

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Pembahasan yang dilakukan pada penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya. Berikut ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu antara lain :

1. Chen dan Volpe (2002)

Melakukan penelitian dengan judul “*Gender Differences in Personal Financial Literacy Among College Student*” mempunyai tujuan untuk menemukan perbedaan jenis kelamin terhadap literasi keuangan mahasiswa secara pribadi. Variabel yang digunakan adalah pengetahuan keuangan pribadi dan perbedaan jenis kelamin. Data tersebut diperoleh melalui survei komprehensif. Subyek yang dituju adalah beberapa mahasiswa perguruan tinggi di Amerika. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA.

Penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan pengetahuan keuangan pribadi ditemukan rata-rata perempuan memiliki pengetahuan keuangan yang lebih rendah daripada laki-laki.

Persamaan penelitian :

- a. Subyek penelitian adalah mahasiswa perguruan tinggi.
- b. Variabel yang digunakan sama, yaitu perbedaan jenis kelamin.

Perbedaan penelitian :

- a. Subyek penelitian adalah mahasiswa universitas di Amerika. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan mahasiswa bisnis di Surabaya.

- b. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknik analisis MRA (*Multiple Regression Analysis*).

2. Indah Imawati, Susilaningsih dan Elvia Ivada (2013)

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013” dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif remaja pada program IPS SMA Negeri 1 Surakarta tahun ajaran 2012/2013. Variabel yang digunakan adalah *financial literacy* sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Data diperoleh melalui tes soal pilihan ganda dengan materi empat aspek *financial literacy* dan data perilaku konsumtif berupa angket dengan tiga aspek perilaku konsumtif. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua siswa program IPS SMA Negeri 1 Surakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier. Penelitian ini menunjukkan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif remaja, yaitu ketika *financial literacy* meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.

Persamaan penelitian :

- a. Data yang digunakan sama-sama menggunakan data primer.
- b. Variabel yang digunakan sama, yaitu literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian :

- a. Subyek yang digunakan adalah siswa/i program IPS SMA Negeri 1 Surakarta. Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa bisnis di Surabaya.
- b. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi linier. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknis analisis MRA (*Multiple Regression Analysis*).

3. Bashar, Ahmad and Wasiq (2013)

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “*A Study of Influence of Demographic Factors on Consumer Impulse Buying Behavior*” dengan tujuan untuk menguji asosiasi variabel independen yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan terhadap perilaku konsumtif di daerah Delhi & NCR. Variabel yang digunakan adalah perilaku konsumtif, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan. Data yang digunakan merupakan data primer, dimana responden sebanyak 250 responden yang diambil secara acak di toko daerah Delhi & NCR. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan analisis korelasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif didaerah Delhi & NCR. Semakin tinggi pendidikan, pendapatan dan pekerjaan individu maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang dimilikinya. Sebaliknya, semakin rendah pendidikan, pendapatan dan pekerjaan individu maka semakin rendah pula perilaku konsumtif yang dimilikinya.

Sedangkan, usia hanya berpengaruh saja terhadap perilaku konsumtif dan jenis kelamin yang lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumtif adalah perempuan.

Persamaan penelitian :

- a. Data yang digunakan sama-sama menggunakan data primer.
- b. Variabel yang digunakan sama, yaitu jenis kelamin dan pekerjaan orang tua.

Perbedaan penelitian :

- a. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi dan analisis korelasi. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis MRA (*Multiple Regression Analysis*).
- b. Lokasi yang digunakan adalah di daerah Delhi & NCR. Sedangkan penelitian ini menggunakan lokasi di daerah Surabaya.

#### 4. Brougham, Jacobs-Lawson, Douglas and Trujillo (2010)

Penelitian yang dilakukan ini berjudul “*Who Pays Your Debt? An Important Question for Understanding Compulsive Buying among American College Students*” dengan tujuan untuk meneliti faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dan menjelaskan faktor apa yang membedakan pembayaran hutang mahasiswa tersebut. Variabel yang digunakan adalah perilaku konsumtif, pengetahuan keuangan dan kewajiban keuangan. Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa di Amerika Serikat. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA. Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa bervariasi, tergantung pada siapa yang menanggung kewajiban (diri sendiri, orang tua atau keduanya). Seorang

mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang tinggi dimungkinkan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi pula, dikarenakan pembayaran hutang yang dilakukan oleh orang tua. Sedangkan, dengan pengetahuan yang rendah dimungkinkan memiliki literasi keuangan yang rendah pula, dikarenakan pembayaran hutang yang dilakukan oleh diri sendiri.

Persamaan penelitian :

- a. Data yang digunakan sama-sama menggunakan data primer.
- b. Variabel yang digunakan sama, yaitu literasi keuangan dan perilaku konsumtif.

Perbedaan penelitian :

- a. Subyek yang digunakan adalah mahasiswa di Amerika Serikat Sedangkan penelitian ini menggunakan sampel mahasiswa bisnis di Surabaya.
- b. Teknik analisis yang digunakan adalah ANOVA. Sedangkan penelitian ini menggunakan teknis analisis MRA (*Multiple Regression Analysis*).

Ringkasan dari penelitian terdahulu serta persamaan dan perbedaannya dapat dilihat pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU**

Nama Peneliti	Chen dan Volpe (2002)	Indah Imawati, Susilaningih dan Elvia Ivada (2013)	Bashar, Ahmad and Wasiq (2013)	Brougham, Jacobs-Lawson, Douglas and Trujillo (2010)	Natasha Shanty Herawati (2014)
Tujuan	untuk menemukan perbedaan jenis kelamin terhadap literasi keuangan mahasiswa secara pribadi.	untuk mengetahui pengaruh <i>financial literacy</i> terhadap perilaku konsumtif remaja pada program IPS SMA Negeri 1 Surakarta tahun ajaran 2012/2013.	untuk menguji asosiasi variabel independen yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan terhadap perilaku konsumtif di daerah Delhi & NCR	untuk meneliti faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa dan menjelaskan faktor apa yang membedakan pembayaran hutang mahasiswa tersebut.	Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan faktor demografi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya.
Variabel Penelitian	pengetahuan keuangan pribadi dan perbedaan jenis kelamin.	<i>financial literacy</i> sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat.	perilaku konsumtif, jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan dan pekerjaan.	perilaku konsumtif, pengetahuan keuangan dan kewajiban keuangan	Literasi Keuangan, Faktor Demografi dan Perilaku Konsumtif
Sampel Penelitian	mahasiswa perguruan tinggi di Amerika	siswa program IPS SMA Negeri 1 Surakarta	Pembeli toko di daerah Delhi & NCR	mahasiswa di Amerika Serikat	Mahasiswa Bisnis di Surabaya
Teknik Analisis	ANOVA	analisis korelasi dan regresi linier	analisis regresi dan analisis korelasi.	ANOVA	<i>Multiple Regression Analysis</i>
Hasil Penelitian	Pengetahuan keuangan pribadi ditemukan rata-rata perempuan memiliki pengetahuan keuangan yang lebih rendah daripada laki-laki.	<i>Financial literacy</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif remaja, yaitu ketika <i>financial literacy</i> meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.	Faktor demografi yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif didaerah Delhi & NCR.	perilaku konsumtif mahasiswa bervariasi, tergantung pada siapa yang menanggung kewajiban (diri sendiri, orang tua atau keduanya).	Literasi Keuangan dan faktor demografi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya.

## **2.2 Landasan Teori**

Pada sub bab ini akan diuraikan teori-teori yang mendukung untuk digunakan sebagai dasar dalam menyusun kerangka penelitian maupun merumuskan hipotesis, yaitu sebagai berikut :

### **2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif diartikan sebuah perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011).

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Nugroho, 2003 : 3). Menurut Nugroho (2003 : 11) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

1. Faktor kebudayaan

Faktor ini meliputi kebudayaan, sub-budaya dan kelas sosial.

2. Faktor sosial

Faktor ini meliputi kelompok referensi, keluarga serta peran dan status.

3. Faktor pribadi

Faktor ini meliputi umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri.

#### 4. Faktor psikologis

Faktor ini meliputi motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan dan sikap.

Perilaku konsumtif juga diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut (Sumartono, 2002 : 117).

Menurut Sumartono (2002 : 119) indikator perilaku konsumtif, yaitu :

##### 1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

##### 2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihiasi dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.

##### 3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan.



4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk untuk menjaga simbol status.

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi, baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai produk karena mengidolakan model yang mengiklankan.

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.

7. Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

### 2.2.2 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan (Lusardi & Michell, 2007). Menurut Kiyosaki (2008) kecerdasan finansial atau literasi keuangan adalah bagian dari kecerdasan mental seseorang yang berhubungan dengan bagaimana mencari solusi masalah keuangan. Menurut Lusardi, Mitchell & Curto (2008) bahwa ada tiga hal yang memberikan pengaruh terhadap kemampuan *financial literacy*, yaitu :

1. Sosiodemographi, ada perbedaan kepahaman antara laki-laki dan perempuan. Laki-laki dianggap memiliki kemampuan *financial literacy* lebih tinggi daripada perempuan.
2. Latar belakang keluarga, pendidikan seorang ibu dalam sebuah keluarga berpengaruh kuat pada *financial literacy*, khususnya ibu yang merupakan lulusan dari perguruan tinggi.
3. Kelompok pertemanan (*peer group*), kelompok atau komunitas seseorang akan memengaruhi *financial literacy* seseorang, memengaruhi pola konsumsi dan penggunaan dari uang yang ada.

Literasi keuangan adalah pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*) (Lusardi & Mitchell, 2009). Literasi keuangan dipengaruhi oleh jenis kelamin dan situasi keluarga (Lusardi, Mitchell & Curto, 2010), usia, pengalaman dan etnis (Lusardi & Mitchell, 2007).

Menurut Chen and Volpe (2002), literasi keuangan memiliki 4 aspek utama, yaitu pengetahuan umum keuangan, tabungan, asuransi dan investasi yang sesuai dengan pengelolaan keuangan pribadi.

1. Aspek pengetahuan umum keuangan menurut Chen and Volpe (2002) menyatakan bahwa perempuan lebih rendah daripada laki-laki terkait literasi keuangan bentuk pengetahuan umum. Hal ini mengindikasikan bahwa pengetahuan keuangan yang kurang tinggi menyebabkan perempuan lebih rendah daripada laki-laki tentang pemahaman akan uang bahwa uang merupakan sumber daya yang terbatas sehingga perlu dikelola dengan cermat.
2. Aspek tabungan menurut Chen and Volpe (2002) menyatakan bahwa literasi keuangan bentuk tabungan untuk laki-laki secara signifikan berbeda dengan perempuan, artinya bahwa laki-laki memiliki tabungan yang cukup untuk konsumsi di masa mendatang serta untuk pensiun yang lebih baik daripada perempuan.
3. Aspek asuransi menurut Chen and Volpe (2002) menyatakan bahwa persiapan dana proteksi merupakan hal yang vital karena setiap orang memiliki kemungkinan untuk mengalami peristiwa yang tidak diharapkan. Selanjutnya, untuk perbedaan jenis kelamin, ditemukan bahwa laki-laki lebih tinggi literasi keuangannya untuk memahami bagaimana memilih instrumen asuransi yang tepat dan bagaimana mengaplikasikannya dengan tepat.
4. Aspek investasi menurut Chen and Volpe (2002) menyatakan bahwa laki-laki akan lebih berani berinvestasi di pasar modal daripada perempuan sebab penelitian yang berfokus pada pengetahuan dalam

bidang investasi menemukan bahwa laki-laki memiliki pengetahuan yang tinggi dibandingkan perempuan.

### **2.2.3 Pengertian Faktor Demografi**

Robb dan Sharpe (2009) mengatakan demografi sebagai suatu studi yang mempelajari karakteristik, sikap dan perilaku seseorang yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti jenis kelamin, status pendidikan dan pendapatan. Beberapa variabel demografi yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin dan pekerjaan orang tua.

### **2.2.4 Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif**

Menurut Brougham, Jacobs-Lawson, Douglas and Trujillo (2010) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa bervariasi, tergantung pada siapa yang menanggung kewajiban (diri sendiri, orang tua atau keduanya). Seorang mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang tinggi dimungkinkan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi pula, dikarenakan pembayaran hutang yang dilakukan oleh orang tua. Sedangkan, dengan pengetahuan yang rendah dimungkinkan memiliki literasi keuangan yang rendah pula, dikarenakan pembayaran hutang yang dilakukan oleh diri sendiri.

### **2.2.5 Pengaruh faktor demografi terhadap perilaku konsumtif**

Bashar, Ahmad and Wasiq (2013) menyatakan bahwa faktor demografi yang meliputi jenis kelamin dan pekerjaan orang tua berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

### 1. Jenis kelamin

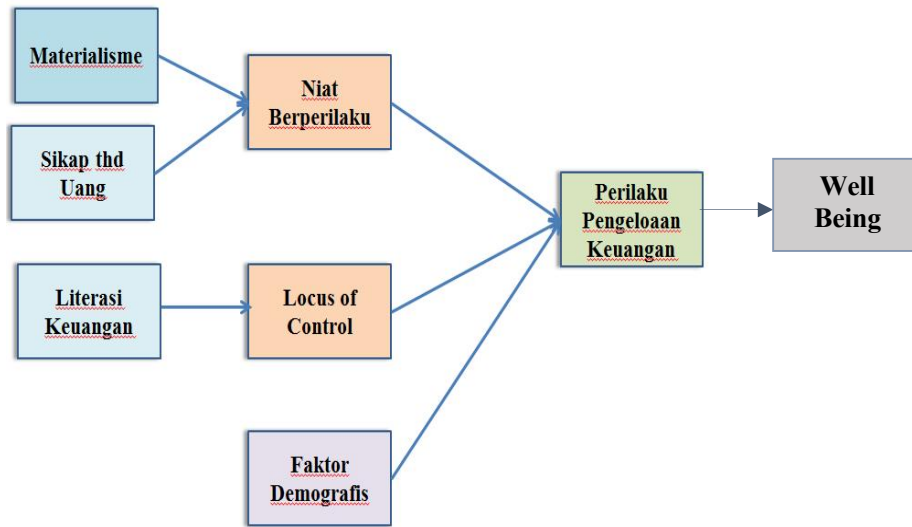
Bashar, Ahmad and Wasiq (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa jenis kelamin berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Perempuan memiliki perilaku konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki, dimana ketika melakukan pembelian perempuan lebih sering didasarkan pada keinginan dan kehidupan sosial, sedangkan laki-laki didasarkan pada kebutuhan pribadi.

### 2. Pekerjaan orang tua

Bashar, Ahmad and Wasiq (2013) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pekerjaan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Wiraswasta merupakan pekerjaan yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif daripada kategori yang lain, seperti pegawai negeri dan swasta.

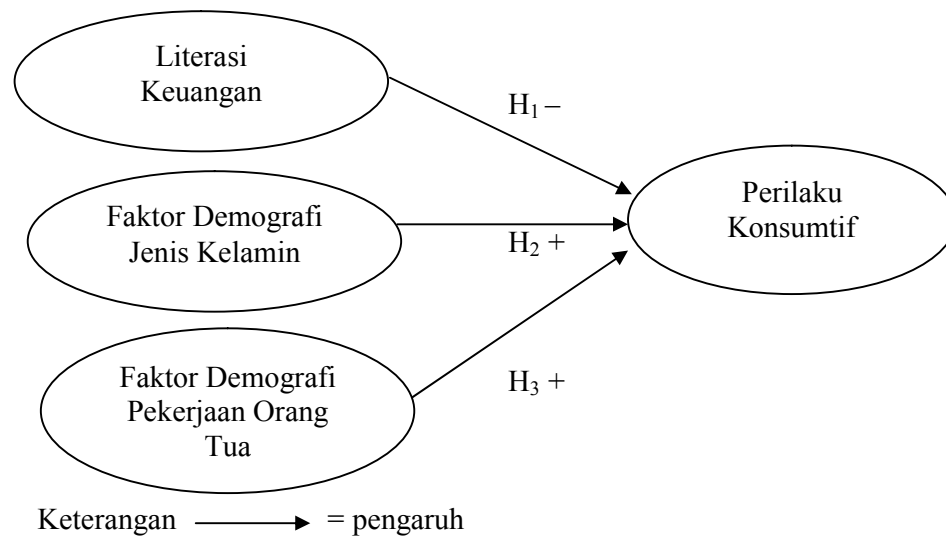
## 2.3 **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka dapat dibuat kerangka pemikiran guna mempermudah peneliti dalam menemukan jawaban dari kerangka tersebut. Kerangka teoretis adalah suatu model yang menerangkan bagaimana hubungan suatu teori dengan faktor-faktor penting yang telah diketahui dalam suatu masalah tertentu (Mudrajat, 2013: 45). Kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini merupakan sebagian kecil dalam penelitian kolaborasi antara dosen dan mahasiswa, dengan kerangka kolaborasi seperti di bawah ini.



**Gambar 2.1**  
**KERANGKA KOLABORASI**

Sesuai dengan kerangka besar di atas, penelitian ini merupakan bagian dari penelitian kolaborasi dengan kerangka pemikiran sebagai berikut.



**Gambar 2.2**  
**KERANGKA PEMIKIRAN**

#### 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian empiris dan kajian teori diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian ini sebagai berikut.

- H<sub>1</sub> : Literasi keuangan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya.
- H<sub>2</sub> : Faktor demografi jenis kelamin perempuan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya.
- H<sub>3</sub> : Faktor demografi pekerjaan orang tua wiraswasta berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa bisnis di Surabaya.