

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAM HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini disajikan tinjauan Pustaka yang melandasi kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis. Penulisan ini disajikan sebagai berikut, yang pertama yaitu tinjauan Pustaka guna memaparkan konsep dasar atau variabel yang diteliti, yang kedua yaitu penelitian terdahulu, selanjutnya membahas mengenai kerangka pemikiran yang menjelaskan tentang model serta hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, setelah itu diakhiri dengan hipotesis yang diajukan.

2.1. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan membeli barang atau jasa yang sedang diperlukan. Kebutuhan merupakan fundamental yang mendasari perilaku konsumen. Tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan merupakan pengertian perilaku konsumen (Mangkunegara, 2019). Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (Mowen & Minor, 2002). Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (1995) dalam (Suryani, 2008) mengatakan perilaku konsumen mencakup pemahaman terhadap tindakan yang langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan,

mengonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut.

Sejalan dengan pemikiran sebelumnya Sumarwan (2014) mengartikan perilaku konsumen merupakan semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa atau kegiatan mengevaluasi. Menurut Sunyoto (2014) perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunaan barangbarang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Definisi perilaku konsumen menurut Peter dan Olson (1999) membagi menjadi tiga bagian, yaitu (1) perilaku konsumen adalah dinamis, artinya seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu; (2) perilaku konsumen melibatkan interaksi adalah keterlibatan interaksi antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian di sekitar; dan (3) perilaku konsumen melibatkan pertukaran diantara individu.

Stanton (1981) dalam Mangkunegara (2019) menyatakan “*sociocultural and psychological force which influence consumers' buying behavior*”, artinya sosial budaya dan psikologi kekuatan yang menyebabkan perilaku konsumen membeli. Kekuatan sosial budaya meliputi faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (*small reference groups*) dan keluarga. Kekuatan psikologi meliputi pengalaman belajar, kepribadian, sikap, dan keyakinan, gambaran diri (*self-concept*).

1) Kekuatan Sosial Budaya, meliputi:

- a. Faktor Budaya Budaya, dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupan sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.
- b. Faktor Kelas Sosial, didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam Masyarakat.
- c. Faktor Kelompok Anutan (*Small Reference Groups*), didefinisikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Kelompok anutan merupakan kumpulan keluarga, kelompok, atau organisasi tertentu. Contoh dari kelompok anutan antara lain perhimpunan artis, atlet, kelompok pemuda, kelompok mesjid, dan organisasi kecil lainnya.
- d. Faktor Keluarga, dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli. Keluarga dapat berbentuk keluarga inti yang terdiri dari tokoh ayah, ibu, anak, kakek, dan nenek serta warga keturunannya.

2) Kekuatan Psikologi, meliputi:

- a. Faktor Pengalaman Belajar, dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.
- b. Faktor Kepribadian, dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang terdapat pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal (motif, IQ, emosi, cara berpikir, persepsi) dan faktor eksternal (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alam. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.
- c. Faktor Sikap dan Keyakinan Sikap, dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakannya cenderung ke arah berbagai objek atau ide. Sikap dapat diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan dan sebaliknya, keyakinan dapat menentukan sikap. Sikap dan keyakinan dalam hubungannya dengan perilaku konsumen berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek, dan pelayanan.
- d. Konsep Diri atau *Self-Concept*, dapat didefinisikan sebagai cara untuk melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang yang ada dalam pikiran. Para ahli psikologi membedakan konsep diri

yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata adalah melihat diri sendiri dengan sebenarnya. Konsep diri ideal adalah melihat diri sendiri melalui apa yang diinginkan.

Teori perilaku konsumen yang telah dipaparkan relevan untuk dijadikan *grand theory* pada penelitian ini untuk menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa Ekonomi Pembangunan angkatan 2021, 2022, dan 2023. Faktor kepribadian yang merupakan faktor psikologis mewakili gaya hidup, modernitas dan pendapatan Faktor-faktor ini dapat menjadi acuan siswa untuk mengurangi timbulnya perilaku konsumtif.

2.1.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Rahmawati & Mirati (2022) perilaku konsumtif adalah perilaku berlebihan dan tidak terkontrol dalam membeli suatu barang. Konsumtif adalah kegiatan yang tidak akan terlepas dari kehidupan Masyarakat sehari-hari (Rohim & Priyatni, 2021). Sedangkan menurut Sumartono dalam Oktafikasari & Mahmud (2017:685) perilaku konsumtif adalah suatu Tindakan memakai produk yang tidak tuntas, membeli barang karena hadiah, membeli produk karena banyak orang yang memakai produk tersebut. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengkonsumtif atau membeli barang-barang yang sesungguhnya tidak diperlukan atau kurang diperlukan secara berlebihan dan juga tidak berdasarkan dengan pertimbangan yang berdasarkan logika dimana seseorang lebih mementingkan keinginan dibandingkan kebutuhan (Purwanto,2019).

Perilaku konsumtif ini lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Orang yang memiliki perilaku konsumtif selalu merasa ingin memiliki barang yang tidak begitu diperlukan hanya demi mencapai kepuasan tersendiri. Contoh dari perilaku konsumtif ini yaitu seseorang membeli baju karena mengikuti gaya dan ingin terlihat trend. Perilaku konsumtif ini memiliki dampak negative seperti pemborosan uang yang menyebabkan ketidakstabilan finansial, membuat diri menjadi hedonis serta melakukan segala cara untuk memenuhi keinginan, dan mengakibatkan pengumpulan barang karena pembelian yang dilakukan secara berlebihan atau berkepanjangan.

2.1.1.2 Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam Kanserina (2015:2-3) indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah;
2. Membeli produk karena kemasannya yang menarik;
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi;
4. Membeli produk atas pertimbangan harga bukan atas dasar manfaat dan kegunaanya;
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status;
6. Membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan;
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi; dan
8. Mencoba lebih dari dua produk yang sejenis (beda merk).

2.1.1.3 Perilaku Konsumtif Generasi Z

Generasi z lahir di zaman dengan kemudahan akses teknologi di era saat ini. Generasi z merupakan generasi yang terkenal dengan sebutan generasi internet, karena mereka lebih sering menggunakan internet dan media sosial. Generasi z yaitu kelahiran antara tahun 1995 hingga 2010 yang termasuk dalam kategori usia remaja. Generasi z menggunakan internet bukan untuk berkomunikasi secara *online* tetapi juga dapat melakukan transaksi belanja secara *online* (Fungky, Sari & Sanjaya, 2021). Generasi z merupakan generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja dan masih ketergantungan finansial terhadap orang tuanya, sering kali berpendapatan cukup namun masih mengalami permasalahan dalam menggunakan uang dan waktu yang dipengaruhi oleh perilaku konsumtif. Kosyu(2014) menyatakan bahwa perilaku konsumtif generasi z dapat mengakibatkan berbelanja secara berlebihan tanpa memikirkan pendapatan yang diperoleh atau pengeluaran untuk berbelanja lebih besar dari pendapatan. Generasi z yang sering tidak bisa mengendalikan diri untuk tidak membeli barang, walaupun barang-barang tersebut sudah dimiliki. Hal ini sejalan dengan penelitian Pratiwi (2017) yang mengungkapkan bahwa salah satu karakteristik generasi z yaitu mudah terbuju rayuan iklan, tidak berfikir rasional, dan mudah terpengaruh. Selain itu generasi z memiliki prinsip YOLO (*You Only Live Once*) yaitu menikmati hidup saat ini tanpa mengkhawatirkan hidup yang akan datang (Pan and Zhang 2021). Dari pernyataan diatas mengakibatkan generasi z mengikuti perkembangan zaman dengan gaya hidup yang hedonism dan berperilaku konsumtif.

2.1.1.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif merupakan kebiasaan yang terdapat dalam diri manusia. Perilaku Konsumtif terjadi pada setiap kalangan terutama pada remaja. Perilaku konsumtif terjadi karena faktor-faktor yang telah mempengaruhi. Menurut Sciffman dan Kanuk (2002) dalam Nitisusastro (2013), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah:

1) Faktor Internal

- a) Persepsi, merupakan proses seorang individu dalam menyeleksi, mengorganisasi dan menerjemahkan stimulasi menjadi sebuah arti yang koheren dengan semua kejadian dunia.
- b) Kepribadian, merupakan sikap seseorang yang konsisten, berkelanjutan, dan mencerminkan perbedaan seseorang dari oranglain.
- c) Pembelajaran, merupakan proses untuk mendapatkan pengetahuan dan pengalaman yang hasilnya akan memberikan bekal untuk bertindak dimasa yang akan datang jika menghadapi situasi yang sama.
- d) Motivasi, merupakan dorongan dalam diri individu seseorang dan memaksa untuk berbuat. Tekanan tersebut timbul akibat dari suatu kebutuhan yang tidak terpenuhi.
- e) Sikap, merupakan suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka ketika diharapkan kepada satu situasi.

2) Faktor Eksternal

- a) Budaya, merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsur-unsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas, dan ciri-ciri lainnya.
- b) Demografi, merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah kependudukan, dengan spektrum dan dimensi yang luas. Spektrum tersebut meliputi gender, tingkat usia, latar belakang pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, sebaran penduduk, gaya, dan sub-sub spektrum yang merupakan derivasinya.
- c) Status sosial, merupakan satu rangkaian tingkatan posisi sosial, tiap anggota dari tingkatan menempati posisi masing-masing, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan.
- d) Referensi kelompok, merupakan sumber acuan, atau rujukan, atau petunjuk. Referensi kelompok merupakan seorang figur atau satu kelompok orang tertentu dalam masyarakat yang dijadikan acuan atau rujukan oleh seorang atau lebih anggota masyarakat dalam membentuk pandangan tentang nilai sikap atau sebagai pedoman dalam berperilaku yang memiliki ciri-ciri khusus.
- e) Keluarga, terdiri dari seorang suami, seorang istri dan satu atau dua orang anak. Memiliki komposisi tersebut, maka perilaku anggota keluarga sangat dipengaruhi oleh pimpinan keluarga atau suami atau ayah.

2.1.2 Gaya Hidup

2.1.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Kotler (2001) gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan gaya hidup menurut Sunarto (2009) adalah bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan *Activities* (aktivitas), *Interest* (minat), dan *Opinion* (opini).

Dari beberapa definisi diatas bisa disimpulkan gaya hidup menggambarkan bagaimana perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka menggunakan uang dan memanfaatkan waktu. Gaya hidup seseorang dapat berubah, akan tetapi perubahan bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut oleh konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan.

2.1.2.2 Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto dalam Silvy(2009) indikator gaya hidup adalah:

1. *Activities* (kegiatan) yaitu mengungkapkan apa yang dikerjakan, produk apa yang dibeli, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
2. *Interest* (minat) yaitu mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen.
3. *Opinion* (opini) yaitu berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, ekonomi dan sosial. Opini ini digunakan

untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa dating dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.1.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Kotler (1997:144) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor internal diantaranya sebagai berikut:

- a. Sikap, berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikiran yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.
- b. Pengalaman dan pengamatan, pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- c. Kepribadian, adalah karakter individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- d. Konsep diri, yaitu bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.

- e. Motif, karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.
- f. Persepsi, adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Adapun faktor eksternal diantaranya:

- a. kelompok referensi, adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.
- b. keluarga, memegang peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.
- c. Kelas sosial, adalah sekelompok yang relatif bertahan lam dalam sebuah Masyarakat.
- d. Kebudayaan, meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasan yang diperoleh individu sebagai anggota Masyarakat.

2.1.3 Modernitas

2.1.3.1 Pengertian Modernitas

Istilah modernitas berasal dari kata modern, yang merupakan sikap dan cara berpikir serta cara bertindak sesuai tuntutan zaman. Modernitas terjadi akibat

dampak dari globalisasi yang semakin menyeluruh. Modernitas membuat generasi z pada mahasiswa memahami mengenai belanja *online*, teknologi, dan sistem yang semakin canggih. Kartasasmita dalam Maharani (2018) berpendapat bahwa modernitas berakar pada rasionalitas yang tinggi, sebab Masyarakat lebih objektif, efektif, dan efisiensi dalam kegiatan-kegiatannya. Modernitas tidak hanya soal waktu melainkan tentang pembaharuan, artinya sealain seseorang menjadi kekinian sebagai basis kesadarannya, seseorang juga harus mempunyai pola pembaruan dalam kehidupan (Fathurrohman, 2017).

Menurut Fiqriyah,dkk(2016) menjelaskan bahwa tingkat modernitas yang tinggi akan menimbulkan rasionalitas perilaku konsumtif yang tinggi. Seseorang yang memiliki sifat modernitas, sebelum mengambil keputusan akan memikirkan dengan matang bahwa segala sesuatu dilihat dari sudut pandang fungsi dan kegunaan serta berfikir untuk masa depan. Semakin berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta mudahnya mencari informasi, diharapkan dapat membantu seseorang dalam membandingkan berbagai hal dari barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan, sehingga dapat membuat keputusan secara rasional dalam membeli barang.

2.1.3.2 Indikator Modernitas

Menurut Inkeless dan David Smith dalam Rahayu et al. (2017:5) bahwa indicator modernitas yaitu:

1. Individu modern harus mempunyai keterbukaan terhadap hal yang sifatnya baru.

2. Individu modern harus siap menerima perubahan sosial.
3. Harus mempunyai perencanaan yang jelas.
4. Harus mempunyai keyakinan bahwa lingkungannya harus dapat diperhatikan.
5. Mempunyai partisipasi yang tinggi dan percaya bahwa Pendidikan adalah kebutuhan.
6. Bersifat optimis dan tidak cepat menyerah.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Modernitas

Menurut (Sztompka et al., 2014) Ciri-ciri modernitas adalah sebagai berikut:

1. Individualisme Bahwa yang memegang peran sentral dalam masyarakat adalah individu, bukan komunitas, suku, kelompok, atau bangsa. Individu bebas menentukan dan bertanggung jawab sendiri atas kesuksesan maupun kegagalan tindakannya sendiri.
2. Diferensiasi Terjadi di bidang konsumsi yakni munculnya berbagai pilihan peluang hidup yang dihadapi setiap konsumen potensial.
3. Rasionalitas Artinya berperhitungan manajemen efisien atau rasional dianggap sebagai ciri utama modernitas.
4. Ekonomisme, seluruh aspek kehidupan sosial didominasi oleh aktivitas ekonomi, tujuan ekonomi, kriteria ekonomi, dan prestasi ekonomi.
5. Perkembangan Modernitas cenderung memperluas jangkauannya terutama ruangnya dan inilah yang dimaksud proses globalisasi.

2.1.4 Pendapatan

2.1.4.1 Pengertian Pendapatan

Samuelson (2002) dalam Nurlaila (2017:1) mengatakan pendapatan adalah suatu penerimaan bagi seseorang atau kelompok dari hasil sumbangan, baik tenaga dan pikiran yang dicurahkan sehingga akan memperoleh balas jasa. Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada kegiatan ekonomi. Pendapatan pribadi bisa diartikan sebagai semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun, yang diterima oleh penduduk suatu negara (Sukirno, 2003:49).

Pendapatan juga diartikan dengan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau dikonsumsi penerimanya. Pendapatan ini merupakan hak mutlak bagi penerimanya (Prasetyo,2011:29). Teori Milton Friedman dalam Mankiw (2003) bahwa pendapatan dapat digolongkan menjadi dua, yaitu pendapatan permanen dan pendapatan sementara. Pendapatan permanen dapat diartikan pendapatan yang selalu diterima pada periode tertentu dan dapat diperkirakan sebelumnya, contohnya pendapatan, upah, dan gaji. Pendapatan sementara yaitu pendapatan yang tidak bisa diperkirakan sebelumnya.

2.1.4.2 Indikator Pendapatan

Adapun indikator pendapatan menurut (Bramastuti 2009,48) dalam (Satiti 2014) yaitu:

1. Penghasilan yang diterima.

2. Pekerjaan.
3. Anggaran biaya sekolah.
4. Beban keluarga yang ditanggung.

2.1.4.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Wahyono (2017) faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang terdiri dari :

- a. Modal, Besarnya keuntungan dan besarnya biaya retribusi.
- b. Jam kerja, kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan.
- c. Lama usaha, adalah lamanya seseorang menekuni usaha yang dijalankan.
- d. Lokasi usaha.

2.2 Penelitian Terdahulu

Pada tabel 2.1 akan diuraikan mengenai penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung terhadap penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel x dengan variabel y yang telah diuji pada penelitian sebelumnya dan dapat mendukung penelitian yang akan dilaksanakan.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Penulis, Tahun, dan Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Sherlyna Cahyaningtyas, Moh Gufron (2023) Pengaruh Modernitas dan Gaya hidup terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Pendapatan Orang tua	Hasil pengujian menunjukkan nilai - ada pengaruh signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. - ada pengaruh yang signifikan pendapatan orang tua terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Vol. 2, Nomor. 2, Tahun 2023.
2	Farah Variesta, dan Bambang Waluyo (2023) Pengaruh <i>E-Commerce</i> , Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif	Independen: - Gaya hidup - Pendapatan Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: <i>E-Commerce</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara <i>E-Commerce</i> , Pendapatan, dan Gaya Hidup terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Politeknik Negeri Jakarta Vol. 3, Nomor. 3, Tahun 2023.
3	Falena Ika Prasinta, Gendro Wiyono, Alfiatul Maulida. (2023) Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di kalangan Generasi Z	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: - Literasi Keuangan - Kontrol Diri	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Literasi Keuangan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. Vol.5, No. 6, Tahun 2023.
4	Fitri W, Dewi K.W, Feri S (2021) Pengaruh Pendidikan	Independen: Gaya Hidup Dependen:	Independen: - Pendidikan Ekonomi dalam Keluarga	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Pendidikan ekonomi dalam keluarga, literasi keuangan dan gaya	Jurnal Universitas Sebelas Maret Vol. 7, No. 2 Tahun 2021.

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Ekonomi dalam Keluarga, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Perilaku Konsumtif	- Literasi keuangan	hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. - Pendidikan ekonomi dalam keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. - Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. - Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.	
5	Yayang S.S.T dan Imam Mukhlis (2022) Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independent: Literasi Keuangan - Demografi <i>e-payment</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan: - gaya hidup (X1), demografi (X3), dan penggunaan e-payment (X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Literasi keuangan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Univesitas Udayana Vol. 11, No. 07, Tahun 2022
6	Muh. Nur Fani dan Imam S 2022 Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Media Sosial	Hasil penelitian ini menunjukkan: Terdapat pengaruh positif signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif sebesar $0,000 < 0,05$.	Jurnal Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Vol. 8, No. 2 (2022), E-ISSN 2774 -3705, P-ISSN : 2442 – 9503.
7	Viola, Aswin, Cahyani Pratisti (2023) Pengaruh Media Sosial dan Gaya	Independen: Gaya Hidup Dependen:	Independen: Media Sosial	Hasil penelitian ini menunjukkan: Adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial	Jurnal Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya 2023

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Pembelian Kosmetik Madame Gie	Perilaku Konsumtif		terhadap perilaku konsumtif.	ISSN: 2598-0256, E-ISSN: 2598-0238.
8	Sri Dita Ayu, Maria Agatha (2023) Pengaruh Media Sosial Instagram dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Media Sosial Instagram	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Media Sosial Instagram berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sig. $0,071 > 0,05$ - gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$	Jurnal Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Vol. 2. No. 8. Tahun 2023.
9	Ivo S.A, Nining (2019) Pengaruh Literasi Ekonomi dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Independen: Modernitas Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Literasi Ekonomi	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Literasi Ekonomi dan Modernitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yaitu $0,001 < 0,05$.	Jurnal Universitas Negeri Medan Vol. 8, No. 2 (2019), p-ISSN : 2301-7775, e-ISSN : 2579 – 8014.
10	Risnawati, Sri umi M, Cipto W (2018) Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	Independen: Gaya Hidup Modernitas Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Pendidikan Ekonomi Keluarga - Literasi Ekonomi	Hasil penelitian ini menunjukkan: - pendidikan ekonomi keluarga berpengaruh signifikan, - gaya hidup, modernitas individu berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa.	Jurnal Universitas Negeri Malang Vol. 3, No. 4 Tahun 2018
11	Tri Widiastuti, Nuria Universari, Irene Nathalia (2023)	Independen: Gaya Hidup Dependen:	Independen: Literasi Keuangan	Hasil penelitian ini menunjukkan:	Jurnal Universitas Semarang

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Analisis Gaya Hidup sebagai Variabel Mediasi pada Perilaku Konsumtif Belanja Online	Perilaku Konsumtif		literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif signifikan	Vol. 21, No. 4, Tahun 2023.
12	Yusuf Rakhman, Kartika Pertiwi. (2023) Literasi Keuangan, Penggunaan e-money, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Literasi Keuangan - Penggunaan e-money - Kontrol Diri	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Literasi keuangan dan Kontrol Diri berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif. - E-money dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Pembangunan Nasional. Vol. 5 No. 1. Tahun 2023.
13	Asep Kurniawan, Sri Mulyati, Lita Tri Buana. (2022) Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif.	Independen: Gaya Hidup Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: Literasi Keuangan - Penggunaan e-money - Kontrol Diri, - Konformitas Hedonis, - Lingkungan Teman Sebaya	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Literasi Keuangan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Kontrol diri berpengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Konformitas Hedonis berpengaruh positif tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. - Penggunaan e-money dan Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sutaatmadja. Vol. 4, No. 2, Tahun 2022.
14	Febriana Hidayanti, Naelati Tubastuvi, Wida Purwidiyanti, hermin Endratno. (2023)	Independen: Gaya Hidup	Independen: Literasi Keuangan Pengendalian Diri	Hasil penelitian ini menunjukkan: - Literasi keuangan dan Pengendalian Diri tidak berpengaruh	Jurnal Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Vol.7. No.1. Tahun 2023

(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Pengendalian Diri, dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Siswa	Dependen: Perilaku Konsumtif	Konformitas Teman Sebaya	signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. - Gaya Hidup dan Konformitas Teman Sebaya berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.	
15	Marisyah Dwi Ambarsari, Nadia Asandimitra. (2023) Pengaruh <i>Financial Literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money</i> terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-pop	Independen: <i>Lifestyle</i> (Gaya Hidup) Dependen: Perilaku Konsumtif	Independen: <i>Financial Literacy</i> Konformitas <i>money attitude e-money</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan: - <i>Financial Literacy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. - <i>lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.	Jurnal Universitas Negeri Surabaya Vol. 11. No.3. Tahun 2023

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir ini bertujuan untuk mempermudah penulis dalam menjelaskan hubungan Gaya Hidup, Modernitas, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.

2.4 Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumtif Generasi Z

Menurut Kotler (2009) gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan gaya hidup menurut Sunarto (2009) adalah bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka

mengalokasikan waktu mereka. Gaya hidup dengan perilaku konsumtif generasi z memiliki hubungan positif. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Maria Ulfah (2022), yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dalam arti semakin mewah dan hedonis gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sebaliknya jika semakin menurun kemewahan dan hedonis gaya hidup seseorang maka perilaku konsumtifnya juga menurun.

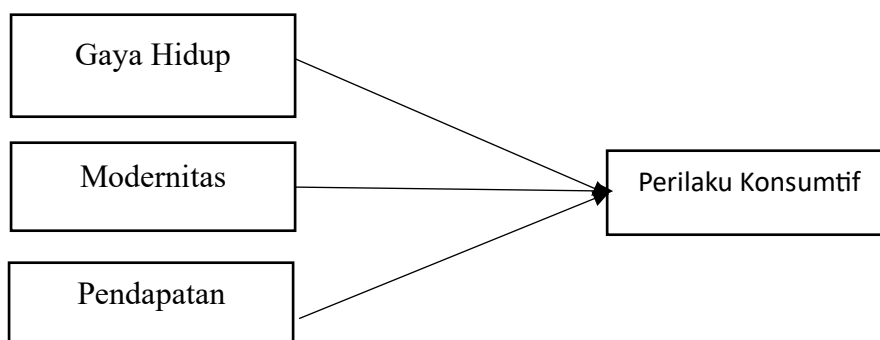
2.5 Hubungan Modernitas dengan Perilaku Konsumtif Generasi Z

Menurut Ciptasari Andayani, dan Yudioni(2017) mengatakan mengenai modernitas yaitu tingginya sikap modernitas individu maka akan berpengaruh terhadap perilaku konsumtifnya. Perkembangan segala macam kebutuhan yang ada membuat individu harus mengkonsumsi lebih banyak apabila individu tersebut menjadi seseorang yang modern. Hal ini bisa dilihat ada banyak macam-macam *trend fashion* yang saat ini diminati oleh Masyarakat terutama oleh remaja. Hal ini diperkuat dalam penelitian Maria, dkk(2022) terdapat pengaruh positif dan signifikan modernitas terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini modernitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat Ketika generasi z pada mahasiswa lebih mengutamakan akal pikiran di bandingkan dengan pendapat emosionalnya.

2.6 Hubungan Pendapatan dengan Perilaku Konsumtif Generasi Z

Pendapatan adalah penerimaan uang tunai yang diperoleh selama jangka waktu tertentu, baik dari hasil penjualan barang maupun jasa atau piutang, uang

saku, ataupun dari sumber-sumber lain. Pendapatan juga diartikan dengan yang diterima oleh seseorang yang sudah siap untuk dibelanjakan atau dikonsumsi oleh penerimanya. Pendapatan ini merupakan hak mutlak bagi penerimanya (Prasetyo,2011:29). Pendapatan dengan perilaku konsumtif generasi z memiliki hubungan positif. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan Sinta, dkk (2022) yang menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam arti generasi z tidak terlalu memperhatikan pendapatannya. Hal ini disebabkan perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan saja melainkan ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi.



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.7 Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka pemikiran yang telah dibahas sebelumnya, maka ditarik hipotesis sebagai berikut:

1. Diduga secara parsial gaya hidup, modernitas, dan pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi z.

2. Diduga secara bersama-sama gaya hidup, modernitas dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z.