggi literasi keuangan siswa akan meningkatkan rasionalitas, dan peningkatan rasionalitas akan menurunkan perilaku konsumtif siswa.

Salah satu faktor internal yang memengaruhi perilaku konsumsi yang berasal dari aspek psikologis adalah faktor proses belajar, yaitu merupakan proses individu untuk memahami suatu pengetahuan. Pengetahuan tentang keuangan biasa disebut dengan literasi keuangan. Menurut Imawati (2013) literasi keuangan yang baik menjadikan konsumen dapat memilih barang, mengatur keuangan dengan baik dan dapat merencanakan masa depan, serta konsumen yang memiliki pemahaman akan literasi keuangan akan lebih cerdas memilih dan memberikan complain terhadap barang atau jasa yang mereka konsumsi.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan yang dapat diambil dari faktor-faktor yang mempengaruhi rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang adalah sebagai berikut: Pertama, tingkat pendapatan mahasiswa, status sosial ekonomi orang tua, selera, dan *financial literacy* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Kedua, tingkat pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya apabila tingkat pendapatan mahasiswa meningkat maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan meningkat, dan apabila tingkat pendapatan mahasiswa menurun maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan menurun. Ketiga, status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya apabila status sosial ekonomi orang tua meningkat maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan menurun, dan apabila status sosial ekonomi orang tua menurun maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan meningkat. Keempat, selera memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya apabila selera meningkat maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan meningkat, dan apabila selera menurun maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan menurun. Kelima *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Artinya apabila *financial literacy* meningkat maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan meningkat, apabila *financial literacy* menurun maka rasionalitas perilaku konsumsi mahasiswa akan menurun.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Atkinson A, Messy F. 2012. Measuring Financial Literacy: Results of the OECD/ International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study [Working Paper]. [OECD] Organization for Economic Cooperation and Development. 15.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998) An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7, 107-128.

- Gani, E. (2013). *Komponen-komponen Karya Tulis Ilmiah*. Bandung: Penerbit Pustaka Reka Cipta.
- Gani, E. (2013). *Menulis Karya Ilmiah Teori dan Terapan*. Padang: UNP Press.
- Hidayat, R. (2016). Rasionalitas: Overview terhadap Pemikiran dalam 50 Tahun Terakhir. *Buletin Psikologi (vol. 24, no. 2 ),101-122*.
- Indrianawati, E. (2015). Pengaruh tingkat pendapatan dan pengetahuan ekonomi terhadap tingkat konsumsi mahasiswa program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan (Volume 3 nomor 1), 214 –226*.
- Mankiw, G.N. (2007). *Makroekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- [OJK] Otoritas Jasa keuangan. 2013. *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta (ID): Raja Grafindo Persada.
- Rahardja, P. & Manurung, M. (2008). *Pengantar ilmu ekonomi (mikroekonomi & makroekonomi)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Reksoprayitno, S. (2000). *Ekonomi Makro, analisis IS-LM dan permintaan-penawaran agregatif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Siregar, Syofian. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi Perbandingan perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.