

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pada masa lalu, Tegal merupakan sebuah desa kecil yang dikenal sebagai Tetegal, terletak di sepanjang muara Kali Gung yang terkenal sebagai pusat perdagangan hasil bumi. Ki Gede Sebayu yang tinggal di Danawarih menata perairan di sana dan menamai daerah itu Tegal, karena sebagian besar wilayahnya berupa ladang. Ketika daerah itu berkembang, Bupati Pemalang menunjuk Ki Gede Sebayu sebagai Juru Demung (Sesepuh) di masa ketika Tetegal masih termasuk dalam wilayah Kabupaten Pemalang. Keputusan ini diumumkan pada tanggal 15 Sapar tahun Jawa 998 atau 12 April 1580. Oleh karena itu, setiap tanggal 12 April dirayakan sebagai Hari Jadi Kota Tegal (Wikipedia, 2024). Kota Tegal terdiri dari 27 kelurahan, diantaranya:

- a) Kecamatan Margadana mencakup Kelurahan Cabawan, Kaligangsa, Kalinyamat Kulon, Krandon, Margadana, Pesurungan Lor, dan Sumurpanggung.
- b) Kecamatan Tegal Barat mencakup Kelurahan Debong Lor, Kemandungan, Kraton, Muarareja, Pekauman, Pesurungan Kidul, dan Tegalsari.
- c) Kecamatan Tegal Selatan mencakup Kelurahan Bandung, Debong Kidul, Debong Kulon, Debong Tengah, Kalinyamat Wetan, Keturen, Randugunting, dan Tunon.

- d) Kecamatan Tegal Timur mencakup daerah Kelurahan Kejambon, Mangkukusuman, Mintaragen, Panggung, dan Slerok.

4.1.1. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah ASN yang bekerja di Kelurahan Pemerintah Kota Tegal. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada ASN Kantor Kelurahan Pemerintah Kota Tegal. Kuesioner tersebar sebanyak 167 responden dan terisi sebanyak 149 responden. Setelah melakukan tabulasi data, hasil yang dianalisis berasal dari 149 responden.

Tabel 4.1
Responden Penelitian

No.	Wilayah	Jumlah Responden
1.	Kantor Kelurahan Slerok	7
2.	Kantor Kelurahan Panggung	6
3.	Kantor Kelurahan Mangkukusuman	6
4.	Kantor Kelurahan Mintaragen	4
5.	Kantor Kelurahan Kejambon	5
6.	Kantor Kelurahan Debong Tengah	6
7.	Kantor Kelurahan Randugunting	8
8.	Kantor Kelurahan Katuren	7
9.	Kantor Kelurahan Debong Kulon	7
10.	Kantor Kelurahan Debong Kidul	6
11.	Kantor Kelurahan Tunon	5
12.	Kantor Kelurahan Bandung	6
13.	Kantor Kelurahan Kalinyamat Wetan	6

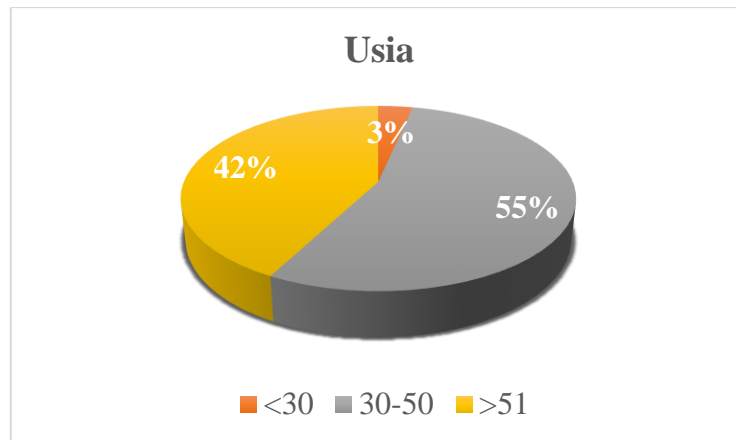
No.	Wilayah	Jumlah Responden
14.	Kantor Kelurahan Pesurungan Lor	5
15.	Kantor Kelurahan Sumurpanggung	7
16.	Kantor Kelurahan Margadana	5
17.	Kantor Kelurahan Cabawan	4
18.	Kantor Kelurahan Krandon	6
19.	Kantor Kelurahan Kaligangsa	5
20.	Kantor Kelurahan Kalinyamat Kulon	6
21.	Kantor Kelurahan Debong Lor	5
22.	Kantor Kelurahan Pesurungan Kidul	5
23.	Kantor Kelurahan Kemandungan	3
24.	Kantor Kelurahan Pekauman	3
25.	Kantor Kelurahan Kraton	5
26.	Kantor Kelurahan Tegalsari	5
27.	Kantor Kelurahan Muarareja	6

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

4.1.2. Karakteristik Responden

Data karakteristik responden pada penelitian ini diidentifikasi menggunakan skala nominal yang mencakup usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, pendapatan tiap bulan, jumlah anak, dan jenis belanja. Pada penelitian ini, responden merupakan ASN yang bekerja di 27 Kelurahan Pemerintah Kota Tegal.

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

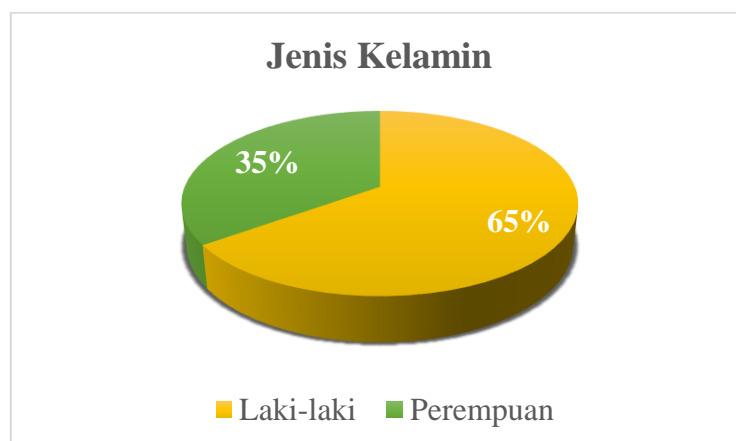


Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.1 Diagram Persentase Usia

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 55% adalah usia 30-50 tahun dengan jumlah 81 orang. Selanjutnya, responden sebanyak 42% adalah usia >51 tahun dengan jumlah 63 orang dan responden sebanyak 3% adalah usia <30 tahun dengan jumlah 5 orang.

2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

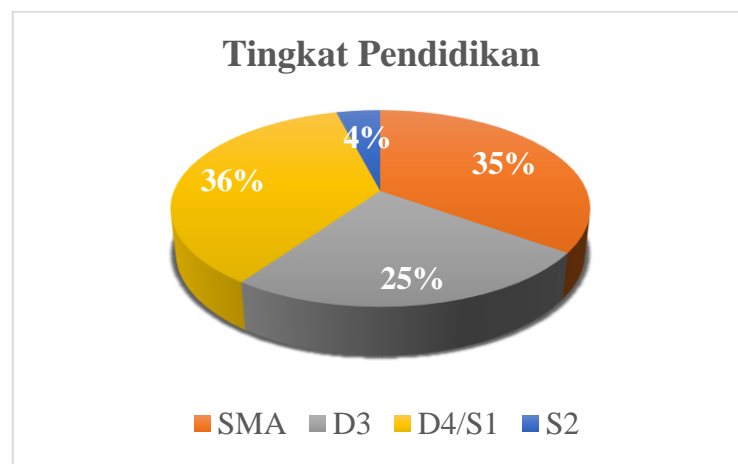


Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.2 Diagram Persentase Jenis Kelamin

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 65% adalah laki-laki dengan jumlah 97 orang. Selanjutnya, responden sebanyak 35% adalah perempuan dengan jumlah 52 orang.

3. Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan

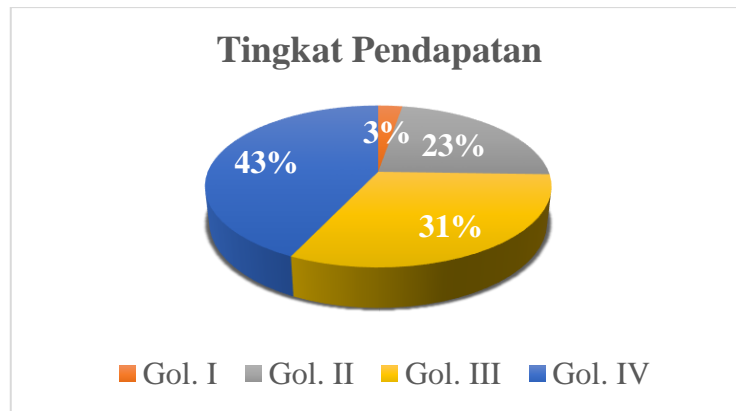


Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.3 Diagram Persentase Tingkat Pendidikan

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 36% untuk tingkat pendidikan D4/S1 dengan jumlah 54 orang. Selanjutnya, responden sebanyak 35% untuk tingkat pendidikan SMA dengan jumlah 52 orang, responden sebanyak 25% untuk tingkat pendidikan D3 dengan jumlah 37 orang, dan responden sebanyak 4% untuk tingkat pendidikan S2 dengan jumlah 6 orang.

4. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan tiap bulan

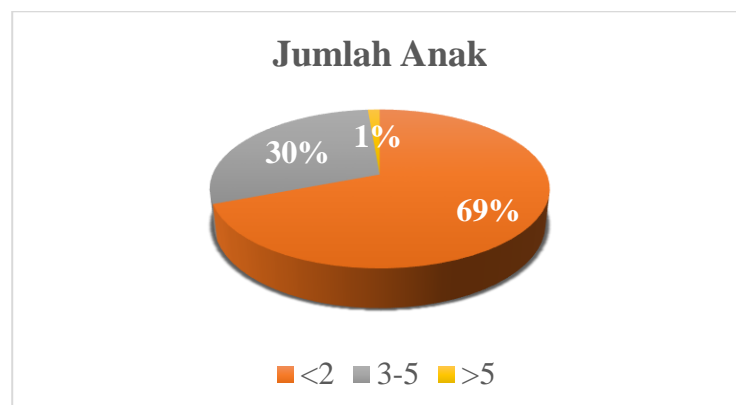


Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.4 Diagram Persentase Tingkat Pendapatan

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 43% adalah Golongan IV dengan jumlah 64 orang. Selanjutnya, responden sebanyak 31% adalah Golongan III dengan jumlah 47 orang, responden sebanyak 23% adalah Golongan II dengan jumlah 34 orang, dan responden sebanyak 3% adalah Golongan I dengan jumlah 4 orang.

5. Karakteristik responden berdasarkan jumlah anak

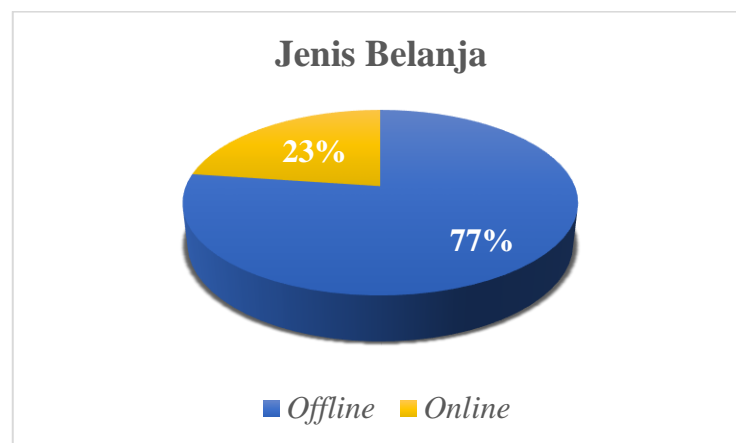


Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.5 Diagram Persentase Jumlah Anak

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 69% mempunyai <2 anak. Selanjutnya, responden sebanyak 30% mempunyai 3-5 anak dan responden sebanyak 1% mempunyai >5 anak.

6. Karakteristik responden berdasarkan jenis belanja



Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Gambar 4.6 Diagram Persentase Jenis Belanja

Pada diagram tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 77% menyukai belanja *offline*. Selanjutnya, responden sebanyak 23% menyukai belanja *online*.

4.1.3. Analisis Deskriptif Persentase Variabel Tingkat Pendapatan, *Locus Of Control*, *Impulsive Buying*, dan Literasi Keuangan

Setiap sampel dapat memberikan skor pada setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini, sampel yang akan dianalisis sebanyak 149. Berikut perhitungan *Three-box Method* dalam menentukan kategori nilai indeks (Ferdinand dalam Sofiati & Murniawaty, 2019):

Tabel 4.2
Perhitungan Nilai Indeks

Batas bawah skor	$= (149 \times 5) / 5$ $= 149$
Batas atas skor	$= (149 \times 1) / 5$ $= 29,8$
Interval masing-masing kotak	$= (149 - 29,8) / 3$ $= 119,2/3$ $= 39,73$

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Tabel 4.3
Nilai Indeks *Three-box Method*

Rentang Nilai	Kategori
29,8 – 69,53	Rendah
69,54 – 109,26	Sedang
109,27 - 149	Tinggi

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik masing-masing indikator dalam setiap variabel agar lebih mudah memahami pengukuran pada variabel yang di ungkap.

(1) Berikut indikator-indikator yang digunakan untuk menganalisis deskriptif variabel tingkat pendapatan:

1. Seluruh pendapatan yang saya peroleh dapat mencukupi kebutuhan pokok sehari-hari keluarga (X1.1).

Tabel 4.4
Hasil Deskriptif X1.1

	X1.1					Nilai Indeks
Jumlah Skor	2	10	21	81	35	116,8 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	2	20	63	324	175	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **116,8** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden merasa cukup puas dengan pendapatan mereka dalam memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari keluarga.

2. Pendapatan yang saya terima dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga (X1.2).

Tabel 4.5
Hasil Deskriptif X1.2

	X1.2					Nilai Indeks
Jumlah Skor	1	7	32	79	30	115,4 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	1	14	96	316	150	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **115,4** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa bahwa pendapatan mereka cukup untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga.

3. Saya menyisihkan pendapatan saya untuk ditabung (X1.3).

Tabel 4.6
Hasil Deskriptif X1.3

	X1.3					Nilai Indeks
Jumlah Skor	1	15	20	73	40	116,6 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	1	30	60	292	200	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **116,6** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki kebiasaan menyisihkan pendapatan mereka untuk ditabung.

(2) Berikut indikator-indikator yang digunakan untuk menganalisis deskriptif variabel *locus of control*:

1. Ketika melihat produk baru saya akan segera membeli tanpa berfikir panjang (X2.1).

Tabel 4.7
Hasil Deskriptif X2.1

	X2.1					Nilai Indeks
Jumlah Skor	59	76	11	1	2	51,2 Rendah
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	59	152	33	4	8	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **51,2** dengan kategori **rendah**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung tidak membeli produk baru secara impulsif tanpa mempertimbangkan lebih lanjut.

2. Saya membeli produk tanpa memikirkan manfaat produk tersebut (X2.2).

Tabel 4.8
Hasil Deskriptif X2.2

	X2.2					Nilai Indeks
Jumlah Skor	57	76	8	6	2	53,4 Rendah
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	57	152	24	24	10	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **53,4** dengan kategori **rendah**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung memikirkan manfaat produk sebelum melakukan pembelian.

3. Ketika teman membeli suatu barang, saya harus ikut membeli juga (X2.3).

Tabel 4.9
Hasil Deskriptif X2.3

	X2.3					Nilai Indeks
Jumlah Skor	62	76	9	1	1	50 Rendah
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	62	152	27	4	5	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **50** dengan kategori **rendah**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden tidak merasa terdorong untuk membeli barang yang sama seperti yang dibeli teman mereka, hal

ini menunjukkan sikap yang lebih mandiri dalam pengambilan keputusan pembelian.

(3) Berikut indikator-indikator yang digunakan untuk menganalisis deskriptif variabel *impulsive buying*:

1. Saya tidak dapat menahan diri untuk membeli, ketika melihat produk yang saya anggap menarik (Y1).

Tabel 4.10
Hasil Deskriptif Y1

	Y1					Nilai Indeks
Jumlah Skor	48	75	18	6	2	57,2 Rendah
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	48	150	54	24	10	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **57,2** dengan kategori **rendah**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung dapat menahan diri dan tidak langsung membeli produk yang mereka anggap menarik.

2. Saya sering membeli barang dengan spontan tanpa memikirkan konsekuensi (Y2).

Tabel 4.11
Hasil Deskriptif Y2

	Y2					Nilai Indeks
Jumlah Skor	42	79	21	5	2	58,6 Rendah
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	42	158	63	20	10	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **58,6** dengan kategori **rendah**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung tidak melakukan pembelian secara impulsif atau spontan tanpa mempertimbangkan konsekuensinya.

3. Saya tidak melihat harganya berapa, tapi saya puas dengan barang yang saya beli (Y3).

Tabel 4.12
Hasil Deskriptif Y3

	Y3					Nilai Indeks
Jumlah Skor	28	59	36	21	5	72,6 Sedang
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	28	118	108	84	25	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **72,6** dengan kategori **sedang**. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat variasi dalam sikap responden terhadap pembelian tanpa memperhatikan harga.

4. Saya langsung ingin membeli barang yang sedang diskon (Y4).

Tabel 4.13
Hasil Deskriptif Y4

	Y4					Nilai Indeks
Jumlah Skor	21	73	30	22	3	72 Sedang
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	21	146	90	88	15	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **72** dengan kategori **sedang**. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat variasi responden terhadap barang yang sedang diskon.

(4) Berikut indikator-indikator yang digunakan untuk menganalisis deskriptif variabel literasi keuangan:

1. Jika saya memiliki uang, maka saya berusaha untuk menghemat dalam pengeluaran anggaran (M1).

Tabel 4.14
Hasil Deskriptif M1

	M1					Nilai Indeks
Jumlah Skor	2	2	18	85	42	122 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	2	4	54	340	210	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **122** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung berusaha untuk menghemat pengeluaran anggaran ketika memiliki uang.

2. Saya mampu membuat catatan keuangan dan mengontrol pengeluaran pribadi saya (M2).

Tabel 4.15
Hasil Deskriptif M2

	M2					Nilai Indeks
Jumlah Skor	0	9	42	72	26	112,4 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	0	18	126	288	130	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **112,4** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden merasa memiliki kemampuan yang baik dalam membuat catatan keuangan dan mengontrol pengeluaran pribadi mereka.

3. Saya menganalisis situasi keuangan saya sebelum pembelian besar (M3).

Tabel 4.16
Hasil Deskriptif M3

	M3					Nilai Indeks
Jumlah Skor	1	2	15	67	64	127,6 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	1	4	45	268	320	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **127,6** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung melakukan analisis mendalam terhadap situasi keuangan mereka sebelum melakukan pembelian besar.

4. Saya membayar segala bentuk tagihan tanpa penundaan (M4).

Tabel 4.17
Hasil Deskriptif M4

	M4					Nilai Indeks
Jumlah Skor	1	9	29	72	38	116,8 Tinggi
Skala Linkert	1	2	3	4	5	
Jumlah	1	18	87	288	190	

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel diatas, nilai indeks menunjukkan hasil sebesar **116,8** dengan kategori **tinggi**. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cenderung membayar segala bentuk tagihan tanpa penundaan.

4.2. Hasil Analisis Data

4.2.1. Uji *Outer Model* (Model Pengukuran)

1. *Convergent Validity*

Uji *convergent validity* prosedur untuk mengevaluasi hubungan antar indikator dengan variabel laten dalam sebuah model (Noviani, 2021). Dalam uji *convergent validity*, nilai *outer loading* dari setiap indikator harus $> 0,5$ agar dapat menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk dan variabel laten dapat tercapai secara memadai. Berikut hasil pengujian dari *convergent validity* yang dilihat dari nilai *outer loading*:

Tabel 4.18

Data Validitas Item Pernyataan

Variabel	Indikator Pernyataan Valid
Tingkat Pendapatan	3
<i>Locus Of Control</i>	3
Literasi Keuangan	4
<i>Impulsive Buying</i>	4

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan uji *convergent validity* masing-masing indikator nilai *outer loading* harus $> 0,5$ agar dikatakan valid. Jika indikator tersebut $< 0,5$, maka harus dihilangkan dan tidak digunakan lagi untuk uji selanjutnya. Hal ini akan berdampak pada *composite reliability*. Berikut hasil uji *convergent validity*:

Tabel 4.19
Hasil Uji *Convergent Validity*

	<i>Impulsive Buying</i>	Literasi Keuangan	<i>Locus Of Control</i>	Tingkat Pendapatan	Keterangan
M1		0.825			Valid
M2		0.727			Valid
M3		0.828			Valid
M4		0.762			Valid
X1.1				0.878	Valid
X1.2				0.925	Valid
X1.3				0.878	Valid
X2.1			0.871		Valid
X2.2			0.918		Valid
X2.3			0.906		Valid
Y1	0.638				Valid
Y2	0.880				Valid
Y3	0.735				Valid
Y4	0.649				Valid

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan tabel tersebut menjelaskan bahwa indikator-indikator dari variabel Tingkat Pendapatan (X_1), *Locus Of Control*

(X₂), Literasi Keuangan (M), dan *Impulsive Buying* (Y) memiliki nilai *outer loading* > 0,5 sehingga dapat dikatakan valid.

2. *Discriminant Validity*

Uji *discriminant validity* merupakan uji untuk memastikan bahwa dua variabel yang diukur oleh suatu instrumen berbeda satu sama lain. Hal ini terjadi jika korelasi antara variabel tersebut lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel lainnya (Ghozali dalam Prajanti, 2023). Uji *discriminant validity* adalah metode untuk menilai tingkat korelasi antara konstruk dengan indikator konstruk lainnya. Penilaian ini didasarkan pada nilai AVE yang menunjukkan > 0,5 agar hasil uji *discriminant validity* dapat diterima. Berikut hasil uji *discriminant validity*:

Tabel 4.20

Hasil Uji *Discriminant Validity* (AVE)

	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X ₁)	0,799	Diterima
<i>Locus Of Control</i> (X ₂)	0,807	Diterima
Literasi Keuangan (M)	0,618	Diterima
<i>Impulsive Buying</i> (Y)	0,536	Diterima

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan hasil dari nilai AVE menunjukkan bahwa nilai AVE setiap variabel $> 0,5$ sehingga *discriminant validity* dapat diterima.

3. *Reliability*

Uji *reliability* secara umum merupakan serangkaian tes untuk mengevaluasi pertanyaan atau pernyataan ketergantungan item (Sekaran dalam Prajanti, 2023). Uji *reliability* digunakan untuk menilai seberapa konsisten responden dalam menjawab item-item pertanyaan survei atau instrumen penelitian lainnya. Sebuah variabel akan dianggap reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$. Berikut hasil dari uji *reliability*:

Tabel 4.21
Hasil Uji *Reliability*

	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
<i>Impulsive Buying</i> (Y)	0,709	0,819	Reliabel
Literasi Keuangan (M)	0,793	0,866	Reliabel
<i>Locus Of Control</i> (X1)	0,883	0,926	Reliabel
Tingkat Pendapatan (X2)	0,874	0,923	Reliabel

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* setiap variabel telah memenuhi syarat, sehingga dapat dikatakan reliabel.

4.2.2. Uji *Inner Model* (Model Struktural)

Pada uji ini dilihat dari nilai *R-Square* yang perubahan nilainya digunakan untuk menjelaskan pengaruh *substantive* variabel endogen (variabel dependen) terhadap variabel laten eksogen (variabel independen). Terdapat 3 (tiga) kriteria nilai *R-Square*, yaitu “kuat” dengan nilai = 0,75; “sedang” dengan nilai = 0,50; serta “lemah” dengan nilai = 0,25. Berikut hasilnya:

Tabel 4.22
Hasil Uji *R-Square*

	<i>R Square</i>	Keterangan
<i>Impulsive Buying</i> (Y)	0,124	Lemah
Literasi Keuangan (M)	0,320	Sedang

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan hasil tersebut diperoleh nilai *R-Square* untuk variabel literasi keuangan (M) sebesar 0,320 atau 32%. Hasil tersebut menjelaskan bahwa tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) mampu mempengaruhi literasi keuangan sebesar 32% dan sisanya 68% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Selanjutnya, nilai *R-Square* untuk variabel *impulsive buying* (Y) sebesar 0,124 atau 12,4%. Hasil tersebut menjelaskan bahwa tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) mampu mempengaruhi *impulsive buying* sebesar 12,4% dan sisanya 87,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

4.2.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*) yang bertujuan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel sehingga dapat ditemukan pengaruh langsung atau tidak langsung. Uji hipotesis ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% menghasilkan t-tabel sebesar 1,98. Jika t-statistik > t-tabel maka hipotesis yang diajukan diterima. Selanjutnya, jika p values < dari alpha 0,05 maka hipotesis yang diajukan diterima. Berikut hasil uji hipotesis:

Tabel 4.23
Hasil Uji Hipotesis *Impulsive Buying*

Variabel	T Statistics	P Values	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X_1)	1,060	0,290	Ditolak
<i>Locus Of Control</i> (X_2)	2,849	0,005	Diterima
Literasi Keuangan (M)	0,790	0,430	Ditolak

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis tabel diatas menunjukkan masing-masing variabel dependen dengan variabel independen. Variabel *locus of control* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) dengan nilai t-statistik > t-tabel 1,98 dan *p values* < 0,05. Namun, tingkat pendapatan (X_1) dan literasi keuangan (M) tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* (Y) dengan nilai t-statistik < t-tabel 1,98 dan *p values* > 0,05. Dapat disimpulkan hasil uji H_2 dapat diterima atau sesuai dengan hipotesis yang diajukan, sedangkan H_1 dan H_3 ditolak atau tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berikut tabel yang memasukkan variabel literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Adapun informasi yang didapat sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji Hipotesis Literasi Keuangan

Variabel	T Statistics	P Values	Keterangan
Tingkat Pendapatan (X_1)	6,104	0,000	Diterima
<i>Locus Of Control</i> (X_2)	2,889	0,004	Diterima

Sumber: Data diolah untuk penelitian, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis tabel diatas menunjukkan bahwa variabel tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan (M) dengan nilai t-statistik > t-tabel 1,98 dan *p values* < 0,05. Dapat disimpulkan hasil uji H_4 dan H_5 dapat diterima atau sesuai dengan hipotesis yang diajukan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan mampu memediasi antara variabel tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) terhadap *impulsive buying* (Y). Hal tersebut disebabkan karena variabel tingkat pendapatan (X_1) dan *locus of control* (X_2) mempengaruhi secara langsung *impulsive buying* (Y), serta secara tidak langsung melalui literasi keuangan ditunjukkan dengan nilai t-statistik dan *p values* yang signifikan.

4.3. Pembahasan

4.3.1. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap *Impulsive Buying* (H₁)

Hasil pengujian untuk hipotesis pengaruh tingkat pendapatan (X₁) terhadap *impulsive buying* (Y) diperoleh nilai *P-value* 0,290 > 0,05 dan nilai *t-statistic* 1,060. Hal ini berarti tingkat pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, sehingga hipotesis pertama (H₁) ditolak.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah setiap individu diharapkan memilih perilaku yang memberikan kepuasan maksimal berdasarkan pendapatan mereka. Dalam kasus ini, meskipun tingkat pendapatan meningkat, hal itu tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku *impulsive buying*. Hal ini dapat dijelaskan dengan melihat karakteristik responden, di mana sebagian besar adalah dari Golongan IV (43%) yang cenderung memiliki penghasilan lebih tinggi, namun preferensi belanja mereka lebih dominan pada belanja *offline* (77%). Meskipun pendapatan lebih tinggi, preferensi belanja *offline* ini mungkin menunjukkan bahwa mereka lebih berhati-hati dalam pengeluaran, sehingga tingkat pendapatan tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan mereka untuk melakukan *impulsive buying*. Di sisi lain, responden dari golongan pendapatan yang lebih rendah mungkin juga lebih mempertimbangkan kebutuhan daripada *impulsive buying*, terutama dengan preferensi belanja yang lebih terkendali. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran

mereka dan lebih mementingkan kebutuhan dasar daripada keinginan impulsif. Sehingga meskipun pendapatan mereka meningkat, perilaku *impulsive buying* tidak terlihat dominan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Kurniawati (2023) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Lewi (2022) dan Lestari (2021) yang menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* yang mana semakin meningkat tingkat pendapatan seseorang, maka dapat meningkatkan *impulsive buying*.

4.3.2. Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying* (H₂)

Hasil pengujian untuk hipotesis pengaruh *locus of control* (X₂) terhadap *impulsive buying* (Y) diperoleh nilai *P-value* $0,005 < 0,05$ dan nilai *t-statistic* 2,849. Hal ini berarti *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, sehingga hipotesis kedua (H₂) diterima.

Individu dengan *locus of control* internal cenderung merasa lebih percaya diri dan mampu mengendalikan perilaku impulsif karena mereka memiliki kendali atas hidupnya. Sebaliknya, individu dengan *locus of control* eksternal cenderung menyalahkan faktor eksternal dan kurang mampu mengendalikan *impulsive buying*. Hal ini dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar berada

pada rentang usia 30-50 tahun (55%) dan mayoritas adalah laki-laki (65%), di mana kelompok ini cenderung memiliki pengendalian diri yang lebih baik. Selain itu, tingkat pendidikan yang dominan pada D4/S1 (36%) juga menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang cukup untuk mengelola perilaku belanja mereka. Kombinasi dari usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan ini mungkin berkontribusi pada kemampuan mereka dalam mengontrol dorongan impulsif, sehingga *locus of control* berperan signifikan dalam mempengaruhi *impulsive buying*. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki pengendalian internal yang kuat, karena mereka percaya bahwa tindakan dan keputusan pribadi memiliki dampak besar pada hasil hidupnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Anjani (2023) yang menyatakan bahwa *locus of control* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Prihartini (2022) dan Malia (2021) yang menyatakan bahwa *locus of control* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* yang mana jika seseorang memiliki keyakinan yang rendah terhadap potensi dan kemampuan dalam dirinya, maka seseorang tersebut akan cenderung sulit untuk mengendalikan faktor personalnya sehingga akan mudah untuk melakukan *impulsive buying*.

4.3.3. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Impulsive Buying* (H₃)

Hasil pengujian untuk hipotesis pengaruh literasi keuangan (M) terhadap *impulsive buying* (Y) diperoleh nilai *P-value* $0,430 > 0,05$ dan nilai *t-statistic* 0,790. Hal ini berarti literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, sehingga hipotesis ketiga (H₃) ditolak.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun literasi keuangan dianggap penting dalam pengelolaan keuangan pribadi, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan tidak secara langsung mengurangi perilaku *impulsive buying*. Hal ini berkaitan dengan karakteristik responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar berada pada usia 30-50 tahun (55%) dan memiliki tingkat pendidikan D4/S1 (36%), yang seharusnya berpotensi memiliki literasi keuangan yang baik. Namun, meskipun tingkat pendidikan dan usia dapat berhubungan dengan pengetahuan keuangan, tampaknya faktor-faktor lain seperti tingkat pendapatan dan jenis belanja mungkin lebih memengaruhi perilaku *impulsive buying* daripada literasi keuangan itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa meskipun responden memiliki literasi keuangan yang memadai, faktor lain masih berperan lebih besar dalam keputusan pembelian impulsif. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki kebiasaan pengelolaan keuangan yang bijaksana dan

hati-hati. Sehingga mereka lebih mengutamakan kebutuhan dasar dan cenderung berhati-hati dalam pengeluaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Aulia et al., 2023 yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Suratno et al. (2021) dan Aini & Susanti (2021) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* yang mana jika literasi keuangan dalam diri seseorang meningkat, maka akan berdampak pada meningkatnya keputusan terhadap perilaku *impulsive buying*.

4.3.4. Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi (H₄)

Hasil pengujian untuk hipotesis pengaruh literasi keuangan (M) mampu memediasi hubungan antara tingkat pendapatan (X₁) terhadap *impulsive buying* (Y) terhadap *impulsive buying* (Y). Dengan demikian hipotesis keempat (H₄) diterima. Adapun uji efek mediasi yang ditimbulkan adalah mediasi sebagian, sebab tingkat pendapatan tidak secara langsung mempengaruhi *impulsive buying* dengan *P-value* 0,290. Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap literasi keuangan, dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* dengan *P-value* 0,430 > 0,05 dan nilai t statistik 0,790 < nilai t tabel 1,98. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mediasi ini disebut mediasi sebagian.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun tingkat pendapatan tidak secara langsung mempengaruhi *impulsive buying*, namun melalui pengaruhnya terhadap literasi keuangan, tingkat pendapatan dapat mempengaruhi *impulsive buying* secara tidak langsung. Ini dapat dikaitkan dengan karakteristik responden yang menunjukkan bahwa sebagian besar yang memiliki tingkat pendidikan D4/S1 (36%) dan mayoritas yang memiliki kurang dari dua anak (69%). Pendidikan yang lebih tinggi cenderung berhubungan dengan literasi keuangan yang lebih baik, sementara jumlah anak yang lebih sedikit mungkin berarti pengeluaran yang lebih terkelola. Hal ini mendukung temuan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam menghubungkan tingkat pendapatan dengan *impulsive buying*, dengan pendidikan dan tanggungan keluarga berpotensi mempengaruhi efektivitas literasi keuangan dalam mengendalikan pembelian impulsif. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki pola pengeluaran yang lebih terencana dan konservatif. Sehingga mereka lebih fokus pada pengelolaan keuangan yang efisien dan cermat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Iryani B (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, sehingga mampu memediasi tingkat pendapatan terhadap perilaku *impulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Kurniawati (2023) yang menyatakan bahwa

literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, serta tingkat pendapatan tidak mempengaruhi perilaku *impulsive buying*.

4.3.5. Pengaruh *Locus Of Control* Terhadap *Impulsive Buying* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Mediasi (H₅)

Hasil pengujian untuk hipotesis pengaruh literasi keuangan (M) mampu memediasi hubungan antara tingkat pendapatan (X₁) terhadap *impulsive buying* (Y) terhadap *impulsive buying* (Y). Dengan demikian hipotesis kelima (H₅) diterima. Adapun uji efek mediasi yang ditimbulkan adalah mediasi sebagian, sebab *locus of control* secara langsung mempengaruhi *impulsive buying* dengan *P-value* 0,005. *Locus of control* berpengaruh terhadap literasi keuangan, dan literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap *impulsive buying* dengan *P-value* 0,430 > 0,05 dan nilai *t* statistik 0,790 < nilai *t* tabel 1,98. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mediasi ini disebut mediasi sebagian.

Keterkaitan pada hipotesis tersebut adalah meskipun *locus of control* secara langsung mempengaruhi *impulsive buying*, namun melalui pengaruhnya terhadap literasi keuangan, *locus of control* dapat mempengaruhi *impulsive buying* secara tidak langsung. Hal ini dapat dikaitkan dengan karakteristik responden, di mana sebagian besar berusia 30-50 tahun (55%) dan memiliki tingkat pendidikan D4/S1 (36%). Usia yang lebih tua dan pendidikan yang lebih tinggi biasanya berhubungan

dengan pemahaman literasi keuangan yang lebih baik, yang dapat mempengaruhi bagaimana tingkat pendapatan mempengaruhi *impulsive buying*. Pendidikan yang lebih tinggi cenderung meningkatkan literasi keuangan, yang dalam hal ini memainkan peran penting dalam mengendalikan dampak dari pendapatan terhadap pembelian impulsif. Menurut pernyataan dari salah satu pegawai di kantor kelurahan, mengungkapkan bahwa orang tersebut cenderung memiliki pengendalian diri yang kuat dalam pengelolaan keuangannya. Sehingga mereka cenderung lebih disiplin dalam membuat anggaran, memprioritaskan kebutuhan primer, dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Aida & Rochmawati (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, sehingga mampu memediasi *locus of control* terhadap perilaku *impulsive buying*. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan Kartika (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku *impulsive buying*, serta *locus of control* tidak mempengaruhi perilaku *impulsive buying*.