

**Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku
Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup
Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Malang Angkatan 2011**

BAGUS SHANDY NARMADITYA

ABSTRACT

The phenomenon of the consumption of diverse activities, required a smart choice. Family economic education through habituation, example and explanation will establish a mindset, mindset manifested itself in the form of economic literacy. The mindset of forming a pattern of attitudes manifested by lifestyle and act as a form of behavior in consume. This study aimed to examine the effect of family economic education to consumption behavior is which mediated economic literacy and lifestyles at Economic Faculty State University of Malang students 2011. Mediation model based on the theoretical arguments, empirical studies, and previous research. This study uses a quantitative approach. This research included associative causality. The population in this study were all students major in Development Economic Program, Economic Faculty State University of Malang Student year 2011. Sample using proportional random sampling technique. The process of collecting data using questionnaires and tests. While to analyze the data using path analysis. The findings shows that; (1) the family economic education influences significantly and positively to consumption behavior (2) the family economic education influences significantly and positively to economic literacy (3) the economic literacy influences significantly and positively to consumption behavior, (4) the family economic education influences significantly and positively to lifestyle, (5) the lifestyle influences significantly and positively to consumption behavior, (6) the indirect effect of family economic education to consumption behavior through economic literacy, and (7) the indirect effect of family economic education to consumption behavior through lifestyle.

Keywords: consumption behaviors, family economic education, economics literacy, lifestyle

LATAR BELAKANG

Perubahan gaya hidup yang mengarah kepada perilaku konsumtif cenderung terjadi dikalangan remaja saat ini. Hal tersebut dapat dilihat dari fenomena perubahan gaya hidup, sosial budaya dan jenis kebutuhan manusia yang semakin beragam. Perubahan ini akan menimbulkan perilaku dalam hal membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya, tetapi membeli dilakukan karena alasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin

mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Tinjauan mengenai perilaku konsumsi erat kaitannya perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli dipengaruhi beberapa faktor antara lain; faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Faktor pribadi meliputi umur dan tahapan siklus, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, keyakinan, dan sikap. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang

Alamat Korespondensia:

Bagus Shandy Narmaditya, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang

Email: bagusshandy@gmail.com

mereka (Engel dkk, 1994; Kotler, 2002; Setiadi, 2008).

Perilaku konsumsi yang terjadi dikala-ngan remaja dipengaruhi oleh pendidikan di keluarga. Keluarga melalui pembiasaan, keteladanan dan penjelasan akan membentuk sebuah pola pikir. Dengan pola pikir yang baik akan membentuk sebuah pola sikap dan pola tindak yang diwujudkan dalam perilaku (Siswoyo, 2005). Pendidikan yang diberikan orang tua memberikan dasar bagi pengetahuan anak. Orang tua mempunyai tugas sebagai pendidik, sebagai tempat belajar seseorang paling dini sehingga pendidikan di keluarga merupakan wadah yang paling mendasar dalam membentuk sikap dan nilai-nilai baik itu dimulai dari kegiatan ekonomi yang paling kecil. Pola sikap, perilaku, dan nilai-nilai yang ditanamkan orang tua pada anak merupakan landasan bagi perkembangan tingkah laku anak selanjutnya.

Fungsi lain keluarga dalam perilaku individu adalah membangun gaya hidup yang cocok untuk keluarga. Pendidikan, pengalamanan, dan kepribadian menentukan tujuan-tujuan gabungan yang penting dari pasangan terhadap pendidikan atau karir, pada bacaan, tayangan televisi, belajar keahlian komputer, frekuensi dan kualitas makan di luar dan memilih hiburan serta kegiatan rekreasi lainnya (Schiffman & Kanuk, 2008). Selain fungsi membangun gaya hidup, pendidikan di keluarga juga membentuk literasi ekonomi yang dimiliki seseorang. Melalui pembiasaan, keteladanan dan penjelasan akan memunculkan pola pikir yang baik. Pola pikir ini terwujud dalam literasi ekonomi yang dimiliki.

Terkait perubahan perilaku konsumsi yang terjadi, literasi ekonomi dianggap sangat penting dalam meningkatkan kompetensi setiap individu untuk membuat keputusan pribadi dan sosial tentang banyak isu-isu ekonomi yang akan dihadapi semur hidupnya (Walstad, 1998). Hal ini dilatarbelakangi dimana aspek kehidupan selalu berkaitan dengan masalah ekonomi. Literasi ekonomi yang telah didapat sejak dari pendidikan di keluarga sampai perguruan tinggi, diharapkan dapat membentuk sikap yang rasional mahasiswa dalam berkonsumsi.

Berdasarkan fenomena di atas penelitian ini bertujuan membahas mengenai **Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi Dimediasi Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang (FE UM) Angkatan 2011.**

METODE

Secara umum penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Rancangan penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif kausalitas. Digolongkan asosiatif karena penelitian ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti. Dikategorikan kausalitas, karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang diamati mempunyai hubungan sebab akibat tertentu yang diduga secara teoritis. Penelitian ini dilakukan dengan cara menjelaskan gejala yang timbul oleh suatu objek penelitian. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada 4, yaitu Pendidikan Ekonomi Keluarga (X1), Literasi Ekonomi (X2), Gaya Hidup

(X3), Perilaku Konsumsi (Y). Sedangkan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis jalur (*path analysis*).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi dan Studi Pembangunan semester 4 tahun akademik 2011 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang yaitu sebanyak 263 mahasiswa. Dipilihnya mahasiswa semester 4 ini karena mereka telah menempuh mata kuliah dasar untuk mengetahui literasi ekonomi. Teknik pengambilan sampel adalah *proportional random sampling* diperoleh sampel sebesar 159 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner dan tes. bantuan aplikasi *software SPSS 17 for Windows*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang berhasil dikumpulkan mayoritas mahasiswa FE UM memiliki perilaku konsumsi yang termasuk dalam kategori rasional yaitu sebanyak 54%, namun masih terdapat perilaku konsumsi yang cukup rasional sebanyak 40,89% dimana ini dapat mengindikasikan perilaku yang tidak rasional dan kearah perilaku yang konsumtif. Namun demikian, hasil lain sebanyak 3,14% memiliki

perilaku konsumsi yang sangat rasional.

Penjelasan lain tentang tingkat pendidikan ekonomi keluarga mahasiswa FE UM cenderung baik yaitu sebanyak 62,26% dan cukup baik sebesar 6,29%. Hanya sebagian kecil yang memperoleh pendidikan ekonomi di keluarga yang sangat kurang yaitu sebesar 0,62%.

Hasil lain terkait literasi ekonomi mayoritas mahasiswa FE UM Angkatan 2011 memiliki literasi ekonomi yang baik, terbukti dengan mayoritas 56,60% siswa memiliki skor baik dan sangat baik sebanyak 37,74%. Mahasiswa yang memiliki pengetahuan baik berarti minimal mendapat skor 13. Namun demikian sebagian kecil mahasiswa memiliki literasi ekonomi yang kurang baik sebanyak 0,63% dan sisanya sebanyak 5,03% mahasiswa memiliki literasi economicukup. Sedangkan untuk gaya hidup diketahui bahwa mahasiswa FE UM mayoritas memiliki tingkat gaya hidup yang cukup yaitu sebanyak 50,31% dan 10,61% memiliki tingkat gaya hidup yang tidak rasional.

Berdasarkan hasil regresi yang telah dilakukan dapat disajikan ringkasan hubungan pengaruh langsung maupun tidak langsung antar variabel seperti yang terlihat pada tabel berikut ini.

Hubungan antar variabel	Pengaruh langsung	Pengaruh tidak langsung	Pengaruh total	Sig.
X1 Y	0,228	0,035	0,263	0,004
X1 X2	0,193	-	0,193	0,015
X2 Y	0,182	-	0,182	0,017
X1 Y	0,228	0,051	0,279	0,004
X1 X3	0,273	-	0,254	0,001
X3 Y	0,189	-	0,189	0,015

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa pendidikan ekonomi keluarga (X1) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi (Y) dimoderasi oleh variabel literasi

Ekonomi (X2) dan gaya hidup (X3). Dengan demikian, literasi ekonomi (X2) dan gaya hidup (X3) berstatus sebagai moderator yang memperkuat pengaruh langsung

pendidikan ekonomi keluarga (X1) terhadap perilaku konsumsi (Y).

Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FE UM Angkatan 2011.

Pendidikan di dalam keluarga menurut UU No. 20 Tahun 2003 tentang sistem pendidikan nasional adalah termasuk jalur informal. Kegiatan pendidikan informal yang dilakukan keluarga dan lingkungan berbentuk kegiatan belajar secara mandiri. Bentuk dari pendidikan ekonomi keluarga meliputi pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan pada setiap aktivitas ekonomi. Pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga lebih bersifat pembiasaan, maka prosesnya lebih banyak menuntut keteladanan dan pengalaman nyata dalam kehidupan sehari-hari (Wahyono, 2001). Dengan pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan akan membentuk pola sikap dan pola tindak sebagai wujud dari perilaku dalam hal berkonsumsi (Siswoyo, 2005).

Pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi keluarga yang mampu diserap mahasiswa tergolong dalam kategori baik sebanyak 93%. Dari ketiga indikator di atas, variabel pembiasaan menyumbangkan *average* tertinggi. Dengan pendidikan ekonomi keluarga yang bersifat informal tersebut tentu berpengaruh terhadap pola pikir ekonominya. Sebagai contoh pemberian uang saku yang tidak berlebih akan membuat anak lebih selektif dalam menggunakan uangnya. Pembiasaan membeli barang yang sesuai kebutuhan kepada anak akan mewujudkan pola pikir yang baik.

dengan pola pikir yang baik akan berpengaruh terhadap pola tindak dalam berkonsumsi.

Sependapat dengan Suryani (2008) Peran dan fungsi keluarga erat kaitannya dengan sosialisasi anak sebagai konsumen. Sosialisasi yang diberikan kepada anak sebagai konsumen diartikan sebagai proses dimana seorang anak memperoleh pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang relevan dengan fungsinya sebagai konsumen dipasar. Proses sosialisasi tersebut juga diartikan sebagai proses bagaimana seorang anak memperoleh pengetahuan tentang barang dan jasa serta pengetahuan konsumsi, pencarian informasi dan ketrampilan untuk menawar barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2008).

Disisi lain perilaku konsumsi diindikasikan dari pola pemenuhan kebutuhan, strategi dalam berkonsumsi dan motif perilaku konsumsi. Berdasarkan analisis, perilaku konsumsi yang dimiliki mahasiswa Ekonomi Pembangunan FE UM tergolong dalam kategori rasional yaitu sebanyak 57% dari keseluruhan. Dari ketiga indikator di atas, indikator pola pemenuhan kebutuhan memperoleh nilai tertinggi. Dengan demikian, pola sikap yang positif ini akan berlanjut pada pola tindak yang positif pula. Pola tindak yang positif diwujudkan dalam bentuk perilaku konsumsi yang rasional (Siswoyo, 2005).

Dengan penanaman nilai-nilai dalam keluarga yang baik maka akan terbentuk perilaku konsumsi yang rasional pula. Berdasarkan uraian diatas maka telah terbukti secara signifikan pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsinya. Dengan demikian untuk meningkatkan

perilaku konsumsi mahasiswa dapat dilakukan dengan meningkatkan pendidikan ekonomi keluarga dengan memperhatikan variabel pembiasaan karena variabel tersebut memberikan sumbangan yang tertinggi.

Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Literasi Ekonomi Mahasiswa FE UM Angkatan 2011.

Pendidikan yang pertama dan utama diperoleh seorang anak adalah di keluarga. Pendidikan ekonomi dalam keluarga yang diberikan orang tua adalah berupa pembiasaan-pembiasaan seperti pembiasaan menabung, berhemat, serta selektif dalam pembelian barang dan jasa. Pembiasaan tersebut akan membentuk pola pikir yang terwujud dalam literasi ekonomi. Dengan bekal pola pikir yang dimiliki akan berdampak pada pola tindak yang terwujud dengan perilaku termasuk perilaku dalam berkonsumsi.

Penjelasan literasi ekonomi diindikasikan oleh pengetahuan dasar di tingkat Universitas yang meliputi dasar-dasar mata kuliah ekonomi yang telah ditempuh peserta didik. Literasi ekonomi yang diperoleh mahasiswa sebanyak 94% tergolong kategori baik.

Sesuai dengan teori Vygotsky (Santrock, 2007) menekankan pentingnya memanfaatkan lingkungan dalam pembelajaran. Lingkungan meliputi orang-orang dan kebudayaan termasuk di dalamnya keluarga. Pemerolehan pengetahuan siswa atau mahasiswa bermula dari lingkup sosial, antar orang dan kemudian pada lingkup individu sebagai proses internalisasi. Dengan demikian pendidikan ekonomi yang diberikan orang tua melalui pembiasaan,

keteladanan dan penjelasan baik secara langsung atau tidak langsung akan memberikan bekal dalam literasi ekonomi.

Pengaruh literasi ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FE UM angkatan 2011

Pemahaman individu tentang ekonomi yang telah dibekali di lingkungan informal tentunya akan didukung dengan pendidikan formal yaitu sekolah. Di keluarga melalui pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan akan membentuk sebuah pola pemikiran dan pandangan mengenai pengetahuan dasar. Di lingkungan sekolah, pemahaman dasar tentang ekonomi dari keluarga ditambah dengan pembelajaran teoritis tentang ekonomi akan membentuk literasi ekonomi mahasiswa. Penjelasan mengenai literasi ekonomi yang dimiliki mahasiswa telah dijelaskan di atas bahwa literasi ekonomi tergolong baik, sedangkan perilaku konsumsi yang diperoleh sebagian besar memiliki perilaku yang rasional.

Berdasarkan hasil penelitian ini secara signifikan memang literasi ekonomi berpengaruh terhadap perilaku konsumsi. Pengaruh ini ditunjukkan dengan nilai *standardized* beta 0,182 dan signifikansi sebesar 0,017. Nilai koefisien regresi yang diperoleh nilai literasi ekonomi (X²) sebesar 0,300 yang dapat diartikan jika literasi ekonomi mengalami kenaikan satu satuan skala maka perilaku konsumsi (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi yang baik dapat meningkatkan perilaku konsumsi mahasiswa. Begitu pula sebaliknya, literasi ekonomi yang kurang baik dapat

menurunkan perilaku konsumsi mahasiswa.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Jappeli (2009) yang mana literasi ekonomi dapat diperbaiki dengan meningkatkan insentif untuk memperoleh pengetahuan keuangan. Dengan literasi ekonomi yang baik akan membuat lebih baik dalam hal berperilaku terkait dengan masalah konsumsi. Pendapat lain yang dikemukakan Sina (2012) menyatakan bahwa literasi ekonomi memainkan peranan penting untuk memicu pengendalian diri dalam mengelola sumber daya (money) yang terbatas.

Di dalam penelitian ini diketahui pula bahwa pendidikan ekonomi keluarga dapat memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa melalui literasi ekonomi dengan pengaruh tidak langsung sebesar 0,035 dan pengaruh total sebesar 0,263. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk dapat memperoleh perilaku konsumsi yang rasional diperlukan peran keluarga yang baik, selain itu diperlukan literasi ekonomi yang baik pula. Sehingga dalam penelitian ini literasi sebagai variabel moderator yang memperkuat pengaruh pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumsi. Dengan demikian untuk meningkatkan perilaku konsumsi, selain dengan meningkatkan pendidikan ekonomi keluarga yang telah dijelaskan di atas dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi ekonomi mahasiswa. Upaya untuk meningkatkan literasi ekonomi dapat dilakukan dengan cara; a) menerapkan teori yang diperoleh di sekolah dalam kehidupan sehari-hari, b) merancang pembelajaran yang berkaitan dengan afektif peserta didik dapat memberikan pola pikir,

pola sikap dan pola tindak yang terwujud dalam perilaku yang rasional, c) menambah wawasan ekonomi dalam kegiatan seminar dan *workshop*. Untuk itulah variabel literasi ekonomi perlu dipertimbangkan sebagai faktor yang diperlukan sebagai upaya untuk meningkatkan perilaku konsumsi yang rasional pada mahasiswa.

Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga terhadap Gaya Hidup Mahasiswa FE UM Angkatan 2011.

Pendidikan yang diberikan orang tua tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi tetapi memberikan pengalaman pertama dalam pembentukan sikap, maupun nilai-nilai kepada individu. Melalui pembiasaan, keteladanan, dan penjelasan yang diberikan orang tua akan membentuk sebuah pola pikir. Pola pikir ini nantinya akan berdampak pada pola sikap, dimana pola sikap ini diwujudkan dalam gaya hidup masing-masing orang (Siswoyo, 2005). Selain itu Suryani (2008) berpendapat bahwa fungsi lain keluarga dalam perilaku konsumen adalah membangun gaya hidup yang sesuai untuk keluarga.

Gaya hidup berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang dimiliki mahasiswa FE UM tergolong rasional. Dari ketiga indikator tersebut indikator minat yang diwujudkan dalam kegiatan belanja, penyaluran hobi, olahraga memberikan nilai *average* tertinggi. Disisi lain pendidikan ekonomi keluarga yang telah dijelaskan di atas juga dalam kategori yang baik. Dengan demikian, pendidikan ekonomi keluarga yang bentuknya adalah pembiasaan, keteladanan, dan

penjelasan berpengaruh terhadap gaya hidup.

Berdasarkan uraian di atas telah terbukti secara signifikan pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh positif terhadap gaya hidup. Kesimpulan yang dapat diambil memang keluarga memberikan sumbangan yang penting dalam pembentukan gaya hidup seseorang. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan gaya hidup dapat dilakukan dengan meningkatkan pendidikan ekonomi keluarga. Hal ini karena memang pola asuh akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung memengaruhi pola hidupnya.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa FE UM Angkatan 2011.

Setiap orang yang berasal dari latar belakang pendidikan di keluarga, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Konsepsi gaya hidup dalam ekonomi lebih diarahkan untuk memahami manusia sebagai pelaku ekonomi dan peranannya sebagai konsumen. Sebagaimana telah dijelaskan di atas, gaya hidup yang diindikasikan oleh aktivitas, minat dan opini memperoleh kategori gaya hidup mahasiswa FE UM yang rasional, dimana aktivitas merupakan indikator yang paling menonjol. Sedangkan perilaku konsumsi juga tergolong rasional. Dengan demikian memang pola sikap yang terwujud dalam gaya hidup akan membentuk sebuah pola tindak yang positif juga (Siswoyo, 2005).

Gaya hidup yang dialami mahasiswa dan remaja saat ini didukung dengan pesatnya perkembangan teknologi dan

modernisasi. Pada kenyataannya hal ini merupakan fenomena yang sulit dipisahkan dari kehidupan remaja saat sekarang, mengingat banyaknya akses yang memudahkan mereka untuk mengetahui segala hal. Penjelasan ini memberikan arti bahwa perubahan perilaku dalam hal berkonsumsi mahasiswa dipengaruhi gaya hidup yang dianutnya, menjadikan gaya hidup sebagai pedoman dalam kegiatan konsumsinya.

Dengan demikian memang secara signifikan gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Sependapat dengan pendapat Engel, Blackwell, Miniard (1994); Kotler (2002) menyatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi seseorang, dimana gaya hidup memengaruhi kebutuhan, keinginan serta perilaku konsumsinya.

Berdasarkan hasil analisis, pengaruh tidak langsung pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumsi melalui gaya hidup dengan nilai 0,051 dan pengaruh total sebesar 0,279 yang artinya variabel gaya hidup merupakan variabel moderator yang memperkuat pengaruh langsung pendidikan ekonomi keluarga terhadap perilaku konsumsi. Dengan demikian untuk meningkatkan perilaku konsumsi selain melalui pendidikan ekonomi keluarga dapat dilakukan dengan meningkatkan gaya hidupnya. Upaya untuk meningkatkan gaya hidup mahasiswa dapat dilakukan dengan penghidupan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) yang semakin bervariasi sehingga mampu untuk menyerap waktu luang dan penyaluran hobi dalam kegiatan positif dan ekonomis.

Penjelasan lain mengenai model penelitian ini diketahui bahwa pengaruh total dari semua variasi perubahan pendidikan ekonomi keluarga, literasi ekonomi dan gaya hidup dapat menjelaskan variasi perubahan perilaku konsumsi sebesar 73,5%. Hal ini dimungkinkan karena faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa bukan hanya pendidikan ekonomi keluarga, literasi ekonomi dan gaya hidup saja tetapi masih banyak faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kelompok referensi, teman, modernitas, kepribadian, dll.

PENUTUP

Kesimpulan

Bertolak dari temuan dan pembahasan, hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi melalui literasi ekonomi pada mahasiswa.
 - a. Pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FE UM angkatan 2011.
 - b. Pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap literasi ekonomi mahasiswa FE UM angkatan 2011.
 - c. Literasi ekonomi berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FE UM angkatan 2011.
2. Pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FE UM

angkatan 2011 melalui gaya hidup.

- a. Pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa FE UM angkatan 2011.
- b. Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa FE UM angkatan 2011.

Rekomendasi

1. Kepada Tenaga Pendidik di lingkungan FE UM untuk dapat memahami dan merancang pembelajaran yang mampu menumbuhkan afektif diri mahasiswa seperti sikap, minat, konsep diri, nilai dan moral, serta dinamika riil yang ada di masyarakat sehingga akan meningkatkan literasi ekonomi yang akhirnya akan mendorong mahasiswa untuk memperoleh perilaku konsumsi yang semakin rasional.
2. Kepada orang tua agar memberikan pembekalan pengetahuan dasar ekonomi yang nyata melalui pembiasaan, ketedananan dan penjelasan karena secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi perilaku konsumsi.
3. Kepada mahasiswa perlu pemahaman tentang pendidikan ekonomi informal dalam keluarga agar berkemampuan dan mengembangkan pendidikan ekonomi di jalur formal secara kontekstual terkait dengan pendidikan informal.
4. Kepada peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk melakukan penelitian sejenis dengan mempertimbangkan variabel lain seperti, modernitas, kelompok

referensi dan nilai budaya lokal agar mendapatkan data yang lebih mendalam pada dapat dilakukan penelitian kualitatif.

Untuk mengurangi kelemahan dalam penelitian berikutnya untuk memperhatikan keterbatasan yang ada pada penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Engel, JF., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku konsumen (jilid 1) (terj. F.X. Budiyanto)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Jappelli, T. (2009). *Economic Literacy: An international Comparison. Centre for Studies in Economics and Finance*. Working Paper no. 238, p1-37 Diakses 26 Januari 2013
- Kotler, P. *Manajemen Pemasaran edisi millennium*. Alih bahasa hendra Teguh dkk.2002. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Santrock, J.W. 2007. *Remaja, edisi kesebelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Schiffman, L & Kanuk L. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks
- Setiadi, J.N. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sina, P. G. 2012. *Analisis Literasi Ekonomi*. Jurnal *Economia*, Volume 8 Nomor 2, Oktober 2012.
- Siswoyo, B.B. 2005. *Perilaku Organisasi Anggota Koperasi dan Pengaruhnya terhadap Partisipasi Anggota serta manfaat yang diperoleh Anggota Koperasi*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPS Universitas Brawijaya Malang
- Siswoyo, 2005. *Ideologi Perkoperasian Indonesia*. Seminar Regional Jawa Timur di Unmer Malang.
- Solimun. 2002. *Multivariate Analysis Sem, Lisrel dan Amos, Aplikasi di Manajemen, Ekonomi Pembangunan, Psikologi, Sosial, Kedokteran dan Agrokompleks*. Universitas Negeri Malang (UM). Malang.
- Suryani, T. 2008. *Perilaku Konsumen; implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: graha ilmu
- Wahyono, H. 2001. *Pengaruh Perilaku Ekonomi Kepala Keluarga Terhadap Intensitas Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga*. Disertasi tidak diterbitkan. Malang: PPS UM.
- Walstad, W. 1998. *Why it's Important to Understand Economics*. Journal, (online) <http://www.minneapolisfed.org/> diakses 2 Pebruari 2013