

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang akan dilakukan bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gender, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan *e-wallet*. Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya yang membahas serupa dengan yang akan diteliti, berikut adalah telaah hasil penelitian terdahulu.

##### **2.1.1 Delyana Rahmawany Pulungan dan Hastina Febriaty**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Sampel dari penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang berjumlah 97 sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang didapat dengan pembagian kuesioner. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Uji validitas instrumen penelitian menggunakan analisis regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan gaya hidup dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

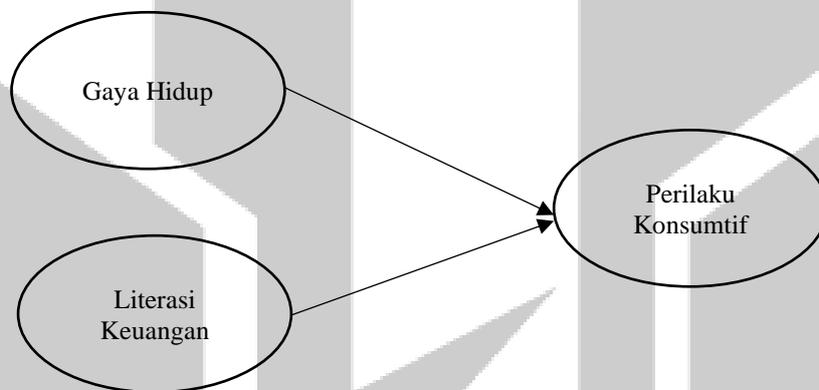
Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah gaya hidup, dan literasi keuangan

2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, dan gaya hidup hedonis.
2. Penelitian dahulu dilakukan di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara sedangkan penelitian mendatang dilakukan di Surabaya.



Gambar 2.1 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Pulungan & Febriaty (2018)

### 2.1.2 Fahira Yudasella dan Krisnawati (2019)

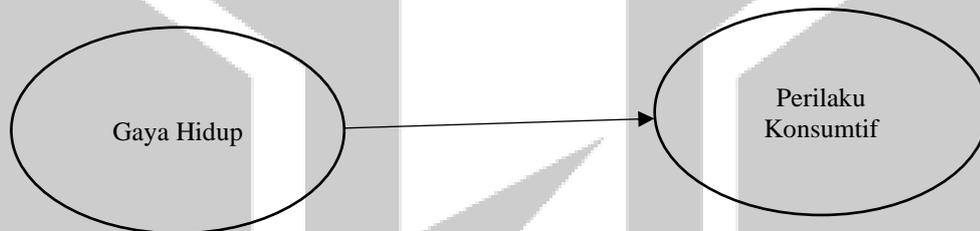
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat literasi keuangan dan tingkat perilaku konsumtif, dan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh antar variabel tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 400 siswa SMA di Kota Bandung dengan simple random sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa SMA di Kota Bandung.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan
2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, dan gaya hidup hedonis.
2. Penelitian dahulu dilakukan di Bandung sedangkan penelitian mendatang akan dilakukan di Surabaya.



Gambar 2.2 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Fahira Yudasella & Krisnawati (2019)

### 2.1.3 Yahya (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif. Populasi penelitian adalah mahasiswa program studi Diploma tiga Akuntansi Universitas Pelita Bangsa yang berjumlah 420 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan data peneliti menyebarkan kuesioner atas penelitian kepada seluruh mahasiswa program studi Diploma tiga Akuntansi sebanyak 420 responden melalui *google form*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa gaya hidup

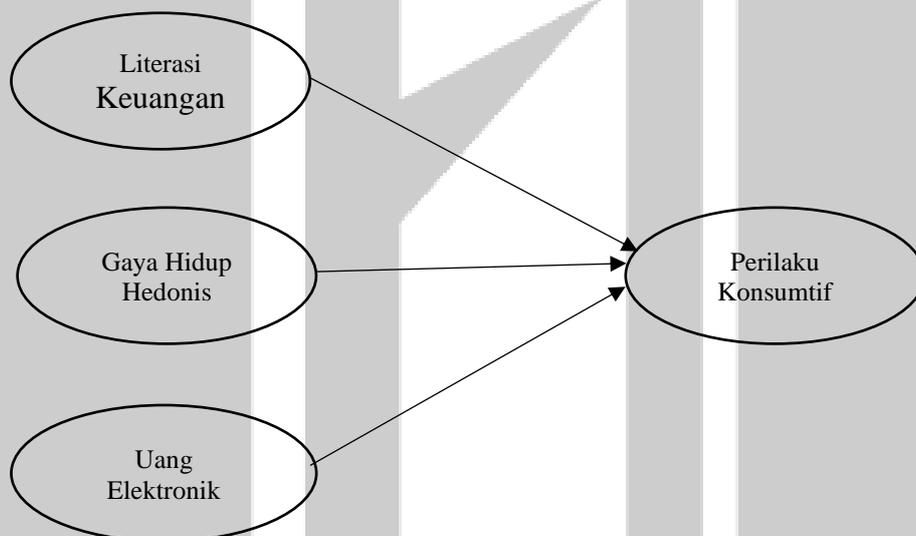
hedonis mempengaruhi perilaku konsumtif, namun literasi keuangan dan uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan, dan gaya hidup.
2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel bebas yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, dan gaya hidup hedonis.
2. Penelitian dahulu dilakukan di Universitas Pelita Bangsa, Bekasi sedangkan penelitian mendatang akan dilakukan di Surabaya.



Gambar 2.3 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Yahya (2021)

#### 2.1.4 Zahra dan Anoraga (2021)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor seperti gaya hidup, literasi keuangan, dan sosial demografi terhadap perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIE Bank BPD Jawa Tengah yang

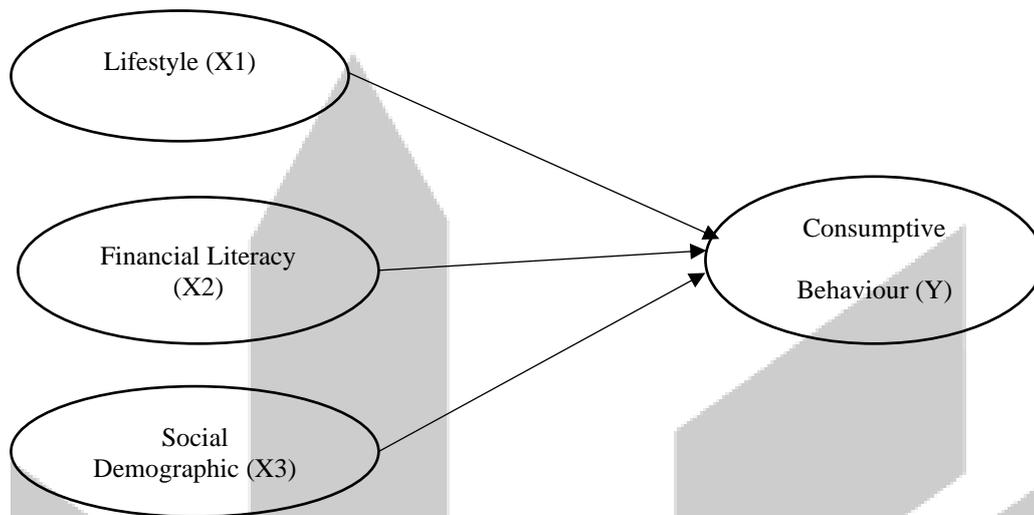
telah mengambil mata kuliah kewirausahaan I dan II yang berjumlah 230 mahasiswa, sedangkan sampel ditentukan dengan menggunakan teknik accidental sampling dan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 70 sampel. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Data diolah dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, pengaruh positif variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan pengaruh positif demografi sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan, dan gaya hidup
2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, gaya hidup, dan perilaku konsumtif
2. Penelitian dahulu dilakukan di STIE Bank BPD, Jawa Tengah



Gambar 2.4 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Zahra & Anoraga (2021)

### 2.1.5 Gunawan (2023)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan finansial *technology payment* terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Semester 8 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan IPK minimal 3,00 (tiga) karena mahasiswa semester 8 sudah memiliki pengetahuan keuangan yang lebih luas dan perilakunya dalam mengelola keuangan cenderung lebih netral dan mahasiswa yang menggunakan pembayaran *financial technology*. Sedangkan sampel yang digunakan adalah 100 siswa dengan teknik *Quota Sampling*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kuantitatif dan menggunakan data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur untuk menanyakan persepsi responden terhadap variabel. Teknik analisis data menggunakan *Structural Equatorial Modeling* (SEM) – *Part Least Square* (PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dan pembayaran

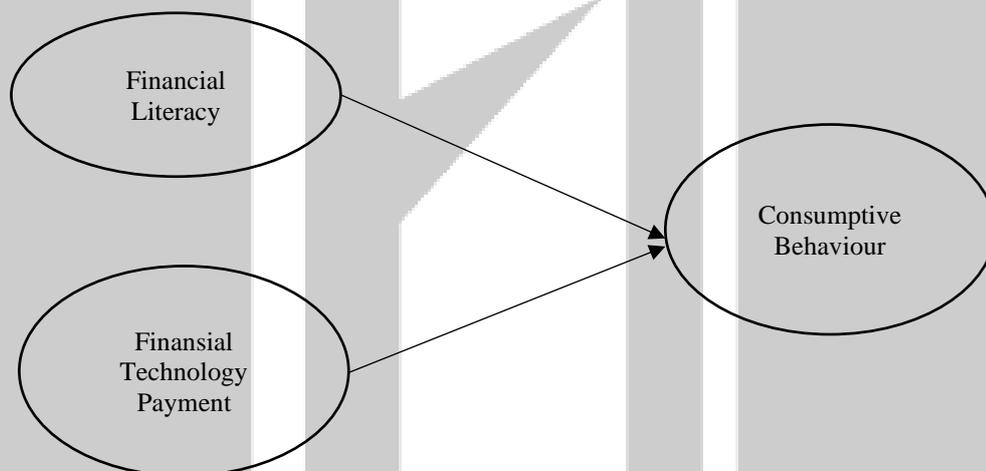
*financial technology* berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan
2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, gaya hidup, dan perilaku konsumtif
2. Penelitian dahulu dilakukan di STIE Bank BPD, Jawa Tengah



Gambar 2.5 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Gunawan (2023)

### 2.1.6 Wahyuni et al (2019)

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online. Penelitian ini menggunakan pendekatan

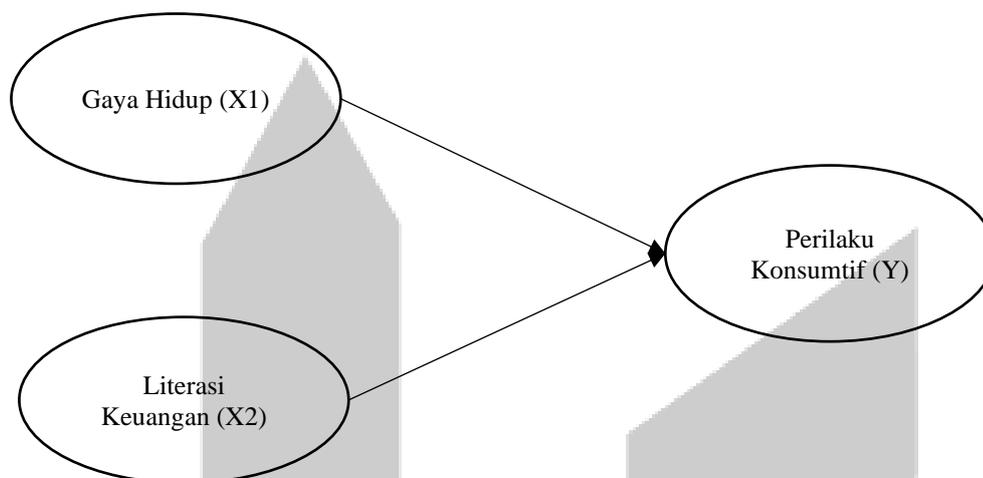
kuantitatif, sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey. Populasi yaitu ibu rumah tangga yang pernah berbelanja online. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Data diolah menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.

Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan dan gaya hidup.
2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, gaya hidup, dan perilaku konsumtif.
2. Penelitian dahulu dilakukan di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.



Gambar 2.6 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Wahyuni et al (2019)

### 2.1.7 Mubarakah dan Rio Rita (2020)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dengan gender sebagai variabel pemoderasi. Penelitian dilakukan di Kota Salatiga dengan menggunakan sampel 100 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan karyawan di Salatiga yang lahir pada tahun 1980 sampai 1999. Jenis sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun online. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan teknik *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil dari penelitian ini adalah literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, *mental accounting* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan gender memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan *mental accounting* terhadap perilaku konsumtif.

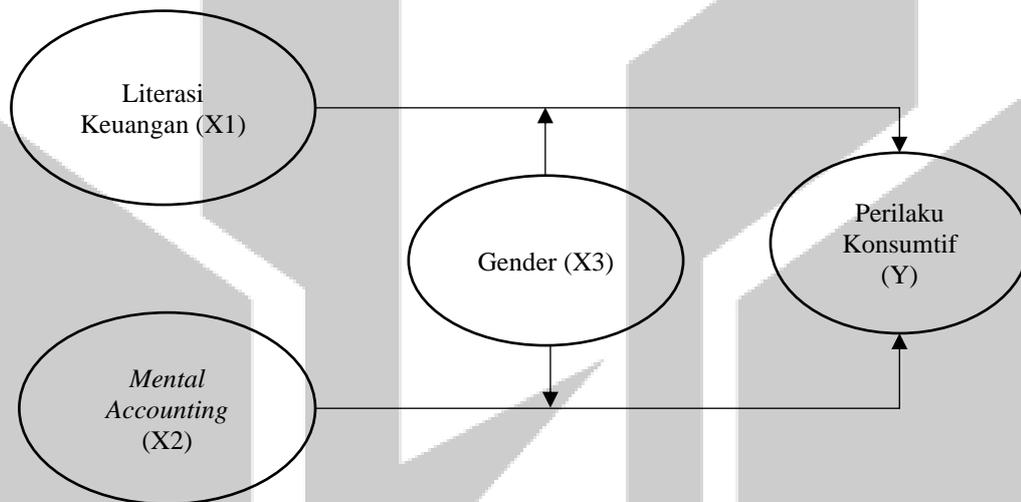
Persamaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu:

1. Variabel bebas yang digunakan adalah literasi keuangan dan gender.

2. Variabel terikat yang digunakan adalah perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Variabel yang digunakan pada penelitian sekarang literasi keuangan, gender, gaya hidup, dan perilaku konsumtif.
2. Penelitian dahulu dilakukan di Kota Salatiga.



Gambar 2.7 : Kerangka Pemikiran Penelitian Mubarakah Dan Rio Rita (2020)

Tabel 2.1 berikut merupakan ringkasan dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas.

Tabel 2.1 :  
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Tujuan Penelitian	Sampel Penelitian	Variabel Penelitian	Teknik Analisis	Hasil Analisis
1	(Pulungan & Febriaty, 2018)	Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa	Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara jurusan Manajemen yang berjumlah 97 mahasiswa	X1 : Gaya Hidup X2 : Literasi Keuangan Y : Perilaku Konsumtif	analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semakin tinggi gaya hidup maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif</li> <li>2. Semakin tinggi tingkat pengetahuan literasi keuangan maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.</li> </ol>
2	(Fahira Yudasella & Krisnawati, 2019)	Untuk mengetahui bagaimana tingkat literasi keuangan dan tingkat perilaku konsumtif, juga untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel tersebut.	Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 400 siswa SMA di Kota Bandung dengan simple random sampling.	X: Literasi Keuangan Y : Perilaku Konsumtif	Analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.	Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3	(Yahya, 2021)	Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif.	Populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Diploma Akuntansi Universitas Pelita Bangsa yang berjumlah 420 responden, dan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 responden	X1: Literasi Keuangan X2: Gaya Hidup Hedonis X3 : Uang Elektronik Y: Perilaku Konsumtif	Analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku konsumtif</li> <li>2. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif</li> <li>3. Uang elektronik tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif</li> </ol>
4	(Zahra & Anoraga, 2021)	Untuk mengetahui pengaruh faktor-faktor seperti gaya hidup, literasi keuangan, dan demografi sosial terhadap perilaku konsumtif.	Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Bank STIE BPD Jawa Tengah yang telah mengambil mata kuliah kewirausahaan I dan II, berjumlah 230 mahasiswa,	X1: Gaya Hidup X2: Literasi Keuangan X3: Demografi Sosial	Analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya hidup hedonis berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif</li> <li>2. Demografi sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif</li> <li>3. Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.</li> </ol>

				Y: Perilaku konsumtif		
5	(Gunawan, 2023)	Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan pemanfaatan teknologi finansial pembayaran terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara..	Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan menggunakan teknik kuota sampling.	X1: Literasi Keuangan X2: Teknologi Finansial Y: Perilaku Konsumtif	Structural Equation Modeling (SEM) Part Least Square (PLS).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif</li> <li>2. Pembayaran teknologi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.</li> </ol>
6	(Wahyuni et al., 2019)	Untuk membuktikan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online, pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online.	Populasi yaitu ibu rumah tangga yang pernah berbelanja online. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 50 orang ditentukan dengan teknik purposive sampling.	X1: Gaya Hidup X2: Literasi Keuangan Y: Perilaku Konsumtif	Uji analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji determinasi, uji T, dan uji F.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gaya hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>2. Literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>3. Gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap perilaku konsumtif.</li> </ol>
7	(Mubarokah & Rio Rita, 2020)	Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan mental accounting terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dengan gender sebagai pemoderasi	Penelitian dilakukan di Kota Salatiga dengan sampel 100 responden. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa dan karyawan di Salatiga yang lahir pada tahun 1980 sampai 1999.	X1: Literasi Keuangan X2: Mental Accounting X3: Gender Y: Perilaku Konsumtif	<i>Moderated Regression Analysis (MRA).</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>2. Mental accounting berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.</li> <li>3. Gender memoderasi pengaruh antara literasi keuangan dan mental accounting terhadap perilaku konsumtif.</li> </ol>

## **2.2 Landasan Teori**

Landasan teori ini adalah landasan yang digunakan pada sebuah penelitian. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dasar mengenai Perilaku Konsumtif dan variabel-variabel yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif pada generasi z dalam penggunaan e-wallet, serta teori yang dikemukakan oleh para ahli.

### **2.2.1 Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif biasanya dipahami sebagai seseorang atau kelompok yang melakukan proses mengkonsumsi produk, layanan, merek atau bisnis, mengeluarkan uang secara sadar atau tidak sadar, dan terus berlanjut (Pulungan & Febriaty, 2018). Menurut Gumulya & Widiastuti (2013), pembelian barang dengan aspek emosional atau yang disebut perilaku konsumtif memiliki perilaku pembelian yang lebih didominasi oleh keinginan daripada kebutuhan dan hanya pemenuhan keinginan. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan untuk membeli atau mengkonsumsi barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan secara berlebihan dan tidak berdasarkan pertimbangan rasional dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan (Dikria & Mintarti, 2016).

Perilaku konsumtif merupakan fenomena yang mempengaruhi kehidupan masyarakat saat ini (Zahra & Anoraga, 2021). Secara umum perilaku konsumtif dalam penelitian ini berarti mahasiswa mengkonsumsi barang untuk memenuhi keinginannya bukan untuk memenuhi kebutuhannya sehingga menimbulkan pemborosan dan konsumsi yang tidak tepat. Karena remaja biasanya belum bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Fattah, 2017). Ada banyak

perubahan perilaku konsumtif mahasiswa. Perubahan yang terjadi sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin maju dan informasi yang semakin cepat, yang membuat kebutuhan generasi z semakin kompleks (Yahya, 2021). Fenomena perilaku konsumtif merupakan hal yang lumrah di kalangan mahasiswa, karena sejak remaja hingga dewasa sedang mencari jati diri. Pada masa remaja, individu cenderung menyukai hal-hal baru yang agak menantang bagi dirinya sendiri, karena remaja berusaha untuk mandiri dan menemukan jati dirinya (Yahya, 2021).

Menurut Gunawan (2023) penelitian ini memiliki beberapa indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk untuk menjaga penampilan dan gengsi diri
3. Membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan)
4. Membeli produk hanya untuk menjaga status diri
5. Memakai produk karena ada unsur kesesuaian dengan model yang diiklankan
6. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga tinggi akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

### **2.2.2 Literasi Keuangan**

Krishna et al. (2010) mengatakan literasi keuangan adalah semua kebutuhan dasar untuk menghindari masalah keuangan. Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku

untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk meraih kekayaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Literasi keuangan bukan hanya pengetahuan dan Pemahaman informasi keuangan tetapi juga kemampuan untuk menerapkan pengetahuan keuangan tentang, misalnya, keputusan keuangan dan perilaku keuangan (Soejono, 2020).

Literasi keuangan adalah pengetahuan seseorang tentang keuangan yang memengaruhi seseorang mengendalikan keuangan mereka dan membuat keputusan keuangan yang bijak dan melihat akibatnya sehingga mencapai kemakmuran (Gunawan, 2023). Literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan manajemen keuangan yang dimana semakin tinggi literasi keuangan, semakin baik pengelolaannya tentang keuangan seseorang (Gunawan et al., 2020). Pembelajaran universitas memainkan peran penting dalam proses membangun literasi keuangan mahasiswa. Pembelajaran yang efektif dan efisien membantu individu memahami, mengevaluasi dan bertindak sesuai dengan kepentingan keuangan mereka (Zahra & Anoraga, 2021).

Menurut Wahyuni et al. (2019) penelitian ini memiliki beberapa indikator literasi keuangan yaitu:

1. Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi
2. Tabungan (*saving*)
3. Investasi
4. Asuransi (*insurance*)

### **2.2.3 Gender**

Menurut Mubarakah & Rio Rita (2020) gender merupakan persepsi manusia dalam membedakan perempuan dan laki-laki. Gender berperan dalam aspek kehidupan manusia, termasuk pandangan status perempuan yang lebih rendah daripada laki-laki dalam masyarakat. Contohnya seorang laki-laki akan dianggap kuat, rasional, dan maskulin sedangkan perempuan dianggap lembut, anggun, dan emosional (Mubarakah & Rio Rita, 2020). Atribut yang menempel pada laki-laki dan perempuan tersebut yang menjadi gender itu sendiri (Hadiati, 2010). Menurut Themba & Tumedi (2012) perbandingan pada laki-laki dan perempuan yang dimana laki-laki lebih mempertimbangkan menabung dan berinvestasi dari pada berbelanja. Laki-laki memiliki pemahaman lebih tinggi dibandingkan perempuan dalam mengambil keputusan. Sementara pada perempuan lebih memikirkan egonya dalam pengambilan sebuah keputusan tanpa mempertimbangkan jangka panjangnya (Dalkilic & Kirkbesoglu, 2015).

Menurut Mubarakah & Rio Rita (2020) penelitian ini memiliki beberapa indikator gender yaitu:

1. Laki-laki
2. Perempuan

### **2.2.4 Gaya Hidup Hedonis**

Kecenderungan perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh faktor internal, salah satunya adalah gaya hidup. Seringkali seseorang membeli barang-barang tertentu, seperti sepatu, karena didorong oleh ajakan teman-teman dalam grup atau

lingkungan sosialnya. Mereka merasa perlu untuk selalu tampil gaya agar tidak terlihat berbeda dengan teman-teman sekelompoknya (Zahra & Anoraga, 2021). Penelitian Kapantouw & Mandey (2015) mendukung pernyataan tersebut, yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Hal ini disebabkan karena individu cenderung untuk menyesuaikan diri dengan gaya hidup kelompoknya agar tidak terlihat berbeda dan dapat diterima di lingkungan sosialnya. Pulungan & Febriaty (2018) berpendapat bahwa generasi Z mudah mendapatkan informasi tentang tren gaya hidup terkini, yang secara langsung akan mempengaruhi kebiasaan mereka dalam aspek gaya hidup, termasuk kebutuhan sekunder, primer, dan tersier. Selain itu, generasi Z juga cenderung merasakan tekanan sosial yang tinggi untuk mengikuti tren gaya hidup dan merasa tidak enak jika tidak ikut serta dalam membeli dan mengikuti tren tersebut.

Cara seseorang hidup akan mencerminkan pola hidupnya, yang dapat dilihat melalui kegiatan, minat, dan pandangan dalam berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya. Menurut (Mothersbaugh & Hawkins, 2016), gaya hidup yang dipilih seseorang dapat memengaruhi kebutuhan, keinginan, dan perilaku, termasuk perilaku pembelian. Temuan ini mendukung penelitian Thamrin & Saleh (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup berdampak positif pada perilaku konsumtif.

Menurut Zahra & Anoraga (2021) penelitian ini memiliki beberapa indikator gaya hidup hedonis yaitu:

1. Kegiatan (Aktivitas)
2. Pendapat orang lain
3. Ketertarikan (minat)

### **2.3 Hubungan Antar Variabel**

Dalam sub ini akan dijelaskan hubungan antar variabel yang diteliti berdasarkan hasil kajian teori maupun empiris yang telah diuraikan sebelumnya.

#### **2.3.1 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Literasi keuangan merupakan pemahaman dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan dengan bijak. Literasi keuangan yang baik tentunya akan membuat penggunaan uang yang baik juga sehingga perilaku konsumtif dapat diminimalisir.

Menurut Pulungan & Febriaty (2018) semakin tinggi literasi keuangan maka semakin rendah perilaku konsumtif. Temuan ini didukung oleh penelitian Wahyuni et al. (2019), serta penelitian Mubarokah & Rio Rita (2020) yang juga menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, di mana individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku konsumtif yang lebih terkendali.

#### **2.3.2 Pengaruh Gender Terhadap Perilaku Konsumtif**

Gender adalah suatu identitas yang telah ada sejak manusia lahir. Gender memiliki peran dalam dalam kehidupan manusia dikarenakan adanya pandangan masyarakat terhadap suatu gender, misalnya laki-laki yang maskulin dan perempuan yang feminim. Gender ikut berperan dalam perilaku konsumtif karena adanya tuntutan pandangan masyarakat terhadap gender tersebut yang dimana perempuan akan cenderung berusaha untuk tampil cantik di tempat umum.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh gender, hal ini didukung oleh hasil penelitian Mubarokah & Rio Rita (2020). Menurut penelitian Mubarokah & Rio Rita (2020) gender berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yang dimana perempuan cenderung membeli bukan berdasarkan kebutuhan melainkan untuk kesenangan atau perayaan yang didasarkan keinginan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan gender mempengaruhi perilaku konsumtif secara signifikan.

### **2.3.3 Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif**

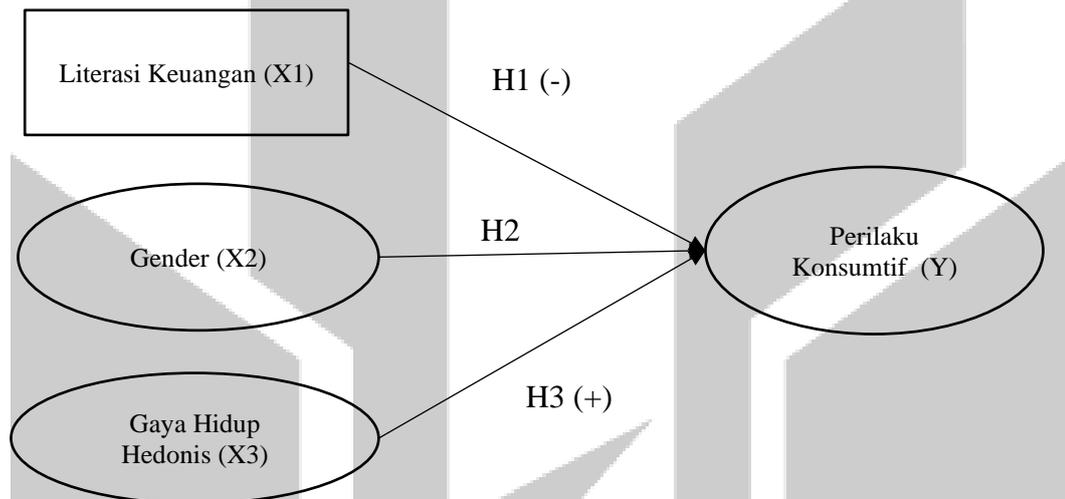
Gaya hidup hedonis merupakan sebuah kebiasaan hidup untuk membeli suatu barang atau jasa yang sebenarnya tidak dibutuhkan tetapi lebih kepada keinginan individu tersebut untuk membeli barang yang mereka senangi. Gaya hidup hedonis tentu mempengaruhi perilaku konsumtif. Individu yang terus-menerus membeli barang yang tidak mereka butuhkan akan menjadi sangat konsumtif dan tidak mementingkan prioritas utama. mereka

Gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z (Yahya, 2021). Masih menurut Yahya (2021) semakin tinggi kecenderungan individu untuk mengadopsi gaya hidup yang hedonis, maka semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi.

Hasil analisis variabel ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif generasi z (Zahra & Anoraga, 2021). Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Wahyuni et al. (2019) yang juga menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

## 2.4 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan penjelasan sub bab sebelumnya, maka dapat dibuat hubungan antara literasi keuangan, gender, gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dengan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.8 :  
Kerangka Pemikiran Penelitian Saat Ini (2023)

## 2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini digunakan sebagai acuan dasar dalam penelitian ini yang berasal dari beberapa teori yang telah dipaparkan dari penelitian sebelumnya.

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan e-wallet.

H2: gender berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi z dalam penggunaan e-wallet.

H3: Gaya hidup hedonis berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z dalam penggunaan e-wallet.