

# Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Membeli Minuman di Kedai Kopi

*The Relationship Between Hedonistic Lifestyle and Financial Literacy with Student Consumption Behavior in Buying Drinks at Coffee Shops*

Chandrika Kumarasetya Anamel<sup>1</sup>, Wisnu Ari Gutama<sup>2</sup>, Andrean Eka Hardana<sup>3\*</sup>

<sup>1,2,3</sup>Departemen Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Brawijaya,

\*email korespondensi: [andreaan@ub.ac.id](mailto:andreaan@ub.ac.id)

## Info Artikel

Diajukan: 19 April 2026

Diterima: 14 Mei 2026

Diterbitkan: 13 Juni 2026

## Abstract

*Globalization that is growing rapidly throughout the world causes changes in student consumptive behavior, especially in buying drinks at coffee shops. The emergence of a person's consumptive behavior is usually also associated with a hedonistic lifestyle and financial literacy. This study aims to analyze the relationship between hedonic lifestyle and financial literacy with consumptive behavior of students in buying drinks at coffee shops. Determination of the sample in this study using a non-probability sampling approach with purposive sampling method with a total sample of 322 respondents. The hypothesis testing method used is multiple linear regression and Pearson product moment correlation with the help of the IBM SPSS 26 program. The results show that the hedonic lifestyle has a positive direction and a very strong relationship with consumptive behavior, while financial literacy has a negative direction and weak relationship with consumptive behavior.*

## Keywords:

*hedonic lifestyle, financial literacy, consumptive behavior, coffee product, coffee shops.*

## Abstrak

Globalisasi yang berkembang pesat keseluruh dunia menyebabkan timbulnya perubahan perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam membeli minuman di kedai kopi. Munculnya perilaku konsumtif seseorang biasanya juga dikaitkan dengan gaya hidup yang cenderung hedonis dan literasi keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan non probability sampling dengan metode purposive sampling dengan total sampel sebanyak 322 responden. Metode pengujian hipotesis yang digunakan yaitu regresi linier berganda dan korelasi pearson product moment dengan bantuan program IBM SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki arah hubungan positif dan keeratan hubungan yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif dan keeratan hubungan yang lemah dengan perilaku konsumtif.

## Kata Kunci:

*gaya hidup hedonis, literasi keuangan, perilaku konsumtif, produk kopi, kedai kopi.*

## PENDAHULUAN

Era globalisasi yang terus berkembang pesat keseluruh dunia menyebabkan timbulnya perubahan perilaku yang berdampak pada kehidupan manusia, salah satunya di negara Indonesia. Globalisasi mendorong pertumbuhan industri yang menyebabkan peningkatan ketersediaan produk melimpah serta kemudahan akses jual-beli (Harahap et al., 2024). Salah

satunya pada pesatnya perkembangan kedai kopi yang didorong perubahan gaya hidup masyarakat urban menjadikan kopi sebagai bagian dari budaya sosial. Tren kedai kopi di Indonesia mengalami peningkatan stabil sepanjang periode 2022 hingga 2025. Jumlah gerai berkembang dari sekitar 8.500 unit pada tahun 2022 menjadi 10.000 unit di tahun berikutnya, dan diperkirakan akan mencapai 11.500 unit pada 2025. Pertumbuhan ini sejalan dengan kenaikan nilai pasar kopi nasional yang bergerak dari 9,8 miliar USD pada 2022 menjadi 11,58 miliar USD pada 2025 (Darmawati & Satory, 2025).

Perkembangan pesat industri kedai kopi memberikan imbas pada Perubahan perilaku konsumtif lebih sering terjadi pada kalangan remaja karena dikenal lebih mudah terpengaruh sehingga sering menjadi target sasaran pelanggan. Adanya kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja dikarenakan semakin banyaknya sarana dan prasarana yang mendukung dalam pembelian impulsif (Multazam et al., 2024). Hal tersebut mampu memicu keinginan individu untuk mencoba berbagai produk yang ditawarkan demi memuaskan diri, sehingga timbul budaya konsumerisme atau perilaku konsumtif. Munculnya globalisasi dalam diri seseorang akan lebih mudah mempengaruhi perilaku konsumtif (Anjani & Anindra Guspa, 2024).

Selain itu munculnya perilaku konsumtif seseorang biasanya juga dikaitkan dengan gaya hidup yang cenderung hedonis. Gaya hidup hedonis merupakan pola hidup seseorang yang memiliki unsur kesenangan, menunjukkan kelas sosial tinggi serta ingin menjadi pusat perhatian dengan menunjukkan pakaian dan barang-barang mahal, tempat tongkrongan dan menghabiskan waktunya diluar (Khairunnisa, 2023). Gaya hidup seseorang memiliki hubungan positif dengan perilaku konsumtif pada remaja sehingga apabila individu memiliki gaya hidup hedonis maka akan cenderung berperilaku konsumtif (Nazarudin & Widiastuti, 2022). Tingkat pemahaman literasi keuangan seseorang juga menjadi salah satu aspek yang cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan menjadi salah satu faktor yang diduga berpengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif. Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan (2020) pada tahun 2019, membuktikan bahwa tingkat literasi finansial masyarakat Indonesia hanya mencapai 38,03%. Pemahaman literasi keuangan yang masih rendah dapat memunculkan tindakan pemborosan dan kurangnya manajemen keuangan sehingga dapat berperilaku konsumtif (Fadhilah, 2023).

Mahasiswa umumnya telah diberikan kepercayaan untuk mengelola keuangannya secara mandiri. Pengelolaan keuangan yang dilakukan secara mandiri memerlukan pemahaman literasi keuangan yang baik untuk melakukan kontrol diri (Suwatno et al., 2020). Berdasarkan pengamatan penulis, mahasiswa Agribisnis memperoleh ilmu manajemen keuangan selama perkuliahan sehingga diharapkan memiliki pemahaman dasar literasi keuangan. Namun, mahasiswa yang mayoritas berusia remaja dan bersifat tidak konsisten atau fluktuatif masih cenderung memiliki banyak keinginan dan mencari kesenangan hidup. Hal tersebut ditandai dengan indikasi perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa sehingga berdampak dalam pengelolaan keuangannya.

Penelitian ini berfokus tentang hubungan antara gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi. Pentingnya penelitian ini dilakukan yaitu untuk menjadi kajian bagi mahasiswa bahwa kecenderungan gaya hidup yang hedonis dengan ditandai sering membeli minuman di kedai kopi serta kurangnya literasi keuangan mampu mengarahkan pada perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi. Berdasarkan uraian tersebut,

maka hipotesis penelitian yang dapat disusun yaitu gaya hidup hedonis memiliki arah hubungan positif dan keeratan hubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi dan literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif dan keeratan hubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat korelasional. Penelitian dilakukan terhadap Mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya secara daring tahun . Hal ini dikarenakan penelitian dilakukan pada masa pandemi di mana mahasiswa belum melakukan pembelajaran tatap muka di kampus kembali sehingga banyak yang berada di luar kota Malang dan tersebar di berbagai daerah. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan pendekatan penarikan sampel *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan metode penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan tertentu (Wahab & Junaedi, 2022). Pertimbangan tertentu dilakukan terhadap responden yang memiliki kriteria telah mengambil mata kuliah manajemen keuangan dan perilaku konsumen . Adapun kriteria responden pada penelitian ini adalah mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya yang pernah mengunjungi kedai kopi. Penentuan jumlah sampel penelitian ini menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5% (Murtafiah et al., 2022). Sehingga dalam penelitian diperoleh jumlah sebanyak 322 sampel dari populasi sebesar 2005 mahasiswa.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang dilakukan secara daring dengan bantuan media google form. Jenis kuesioner yang diberikan adalah kuesioner tertutup dengan bentuk pertanyaan pilihan ganda sehingga responden tidak diberikan kesempatan untuk memberikan pendapat tertulis. Skala likert yang digunakan adalah modifikasi skala likert dengan menghilangkan opsi jawaban 'Ragu-Ragu'. Penggunaan modifikasi skala likert ini untuk menghindari jawaban yang bersifat undecided atau memiliki arti ganda dan jawaban yang berfokus ke tengah (*central tendency effect*) sehingga akan menghilangkan banyak informasi akibat pengurangan data yang diperoleh dari responden (Hertanto, 2017). Berdasarkan hal tersebut, maka setiap instrumen pernyataan akan diberikan 4 (empat) alternatif jawaban di antaranya yaitu: Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS) dengan 2 (dua) jenis pernyataan yaitu pernyataan positif (Favorabel) dan pernyataan negatif (Unfavorabel). Pengukuran jawaban untuk setiap pertanyaan pada kuesioner ini menggunakan skala likert dengan 4 (empat) alternatif jawaban di antaranya yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

Metode analisis data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan bantuan komputer dengan program IBM SPSS 26. Analisis data penelitian ini terbagi menjadi beberapa pengujian data diantaranya yaitu:

- 1) Statistik deskriptif : Digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (Wahab & Junaedi, 2022). Pengujian ini digunakan untuk menganalisis kecondongan responden terhadap variabel yang diteliti.
- 2) Uji Instrumen Data: Pada penelitian ini dilakukan pengujian terhadap instrumen data yang diantaranya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah data kuesioner pada suatu penelitian . Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika nilai koefisien korelasi  $> r_{tabel}(\alpha; n-2)$ . Apabila nilai r hitung



(koefisien korelasi) > rtabel yaitu sebesar 0,113 dengan taraf signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$  maka item pernyataan dapat dikatakan valid, begitu pula sebaliknya (Latifah et al., 2020). Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran data tetap konsisten (Amanda, 2019). Uji reliabilitas penelitian ini menggunakan Alpha Cronbach. Kriteria yang ditetapkan untuk menentukan suatu instrumen agar dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,700 (Arifin Zaenal, 2017).

- 3) Uji Asumsi Klasik: Beberapa uji asumsi yang dilakukan pada penelitian ini diantaranya yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui suatu data yang digunakan pada penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji kolmogorov-smirnov. Uji linearitas ditujukan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan linear dalam antara variabel independen dengan variabel dependen. Pentingnya dilakukan uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas yaitu untuk menganalisis ada atau tidaknya hubungan yang multikolinear antar variabel serta ada atau tidaknya kesamaan varians pada pengamatan dalam model regresi (Pariasa & Hardana, 2024).
- 4) Uji Regresi Linier Berganda: Uji regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menganalisis arah hubungan antara dua variabel independen terhadap satu variabel dependen (Aflah et al., 2025). Model regresi penelitian dirumuskan dengan persamaan berikut:

$$Y = a + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + e^u$$

- Y : Variabel dependen  
a : Nilai konstanta  
b<sub>(1,2,...)</sub> : Nilai koefisien regresi  
X<sub>1</sub> : Gaya hidup hedonis  
X<sub>2</sub> : Literasi keuangan  
e : Kesalahan pengganggu

Regresi linier berganda ini terbagi menjadi 3 (tiga) pengujian (Putra & Haryadi, 2022), diantaranya yaitu:

- a. Uji Koefisien Determinasi (*r-square*): Uji ini dilakukan untuk menguji kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dengan nilai antara 0 – 1. Berdasarkan nilai tersebut dapat diketahui besaran presentase variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen.
  - b. Uji f: Uji f merupakan pengujian yang bertujuan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah apabila nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka dapat dikatakan kedua variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
  - c. Uji T: Uji t adalah pengujian terhadap koefisien regresi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Keputusan dalam uji ini diperoleh dengan melihat nilai  $t_{hitung}$ . Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- 5) Korelasi *pearson product moment*: Uji korelasi *pearson product moment* digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Penentuan keeratan hubungan pada variabel dapat dilihat dari nilai korelasi ( $r = (-1 \leq 0 \leq 1)$ ). Sedangkan keeratan hubungan dapat dilihat dari nilai korelasi berdasarkan kategorinya.

Berikut merupakan tabel koefisien korelasi yang menunjukkan tingkat korelasi atau kekuatan hubungan antar variabel (Jabnabillah & Margina, 2022).

**Tabel 1.** Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No.	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2.	0,20 – 0,399	Lemah
3.	0,40 – 0,599	Cukup
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya dengan jumlah responden sebanyak 322 mahasiswa. Berdasarkan data responden, diketahui mayoritas responden berjenis kelamin wanita dengan jumlah 195 responden. Hal tersebut dapat diartikan bahwa mahasiswi Agribisnis memiliki minat dalam membeli minuman di kedai kopi yang lebih besar. Jumlah responden berdasarkan angkataannya yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah angkatan 2021 dengan jumlah 92 mahasiswa, dapat diketahui bahwa semakin muda mahasiswa akan memiliki ketertarikan dalam berperilaku konsumtif. Hasil pengisian kuesioner memperoleh data bahwa terdapat 182 responden yang masuk dalam kategori sering sehingga dapat dikatakan bahwa mayoritas mahasiswa sering mengunjungi kedai kopi dengan intensitas lebih dari 2 (dua) kali dalam sebulan.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden

No	Karakteristik Responden	Jumlah Orang	Persentase (%)	
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	127	39,4
		Perempuan	195	60,6
2	Angkatan	2018	64	19,9
		2019	76	23,6
		2020	90	27,9
		2021	92	28,6
		Tidak Pernah	0	0
3	Intensitas	Jarang (Beberapa bulan sekali)	47	14,6
		Kadang-Kadang (< 2 kali dalam sebulan)	93	28,9
		Sering (> 2 kali dalam sebulan)	182	56,5

### Statistik Deskriptif

#### a.) Gaya Hidup Hedonis

**Tabel 3.** Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Gaya Hidup Hedonis (X1)

No.	Pernyataan	Variabel	Mean
1.	Saya membeli minuman di kedai kopi karena mengikuti tren	X1.1	3.02
2.	Pilihan konsumsi minuman dalam gaya hidup saya bergantung pada merk kedai kopi	X1.2	2.72
3.	Saya suka menjadi pusat perhatian dengan nongkrong di kedai kopi	X1.3	2.44
4.	Saya selalu mengikuti perkembangan tren kedai kopi	X1.4	2.91
5.	Kedai kopi merupakan tempat favorit saya untuk berkumpul	X1.5	3.25
6.	Saya sering melakukan aktivitas berkumpul dengan teman saya	X1.6	3.39
7.	Saya sering membagikan cerita ke media sosial ketika nongkrong di kedai kopi	X1.7	3.02
8.	Saya membeli minuman memperhatikan merk kedai kopi	X1.8	2.56
9.	Saya sering menghabiskan waktu dengan teman saya di kedai kopi	X1.9	3.20

Pengujian data statistik deskriptif pada variabel gaya hidup hedonis untuk setiap instrumen pernyataan disajikan pada Tabel 3, dapat dilihat nilai mean tertinggi pada pernyataan nomor 6 yaitu “Saya sering melakukan aktivitas berkumpul dengan teman saya”. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa sering melakukan aktivitas berkumpul dan kelompok bersama teman-temannya. Setelah membuat kelompok biasanya mereka akan membentuk perilaku, pola pikir atau kebiasaan baru pada kehidupan sosialnya (Anindia Dwitri & Sugeng Pradikto, 2025).

#### b.) Literasi Keuangan

Sajian data hasil statistik deskriptif pada variabel literasi keuangan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.** Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Literasi Keuangan (X2)

No.	Pernyataan	Variabel	Mean
1	Saya mampu menerapkan manajemen keuangan yang baik	X2.1	2.72
2	Saya memiliki tabungan pribadi untuk kebutuhan masa depan	X2.2	2.79
3	Saya memiliki asuransi pribadi untuk kebutuhan masa depan	X2.3	2.48
4	Saya merasa telah mengelola keuangan pribadi saya dengan baik	X2.4	2.57
5	Saya merencanakan pengeluaran secara tertulis maupun tidak tertulis	X2.5	2.59
6	Saya melakukan investasi untuk keperluan pribadi jangka panjang	X2.6	2.54
7	Saya kesulitan untuk menabung karena terlalu banyak pengeluaran	X2.7	2.99
8	Saya tidak ahli dalam memahami produk-produk keuangan seperti asuransi dan investasi	X2.8	3.02

Berdasarkan Tabel 4, diketahui nilai mean tertinggi pada pernyataan nomor 8 yaitu “Saya tidak ahli dalam memahami produk-produk keuangan seperti asuransi dan investasi”. Artinya, mahasiswa merasa tidak mampu untuk memahami dan menggunakan produk-produk keuangan dalam kehidupan sehari-harinya seperti asuransi maupun investasi sehingga implementasi terhadap literasi keuangannya masih rendah (Anindia Dwitri & Sugeng Pradikto, 2025).

#### c.) Perilaku Konsumtif

Pada variabel perilaku konsumtif, disajikan data statistik deskriptif seperti pada tabel berikut:

**Tabel 5.** Hasil Uji Statistik Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

No.	Pernyataan	Variabel	Mean
1.	Saya bersedia membeli minuman lebih banyak di kedai kopi untuk mendapatkan promo (beli 1 gratis 1, potongan harga, dan sejenisnya)	Y.1	3.34
2.	Saya pergi ke kedai kopi karena merasa gengsi	Y.2	2.53
3.	Saya tidak berfikir panjang dalam membeli varian minuman favorit saya di kedai kopi	Y.3	2.86
4.	Saya tidak lebih percaya diri dengan sering pergi ke kedai kopi	Y.4	2.74
5.	Saya telah mencoba berbagai minuman dengan varian sejenis di kedai kopi yang berbeda	Y.5	3.14
6.	Kemasan minuman yang unik memiliki daya tarik bagi saya	Y.6	3.40
7.	Saya merasa tidak tenang jika tidak ikut berkumpul dengan teman di kedai kopi	Y.7	2.49
8.	Saya mempertimbangkan harga yang lebih murah daripada varian minuman di kedai kopi	Y.8	2.26
9.	Saya takut dijauhi oleh teman jika tidak ikut berkumpul di kedai kopi	Y.9	2.10
10.	Saya memutuskan pembelian minuman di kedai kopi atas rekomendasi teman saya	Y.10	3.19
11.	Saya merasa bangga ketika membeli minuman di kedai kopi dengan harga yang mahal	Y.11	2.60
12.	Saya tidak memiliki loyalitas untuk membeli minuman di kedai kopi meskipun ada promo menarik	Y.12	2.88

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi pada pernyataan nomor 6 yaitu “Kemasan minuman yang unik memiliki daya tarik bagi saya”. Pernyataan tersebut berasal dari indikator perilaku konsumtif yaitu keputusan pembelian produk karena kemasan yang menarik. Desain kemasan produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen (Asriah Immawati, 2018).

### Uji Asumsi Klasik

#### a) Uji Normalitas

Adapun kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini ialah apabila nilai signifikansi (Sig.) atau nilai probabilitas > 0,05 maka data berdistribusi normal, dan sebaliknya (Nasar et al., 2024). Berikut merupakan hasil pengujian normalitas dengan uji Kolmogorov-Smirnov:

**Tabel 6.** Hasil Uji *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		322
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.22753503
Most Extreme Differences	Absolute	.023
	Positive	.022
	Negative	-.023
Test Statistic		.023
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Sesuai dengan hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang ditunjukkan pada Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,200. Berdasarkan nilai tersebut dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan berdistribusi normal dengan nilai Sig. > 0,05.

#### b) Uji Linearitas

Pengambilan keputusan dilihat dari nilai signifikansi pada kolom *F-Linearity* di mana jika nilai Sig. < 0,05 maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen. Serta juga dapat diketahui dari nilai signifikansi pada kolom *F-Deviation From Linearity*, dimana jika nilai Sig. > 0,05 maka terdapat hubungan linear antara variabel independen dan variabel dependen Hasil pengujian linearitas penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

**Tabel 7.** Hasil Uji Linearitas

ANOVA			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<i>Unstandardized Residual * Unstandardized Predicted Value</i>	<i>Between Groups</i>	<i>(Combined)</i>	3218.601	202	8.256	2.235	.056
		<i>Linearity</i>	46.529	1	4.328	5.116	.067
		<i>Deviation from Linearity</i>	1527.833	201	7.662	1.357	.559
	<i>Within Groups</i>		2525.828	228	9.428		
	<i>Total</i>		2266.741	291			

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui nilai signifikansi (*F-linearity*) sebesar 0,067 < 0,05, sedangkan nilai *F-Deviation From Linearity* sebesar 0,559 > 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui terdapat hubungan yang linear antara variabel gaya hidup hedonis dan literasi keuangan dengan variabel perilaku konsumtif.

#### c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara variabel independen, dimana cara melihatnya adalah dengan mencari nilai tolerance dan VIF (*Variances*

*Inflantions Factor*). Pengambilan keputusan dalam pengujian ini yaitu apabila nilai tolerance > 0,1 atau VIF < 10 maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut disajikan hasil dari uji multikolinearitas:

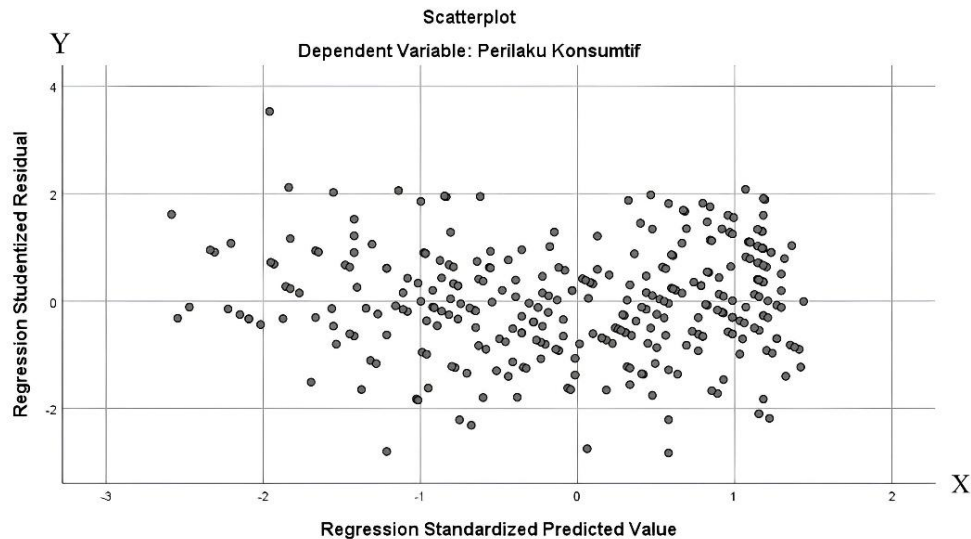
**Tabel 8.** Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Gaya Hidup Hedonis	.993	1.007	Tidak terjadi multikolinearitas
Literasi Keuangan	.993	1.007	Tidak terjadi multikolinearitas

Pada Tabel 8, dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data penelitian yang digunakan di penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan tolerance menunjukkan nilai 0,993 pada kedua variabel yang berarti nilai tolerance > 0.1 dan VIF menunjukkan nilai 1,007 yang berarti nilai VIF < 10. Makna dari pernyataan tersebut adalah tidak ditemukan adanya korelasi antara variabel independent dalam model regresi ini.

d) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini mendeteksi tidak terjadi adanya indikasi heteroskedastisitas dengan melihat titik persebaran pada gambar scatterplot. Apabila dalam grafik scatterplot memiliki titik persebaran yang tidak berpola maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut merupakan grafik scatterplot dari uji yang telah dilakukan:



**Gambar 1.** Scatterplot

Berdasarkan grafik *scatterplot* pada Gambar 1, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal tersebut dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam data penelitian yang digunakan pada penelitian ini.

**Regresi Linier Berganda**

Luaran dari perhitungan uji regresi linier berganda ini sebagai berikut:

**Tabel 9.** Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	17.082	1.166		14.654	.000
Gaya Hidup Hedonis	.725	.029	.816	24.994	.000
Literasi Keuangan	-.129	.043	-.099	-3.017	.003

Hasil uji regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 9 dapat merumuskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 17,082 + 0,725X1 - 0,129X2 + eu$$

Nilai konstanta pada persamaan tersebut adalah 17,082, hal tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif (Y) akan bernilai 17,082 apabila nilai masing-masing variabel independent dianggap nol atau konstan. Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup hedonis (X1) bernilai positif sebesar 0,725 yang berarti setiap kenaikan satu satuan variabel tersebut, diasumsikan variabel literasi keuangan (X2) bernilai tetap, maka perilaku konsumtif akan mengalami kenaikan sebesar 0,725. Sedangkan nilai koefisien regresi variabel literasi keuangan (X2) bernilai negatif sebesar 0,129 yang berarti setiap kenaikan satu satuan variabel tersebut dengan variabel gaya hidup hedonis (X1) diasumsikan tetap, maka perilaku konsumtif akan mengalami penurunan sebesar 0,129.

- a) Uji R-Square: Uji R-Square ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Pengambilan keputusan dalam uji ini dilihat dari nilai adjusted R-Square. Berdasarkan nilai adjusted R-Square sebesar 0,660 sehingga dapat diketahui bahwa variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh gaya hidup hedonis dan literasi keuangan sebesar 66%. Sedangkan, sisa nilai sebesar 34% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel gaya hidup hedonis dan literasi keuangan merupakan faktor yang dapat memberikan informasi lebih besar dibanding variabel lain dalam menjelaskan perilaku konsumtif.
- b) Uji f: Uji f digunakan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan literasi keuangan secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Nilai f tabel yang telah ditentukan adalah 3,023 dengan signifikansi 5%. Berikut merupakan hasil dari uji f pada kedua variabel penelitian:

**Tabel 10.** Hasil Uji F

ANOVA					
<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	6556.496	2	3278.248	312.742	.000
Residual	3343.851	319	10.482		
Total	9900.348	321			

Pada Tabel 10, dapat dilihat bahwa nilai hitung untuk variabel gaya hidup hedonis dan literasi keuangan sebesar 312,742 > 3,023 dengan nilai signifikansi 0,00 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan literasi keuangan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi gaya hidup hedonis dan literasi keuangan maka akan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi. Hal ini dikarenakan berkembangnya budaya “nongkrong” di kedai kopi yang membuat intensitas kunjungan mahasiswa semakin sering sehingga meningkatkan gaya hidup hedonis dimana mahasiswa menjadi sering mengeluarkan uang untuk membeli minuman di kedai kopi. Hal tersebut membuat mahasiswa menjadi tidak terkontrol dalam mengelola keuangannya sehingga akan menurunkan implementasi dari literasi keuangannya.

- c) Uji t: Uji t digunakan untuk menganalisis arah hubungan antara gaya hidup hedonis dan literasi keuangan secara parsial dengan perilaku konsumtif. Adapun nilai ttabel pada penelitian ini adalah 1,967 dengan signifikansi 5%. Berikut merupakan hasil uji t penelitian ini:

**Tabel 11.** Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
(Constant)	17.082	1.166		14.654	.000
Gaya Hidup Hedonis	.725	.029	.816	24.994	.000
Literasi Keuangan	-.129	.043	-.099	-3.017	.003

Berdasarkan Tabel 11, dapat dilihat bahwa nilai thitung pada variabel gaya hidup hedonis sebesar  $24.994 > 1,967$  dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Nilai tersebut dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial antara variabel gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Maknanya, gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif memiliki arah hubungan yang positif atau berbanding lurus. Sedangkan, nilai pada variabel literasi keuangan sebesar  $-3.017 > 1,967$  dengan nilai signifikansi  $0,003 < 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Artinya, literasi keuangan dan perilaku konsumtif memiliki arah hubungan yang negatif atau berbanding terbalik.

**Tabel 12.** Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment* Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif

<i>Correlations</i>			
		Gaya Hidup Hedonis	Perilaku Konsumtif
Gaya Hidup Hedonis	<i>Pearson Correlation</i>	1	.808
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.000
	<i>N</i>	322	322
Perilaku Konsumtif	<i>Pearson Correlation</i>	.808**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	.000	
	<i>N</i>	322	322

Tabel 12 menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif mahasiswa yang diperoleh sebesar 0,808. Nilai korelasi tersebut dikategorikan sebagai tingkat korelasi yang sangat kuat. Tingkat korelasi yang sangat kuat tersebut dapat terjadi karena tingginya daya konsumsi mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi.

**Tabel 13.** Hasil Uji Korelasi *Pearson Product Moment* Literasi Keuangan dengan Perilaku Konsumtif

<i>Correlations</i>			
		Literasi Keuangan	Perilaku Konsumtif
Literasi Keuangan	<i>Pearson Correlation</i>	1	-.029
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		.606

Nilai korelasi antara variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa pada Tabel 13 ialah sebesar -0,029. Nilai korelasi tersebut dapat dikategorikan sebagai tingkat korelasi yang lemah. Artinya terdapat hubungan yang lemah antara variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **Hubungan Gaya Hidup Hedonis (X1) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)**

Hasil regresi yang telah dilakukan menghasilkan bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya gaya hidup hedonis memiliki arah hubungan positif yang signifikan, di mana semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hal ini didukung dengan nilai korelasi sebesar 0,808

yang menunjukkan bahwa tingkat korelasi yang sangat kuat. Tingkat korelasi tersebut membuktikan bahwa gaya hidup hedonis memiliki keeratan hubungan yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif.

Adanya hubungan positif yang sangat kuat antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa ketika mahasiswa memiliki gaya hidup hedonis maka mahasiswa akan berperilaku konsumtif dalam membeli minuman di kedai kopi. Hubungan ini diakibatkan seringnya mahasiswa mengunjungi kedai kopi untuk berkumpul dengan teman-temannya. Intensitas kunjungan dan tumbuhnya loyalitas dalam membeli minuman di kedai kopi mampu menumbuhkan gaya hidup hedonis pada mahasiswa (Anggraeni, 2022); (Gramanda et al., 2021). Adanya pertumbuhan kedai kopi yang semakin meningkat seiring berkembangnya tren “nongkrong” di kalangan mahasiswa mendukung tingginya perilaku konsumtif tersebut (Olivia Anjelina et al., 2025).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki arah hubungan positif dan keeratan hubungan yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli minuman di kedai kopi. Hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja (Anggraini & Santhoso, 2019). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya (Anjani & Anindra Guspa, 2024).

### **Hubungan Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y)**

Berdasarkan hasil uji t antara variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif diperoleh bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya variabel literasi keuangan dan perilaku konsumtif memiliki arah hubungan negatif yang signifikan, di mana semakin rendah literasi keuangan maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitu pula sebaliknya, semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hal tersebut didukung dengan hasil uji korelasi yang memperoleh nilai sebesar -0,029. Berdasarkan nilai korelasi tersebut, keeratan hubungan kedua variabel ini memiliki tingkat korelasi yang lemah.

Hubungan negatif dengan tingkat keeratan hubungan yang lemah ini terjadi karena mayoritas mahasiswa merasa telah menerapkan manajemen keuangan dengan baik dan telah memiliki tabungan pribadi untuk masa depan. Namun, beberapa mahasiswa merasa masih memiliki literasi keuangan yang rendah dari segi pengelolaan pengeluaran yang membuat mahasiswa cenderung lebih banyak mengeluarkan uang khususnya pada pembelian minuman di kedai kopi. Individu dengan kemampuan literasi keuangan yang rendah dapat melakukan kesalahan pada pengambilan keputusan dalam berkonsumsi karena tidak mempertimbangkan prioritas kebutuhan (Afisti et al., 2024).

Literasi keuangan memiliki arah hubungan yang negatif dan signifikan (Fattah & Indriayu, 2018). Hal ini berarti semakin rendah kemampuan literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada siswa, begitu pula sebaliknya. Selain itu juga didukung disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, lingkungan sosial, serta tingkat pemahaman keuangan. Dalam konteks waktu dan perkembangan akses informasi keuangan juga dapat memengaruhi hasil penelitian, terutama pada generasi yang lebih terbuka terhadap teknologi dan sumber literasi digital (Syifa Salsabilla & Crescentiano Agung Wicaksono, 2025). Penelitian lain juga memperoleh hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan pada generasi milenial di Kota Bandung (Hanifah & Manjaleni, 2025).

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah didapatkan untuk gaya hidup hedonis memiliki arah hubungan positif dan keeratan hubungan yang sangat kuat dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa, dan sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Literasi keuangan memiliki arah hubungan negatif dan keeratan hubungan yang lemah dengan perilaku konsumtif. Pengaruh yang ada pada kedua variabel tersebut adalah negatif signifikan dimana semakin rendah literasi keuangan maka semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya, semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Saran yang dapat dilakukan oleh mahasiswa mahasiswa perlu mengontrol intensitas kunjungannya ke kedai kopi untuk menghindari pemborosan dengan membuat anggaran bulanan dan membatasi pengeluaran dengan skala prioritas. Pada kedai kopi memberikan fasilitas area bebas asap rokok untuk mendukung kenyamanan para pelanggan. Dalam kajian penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian yang sama dapat ditambahkan variabel kontrol yaitu pendapatan dan variabel moderasi perilaku *financial technology (fintech)* dengan menggunakan metode analisis *structural equation modeling*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afisti, E., Sujadi, E., & Ahmad, B. (2024). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan & Konseling*, 3297(3), 597–616.
- Aflah, F. R., Hamdani, M. F., & Risnawati. (2025). Penerapan Regresi Linier Berganda dalam Menilai Hubungan Antar Variabel dalam Penelitian Kuantitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 4195–4211.
- Amanda, Livia. Y. Ferra. D. D. (2019). Uji\_Validitas\_dan\_Reliabilitas\_Tingkat\_Partisipasi. *Jurnal Matematika UNAND*, VIII (1), 179–188.
- Anggraeni, Y. (2022). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa. *Science*, 7(1), 1–8.
- Angraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anindia Dwitri, & Sugeng Pradikto. (2025). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 3(1), 99–106. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v3i1.1505>
- Anjani, M., & Anindra Guspa. (2024). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Unp. *CAUSALITA: Journal of Psychology*, 2(2), 187–194. <https://doi.org/10.62260/causalita.v2i2.305>
- Arifin Zaenal. (2017). Kriteria Instrumen dalam Suatu Penelitian. *Jurnal THEOREMS (The Original Research of Mathematics)*, 2(1), 28–36.
- Asriah Immawati, S. (2018). Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Teh Botol Sosro pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Tangerang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1(5), 487–495.
- Darmawati, A., & Satory, A. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Bisnis Kopi Terhadap Keputusan Startup Fore Coffee untuk Melakukan Initial Public Offering (IPO). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 5(1), 108–125.
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>

- Fattah, F. A., & Indriayu, M. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. In *Sunarto Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* (Vol. 4, Number 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.20961/bise.v4i1.20028>
- Gramanda, M., Malisan, P., & Hidup, G. (2021). Trend Ngopi Sebagai Gaya Hidup Baru. *Journal Sosiatri-Sosiologi*, 9(2), 122–136.
- Hanifah, M., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Financial Technology Dan Literasi Keuangan Terhadap Mental Budgeting Pada Generasi Zoomers Di Kota Bandung. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(2), 991–1007.
- Harahap, I., Matondang, K., Saajidah, A., & Ginting, H. N. B. (2024). Analisis Dampak Globalisasi Terhadap Perdagangan Internasional. *JLEB: Journal of Law, Education and Business*, 2(1), 159–164. <https://doi.org/10.57235/jleb.v2i1.1549>
- Jabnabillah, F., & Margina, N. (2022). Analisis Korelasi Pearson Dalam Menentukan Hubungan Antara Motivasi Belajar Dengan Kemandirian Belajar Pada Pembelajaran Daring (Correlation Pearson Analysis on Determine Relationship between Study Motivation and Self -Regulate Learning on Online Studies . *Jurnal Sintak*, 1(1), 14–18.
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *Khairunnisa* |, 31, 31–44.
- Latifah, E., Agung, S., & Rinda, R. T. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Candra Intech Perkasa). *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 566–574.
- Multazam, A. Y., Wayan, N., & Puspitadewi, S. (2024). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi. The Relationship Between Conformity and Consumptive Behavior in Female Students. *Jurnal Psikologi*, 3(4), 142–156.
- Murtafiah, W., Firdaus, A. M., & Madiun, P. (2022). *Kelas Viii*. 1(1), 21–29.
- Nasar, A., Saputra, D. H., Arkaan, M. R., Ferlyando, M. B., Andriansyah, M. T., & Pangestu, P. D. (2024). Uji Prasyarat Analisis. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(6), 786–799.
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29–35. <https://doi.org/10.37470/1.24.1.198>
- Olivia Anjelina, Silvi Dwi Ananda, Triyana Dinanti, & Indah Noviyanti. (2025). Strategi Adaptasi Coffee Shop terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Anak Muda di Pangkalpinang. *JUMBIWIRA: Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(2), 76–90. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v4i2.2452>
- Pariasa, I. I., & Hardana, A. E. (2024). The Impact of Farm Production Factors on The Income of Horticultural Farmers in East Java. *Habitat*, 35(1), 19–30. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2024.035.1.3>
- Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Mackessen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Utama*, 1(3), 154–159. <https://doi.org/10.55903/juria.v1i3.32>
- Suwatno, S., Waspada, I. P., & Mulyani, H. (2020). Meningkatkan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Melalui Financial Literacy dan Financial Sel Efficacy. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 8(1), 87–96. <https://doi.org/10.17509/jpak.v8i1.21938>
- Syifa Salsabilla, & Crescentiano Agung Wicaksono. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z. *Efektor*, 12(1), 87–101. <https://doi.org/10.29407/e.v12i1.25133>
- Wahab, A., & Junaedi. (2022). Jurnal Pendidikan dan Teknologi Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan Sampling*, 5(1), 42–49.