

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada bab ini akan menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu mengenai teman sebaya, materialisme, dan perilaku menabung yaitu:

1. **Umi Widyastuti, Usep Suhud dan Ati Sumiati (2016)**

Penelitian yang dilakukan oleh Umi Widyastuti, Usep Suhud dan Ati Sumiati (2016) berjudul *The Impact Literacy on Students Teachers' Saving Intention and Saving Behavior* bertujuan untuk mengetahui pengaruh sikap, norma subjektif, dan literasi keuangan terhadap niat menabung pada para siswa dan guru. Sampel pada penelitian ini terdiri dari 212 siswa dan guru di Universitas Negeri Jakarta. Data diperoleh melalui survei online, teknik analisis yang digunakan adalah analisis faktor eksploratori dan konfirmasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan niat menabung berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung, selain itu sikap dan norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat menabung.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini adalah sama-sama menggunakan variabel terikat yaitu perilaku menabung.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang ini yaitu sampel yang digunakan pada penelitian Umi Widyastuti, Usep Suhud dan Ati

Sumiati(2016) menggunakan responden siswa dan guru di Universitas Negeri Jakarta. Sedangkan pada penelitian sekarang ini yaitu peneliti menggunakan responden generasi milenial yang lahir tahun 1983 s/d 1992.

2. Wulandari dan Luqman Hakim (2015)

Penelitian yang dilakukan Wulandari dan Luqman Hakim (2015) berjudul Pengaruh *Love of Money*, Pendidikan Keuangan di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, dan Peer group Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. Tujuan Penelitian ini untuk menganalisa pengaruh *love of money*, pendidikan keuangan di keluarga, hasil belajar manajemen keuangan, dan peer group terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Pendidikan Akuntansi dan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *love of money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, pendidikan keuangan di keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa, hasil belajar manajemen tidak mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa dan peer group berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi mahasiswa.

Persamaan penelitian terdahulu Wulandari dan Luqman Hakim (2015) dengan penelitian sekarang ini adalah variabel yang digunakan sama yaitu

variabel teman sebaya. Data yang digunakan sama-sama menggunakan data primer dengan menyebar kuesioner.

Perbedaan penelitian terdahulu Wulandari dan Luqman Hakim (2015) dengan penelitian sekarang ini adalah pada penelitian terdahulu menggunakan responden mahasiswa sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan responden generasi milenial yang lahir tahun 1983 s/d 1992.

3. Lisa Hadija (2013)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teman sebaya dan prestasi belajar ekonomi pada perilaku konsumsi siswa. Penelitian ini adalah penelitian penjelasan menggunakan kuantitatif pendekatan. Populasi mencakup 192 siswa kelas X di SMA Khadijah Surabaya. Sampel berjumlah 130 siswa yang ditentukan dengan menggunakan simple random sampling teknik, dengan rumus Slovin. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Data dianalisis secara kuantitatif menggunakan linear sederhana dan regresi berganda. Hipotesis diuji menggunakan teknik uji T dan uji F dengan bantuan Perangkat lunak SPSS.

Berdasarkan hasil penelitian, disimpulkan bahwa: (1) Ada pengaruh parsial signifikan teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa. (2) Ada pengaruh parsial prestasi belajar ekonomi pada perilaku konsumsi siswa, dan (3) Ada pengaruh signifikan secara simultan teman sebaya dan prestasi belajar ekonomi pada perilaku konsumsi siswa.

Persamaan penelitian terdahulu Lisa Hadija (2013) dengan penelitian sekarang ini yaitu terletak pada variabel x yakni teman sebaya. Selain itu menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner.

Perbedaan penelitian terdahulu Lisa Hadija (2013) dengan penelitian sekarang ini adalah responden penelitian terdahulu hanya menggunakan responden yaitu siswa SMA sedangkan peneliti sekarang menggunakan responden generasi milenial yang lahir tahun 1983 s/d 1992 dan perbedaan lainnya yaitu penelitian terdahulu Lisa Hadija (2013) menggunakan software SPSS sedangkan peneliti sekarang menggunakan Warp *Partial Least Square* (WarpPLS).

4. Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013)

Penelitian Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) bertujuan untuk mengetahui pengaruh *quantitative literacy* dan materialisme terhadap perilaku keuangan pribadi. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 267 orang pada beberapa lokasi publik (seluruh wilayah Puget sound utara) termasuk perkantoran, perpustakaan umum dan lobby perguruan tinggi. Teknik analisis yang digunakan adalah *ordinary least squares regression*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa materialisme tidak berhubungan secara langsung tetapi dimediasi oleh *impulsive buying*. *Quantitative literacy* dan *subjective numeracy* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan pribadi.

Persamaan penelitian dari Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) dengan penelitian sekarang ini adalah menggunakan variabel yang sama yaitu materialisme.

Perbedaan penelitian dari Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) adalah responden yang digunakan berbeda, pada penelitian Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) menggunakan sampel orang yang berada di beberapa lokasi publik termasuk perkantoran, perpustakaan umum dan lobby perguruan tinggi di wilayah Puget sound utara. Sedangkan pada penelitian sekarang ini peneliti menggunakan responden generasi milenial yang lahir tahun 1983 s/d 1992.



Tabel 2.1
PERSAMAAN DAN PERBEDAAN DENGAN PENELITIAN TERDAHULU

KETERANGAN	Umi Widyastuti, Usep Suhud dan Ati Sumiati (2016)	Wulandari dan Luqman Hakim (2015)	Lisa Hadija (2013)	Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013)	Mohamad Rizky Kurniawan (2018)
TOPIK PENELITIAN	<i>The Impact Literacy on Students Teachers' Saving Intention and Saving Behavior</i>	Pengaruh <i>Love of Money</i> , Pendidikan Keuangan di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, dan Peer group Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa	Pengaruh Teman Sebaya dan Prestasi Belajar Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa SMA Khadijah Surabaya	<i>Personal financial behavior. The influence of quantitative literacy and material values</i>	Pengaruh teman sebaya dan materialisme terhadap perilaku menabung generasi milenial dengan <i>impulsive buying</i> sebagai variabel mediasi
VARIABEL PENELITIAN	<i>Financial Literacy, Saving Intention, Saving Behavior</i>	Pengaruh <i>Love of Money</i> , Pendidikan Keuangan di Keluarga, Hasil Belajar Manajemen Keuangan, Peer group, Manajemen keuangan pribadi mahasiswa	Teman sebaya, Prestasi belajar ekonomi, perilaku konsumsi siswa SMA	<i>Personal financial behavior. The influence of quantitative literacy and material values</i>	Teman sebaya, materialisme, , <i>impulsive buying</i> , perilaku menabung generasi milenial
TEKNIK ANALISIS DATA	faktor eksploratori dan konfirmasi	<i>Multiple regression Analysis</i>	uji T dan uji F dengan Perangkat lunak SPSS	Multivariat Independent	<i>Partial Least Square (WarpPLS)</i>
HASIL PENELITIAN	Literasi keuangan dan niat menabung berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung , selain itu sikap dan norma subjektif secara signifikan mempengaruhi niat menabung	<i>Love of money</i> , Pendidikan Keuangan di Keluarga dan Peer group berpengaruh positif sedangkan Hasil Belajar Manajemen Keuangan tidak berpengaruh positif	Ada pengaruh signifikan secara simultan teman sebaya dan prestasi belajar ekonomi pada perilaku konsumsi siswa	Materialisme tidak berhubungan secara langsung tetapi di mediasi oleh <i>impulsive buying</i> . Quantitative literacy & subjective numeracy berpengaruh positif	

Sumber: Lisa Hadija (2013), Umi Widyastuti, Usep Suhud, dan Ati Sumiati (2016), Wulandari dan Luqman Hakim (2015), Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013)

2.2 Landasan Teori

Landasan teori berisi mengenai uraian dan penjelasan dari teori-teori pendukung yang mana teori tersebut akan digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kerangka pemikiran maupun hipotesis.

2.2.1 Perilaku Menabung

Perilaku menabung merupakan suatu tindakan yang membiasakan seorang pribadi untuk menyisihkan uang atau kekayaan yang digunakan untuk kebutuhan di masa yang akan datang (Mukhamad Yasid, 2009). Fisher, Hayhoe, dan Lown (2015) menyatakan menabung adalah cara seseorang dalam menyisihkan pendapatan atas pengeluaran yang dilakukan secara teratur dan berkelanjutan. Menabung dapat dianggap sebagai proses dengan tidak menghabiskan uangnya pada periode saat ini untuk digunakan untuk masa yang akan datang (Warneryd, 1999).

Menabung juga dapat diartikan suatu aktivitas dimana seseorang menyimpan uangnya baik di bank maupun di tabungan sendiri. Menabung sendiri memiliki banyak manfaat seperti belajar hidup hemat dengan menyisihkan uang pemasukan atau pendapatan agar menghindari pengeluaran yang kurang berguna, selain itu manfaat menabung lainnya seperti mencegah berhutang dan cadangan keuangan dalam keadaan mendesak. Tabungan memiliki dampak yang positif terhadap ekonomi karena dana yang ditempatkan dalam aset keuangan selanjutnya disalurkan melalui perantara keuangan untuk mendanai investasi oleh perusahaan. Menurut Amer Azlan et al., (2015) berpendapat bahwa kecepatan pertumbuhan ekonomi jangka panjang bergantung pada kemampuan untuk

menabung, karena tingkat tabungan yang tinggi akan meningkatkan investasi, mempengaruhi akumulasi modal dan merangsangnya pertumbuhan ekonomi.

Indikator perilaku menabung dengan rujukan dari Mohamad Fazli Sabri, Maurice Mac Donald (2010) yaitu :

1. Menyimpan untuk mencapai gol
2. Menyimpan hingga akhir semester
3. Menabung untuk membayar hutang

Indikator perilaku menabung dengan rujukan dari Umi Widyastuti, Usep Suhud, dan Ati Sumiati (2016) yaitu :

1. Perilaku investasi
2. Perilaku belanja

2.2.1 Teman Sebaya

Menurut Umar Tirtarahardja (2005:181) Teman sebaya adalah suatu lingkungan yang terdiri dari orang yang bersamaan usianya. Teman sebaya dapat diartikan kumpulan individu dengan tingkat kedewasaan yang kurang lebih sama (Wulandari dan Luqman,2015). Tooth (2006) melakukan sebuah survei yang menghasilkan temuan bahwa perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pilihan konsumsi rekan-rekannya. Perkembangan teman sebaya memiliki pengaruh yang cukup kuat karena dalam kelompok sebaya ini remaja merasa mendapatkan teman dan juga dukungan dari teman-temannya. Menurut Umar Tirtarahardja (2005:181) terdapat beberapa fungsi teman sebaya antara lain :

1. Mengajar berhubungan dan menyesuaikan diri dengan orang lain
2. Memperkenalkan kehidupan masyarakat yang lebih luas

3. Memperkuat sebagian dari nilai-nilai yang berlaku dalam kehidupan masyarakat orang dewasa
4. Memberikan kepada anggotanya cara-cara untuk membebaskan diri dari pengaruh kekuasaan otoritas
5. Memberikan pengalaman untuk mengadakan hubungan yang didasarkan pada prinsip persamaan hak

Indikator teman sebaya dengan rujukan dari Wulandari dan Luqman Hakim (2015) yaitu :

1. Interaksi sosial di lingkungan peer group
2. Keterlibatan individu dalam berinteraksi
3. Dukungan peer group

Indikator teman sebaya dengan rujukan dari Umar Tirtarahardja dan S. L. La Sulo (2012: 181) yaitu :

1. Interaksi sosial yang intensif dan dapat terjadi setiap waktu
2. Peniruan (model)
3. Penerimaan atau penolakan kelompok

2.2.2 Materialisme

Materialisme dapat didefinisikan bagaimana konsumen memberikan perhatian pada masalah kepemilikan duniawi sebagai hal penting (Mowen & Minor, 2002:280). Keterikatan pada benda-benda materi dan menjadikan kepemilikan benda-benda tersebut sebagai sesuatu hal yang penting dalam hidupnya dikenal sebagai materialisme (Fransisca, 2011). Gaya hidup

materialisme biasanya dimulai dari pengumpulan barang-barang diluar kebutuhan pokok dari hidupnya. Pada tingkat materialisme yang tinggi, kepemilikan seperti ini diasumsikan sebagai tempat sentral dalam kehidupan seseorang dan merupakan sumber terbesar kepuasan dan ketidakpuasan. Nilai materialisme yang tinggi membuat orang meyakini bahwa barang-barang merupakan sesuatu yang sangat penting dalam hidupnya (Cahyaning, 2014). Richins & Dawson (1992) membagi materialisme menjadi tiga dimensi, yaitu: (*Acquisition centrallity*), dimensi pentingnya harta dalam kehidupan seseorang yang bertujuan untuk mengukur keyakinan seseorang yang menganggap bahwa harta dan kepemilikan barang sangat penting dalam hidup seseorang. (*Acquisition as the pursuit of happiness*), dimensi kepemilikan harta benda merupakan sumber kebahagiaan. Dimensi ini bertujuan untuk mengukur keyakinan seseorang dalam memandang kepemilikan harta merupakan hal yang penting untuk kesejahteraan dan kebahagiaan dalam hidupnya. (*Possession difened success*), dimensi kepemilikan adalah ukuran kesuksesan hidup. Dimensi ini mengukur keyakinan seseorang dalam menentukan tingkat kesuksesan orang berdasarkan pada jumlah dan kualitas kepemilikan harta.

Indikator untuk mengukur tingkat materialisme dengan rujukan dari Richins dan Dawson (1992) sebagai berikut:

1. Menganggap materi sangat penting dalam hidup
2. Menganggap materi sumber kebahagiaan
3. Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan

2.2.3 Impulsive Buying

Menurut Assael (2000) *Impulsive Buying* merupakan komponen perilaku negatif yang ada pada diri konsumen. Konsumen pada saat melakukan pembelian suatu barang dengan tidak direncanakan terlebih dahulu sebelum memasuki sebuah toko. Ketika melakukan pembelian, konsumen cenderung melakukan pengambilan keputusan pembelian di dalam toko, dimana tidak ada rencana sebelumnya untuk melakukan pembelian.

Blackwell, dkk. (1995: 159) Pembelian impulsif terjadi ketika konsumen mengalami dorongan tiba-tiba, keinginan yang kuat untuk membeli sesuatu dengan segera. Pembelian impulsif dapat dijelaskan sebagai dorongan untuk membeli sesuatu yang tiba-tiba, tanpa ada rencana, bertindak atas dorongan tanpa mempertimbangkan tujuan jangka panjang atau cita-cita. Konsumen yang memanfaatkan kognisi akan lebih cenderung untuk membuat pembelian dan keputusan rasional juga melakukan pembelian dengan sedikit dorongan sedangkan konsumen yang lebih emosional akan lebih melakukan pembelian impulsif.

Blackwell, dkk. (1995: 195) ciri pembelian impulsif adalah sebagai berikut:

1. Keinginan mendadak dan spontan untuk bertindak disertai dengan urgensi.
2. Keadaan ketidakseimbangan psikologis dimana seseorang dapat berada diluar kendali.
3. Rendahnya evaluasi objektif, sementara pertimbangan emosional lebih dominan.
4. Kurang memperhatikan konsekuensi yang ditimbulkan.

Indikator untuk mengukur variabel *impulsive buying* menggunakan rujukan dari Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) sebagai berikut:

1. Cara berbelanja
2. Motivasi berbelanja

2.2.4 Pengaruh teman sebaya terhadap perilaku menabung

Teman sebaya merupakan salah satu kunci dalam pemberian informasi dan sebagai penasehat keuangan (Lusardi, 2010). Hal ini sesuai dengan teori Slavin (2009: 98) yang menyatakan bahwa lingkungan teman sebaya adalah suatu interaksi dengan orang-orang yang mempunyai kesamaan dalam usia dan status. Dalam berinteraksi seseorang lebih memilih untuk bergabung dengan orang-orang yang memiliki kesamaan pikiran, maupun hobi. Lingkungan teman sebaya ini terdapat di sekolah maupun di tempat tinggalnya. Kedekatan dengan teman sebaya yang intensif dan teratur akan membentuk suatu kelompok yang dijalin erat dan tergantung antara satu sama lainnya, dengan demikian relasi yang baik antara teman sebaya penting bagi perkembangan sosial remaja yang normal. Lingkungan Teman Sebaya memberikan dorongan atau dukungan untuk belajar misalnya membuat kelompok belajar atau siswa menjadikan temannya untuk bertanya tentang cara menabung yang baik.

Pernyataan tersebut bertentangan dengan studi yang dilakukan oleh Leila dan Laily (2011) yang menyatakan bahwa individu yang terlalu bergantung dan menjadikan teman sebaya sebagai sumber informasi akan membuat individu tersebut mengalami masalah keuangan. Penelitian Wulandari dan Luqman (2015) menyatakan bahwa kebiasaan mencari kesenangan seperti nonton, kuliner, jalan-

jalan bersama teman-teman tanpa disadari hal tersebut menjadikan kebiasaan buruk yang membuat tidak terkontrolnya keuangan pribadi dan membuat pengeluaran yang berlebihan. Keadaan tersebut mendasari betapa buruknya manajemen keuangan pribadi bagi individu itu sendiri.

2.2.5 Pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung

Materialisme merupakan perilaku seseorang yang menganggap bahwa benda adalah sumber kebahagiaan dalam hidupnya. Seseorang yang memiliki tingkat materialisme yang tinggi akan sulit membiasakan diri untuk menyimpan uangnya sebagai tabungan. Karena kecenderungan mereka hanya untuk kesenangan pembelian secara terus menerus atau kompulsif tanpa berfikir manfaatnya. (Dittmar 2005)

Seseorang menganggap bahwa harta duniawi sangat penting yang berasal dari kepemilikan barang-barang material untuk mencapai tujuan hidup yang utama (Pete Nye dan Cinnamon 2013). Penelitian ini juga menyatakan bahwa semakin seseorang memiliki sikap materialisme yang tinggi, maka seseorang tersebut cenderung berperilaku mengonsumsi terhadap barang yang lebih banyak. Akibatnya hanya mengalokasikan uangnya untuk membeli barang-barang berharga sehingga investasi jangka pendek sedangkan untuk jangka panjang tidak terencana.

Apabila kecenderungan tersebut tidak bisa dikendalikan atau berlangsung secara terus menerus orang tersebut akan kesulitan dalam menyisihkan uang dan berdampak pada perilaku menabungnya. Semakin tinggi tingkat materialistis seseorang maka perilaku menabungnya juga cenderung semakin buruk.

2.2.6 *Impulsive buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung

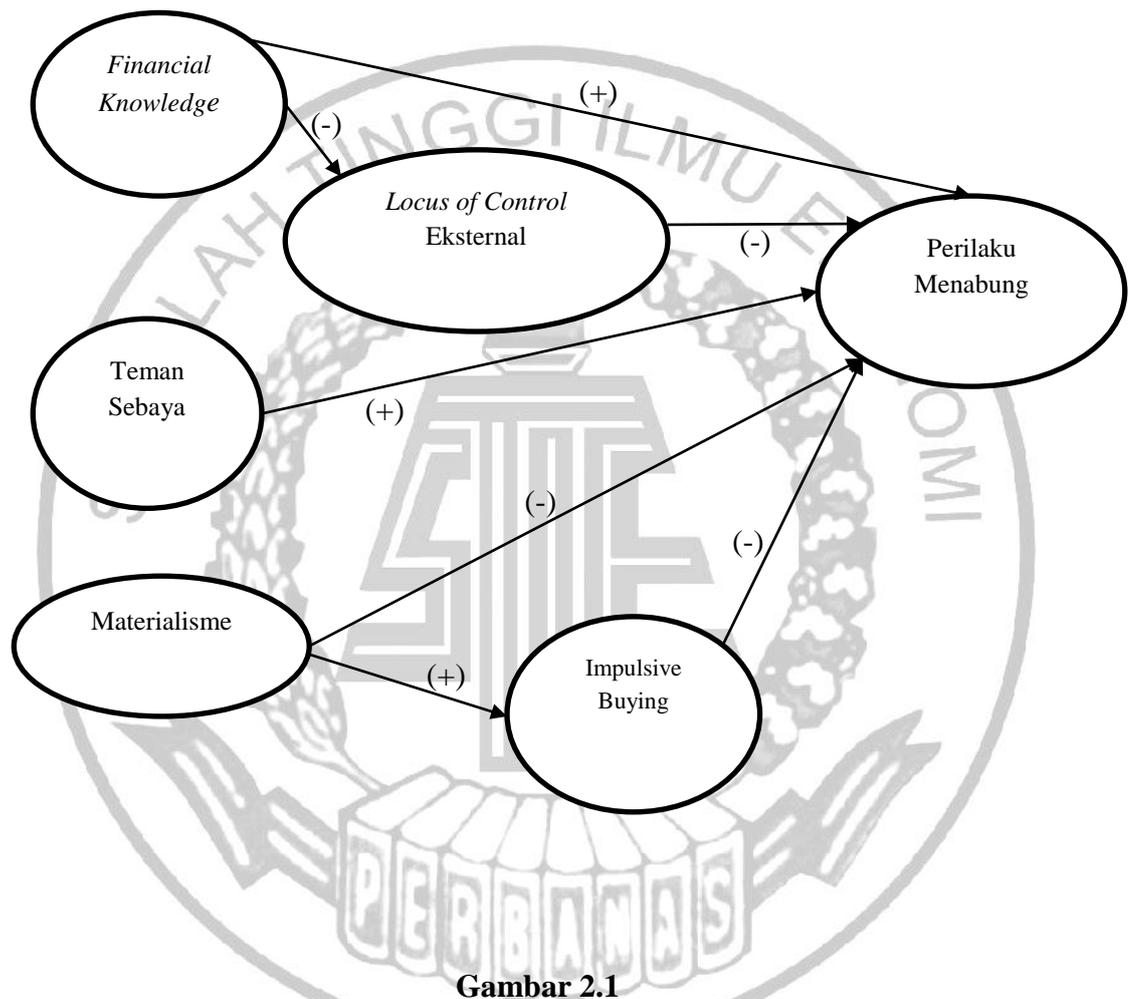
Impulsive Buying merupakan suatu kondisi yang terjadi ketika individu mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang tidak dapat dilawan. (Solomon&Rabolt, 2009).

Pete Nye dan Cinnamon Hillyard (2013) menyatakan bahwa dampak materialisme terhadap perilaku keuangan sebagian dimediasi oleh pembelian impulsif yang artinya seseorang atau konsumen yang sangat materialisme lebih cenderung untuk terlibat dalam pembelian impulsif dan tidak direncanakan terlebih dahulu. Untuk mendorong pembelian ini seseorang akan membuat finansial yang mendukung pembelian impulsif.

Orang yang melakukan pembelian impulsif cenderung menghabiskan uangnya begitu saja tanpa berfikir manfaat pada jangka panjang untuk pengelolaan keuangannya yang dimiliki. Pembelian impulsif juga berdampak pada perencanaan keuangan yang sudah dibuat tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Semakin tinggi tingkat materialisme dan pembelian impulsif seseorang maka perilaku menabung juga cenderung semakin buruk karena tidak adanya uang yang akan ditabung.

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dalam riset kolaborasi ini dapat digambarkan sebagai berikut:

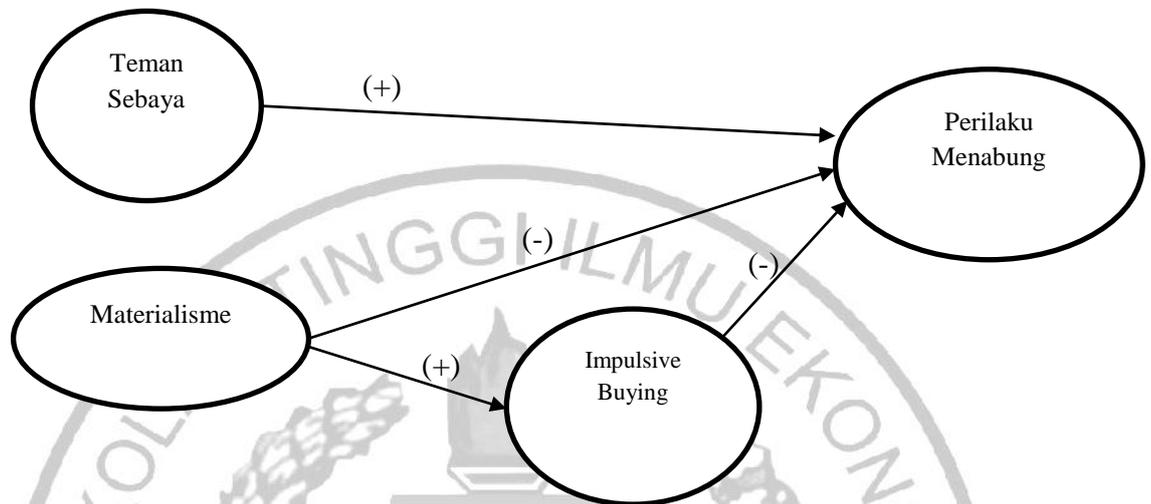


Gambar 2.1
Kerangka pemikiran penelitian kolaborasi

Sumber:

Umi Widyastuti, Usep Suhud dan Ati Sumiati (2016), Naila Al Kholila dan Rr. Iramani (2013), Nguyen Thi Ngoc Mien dan Tran Phuong Thao (2015), Chai Ming Thung, Chia YingKai, Fon g Sheng Nie, Lew Wan Chiun, Than Chang Sen (2012), Wulandari dan Luqman Hakim (2015), Pete Nye and Hillyard (2013)

Kerangka besar diatas, merupakan bagian dari penelitian kolaborasi dengan kerangka penelitian sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, dapat disusun hipotesis penelitian sebagai berikut:

H1 :Teman sebaya berpengaruh positif terhadap perilaku menabung generasi milenial.

H2 :Materialisme berpengaruh negatif terhadap perilaku menabung generasi milenial.

H3 :*Impulsive Buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi milenial.