

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Pustaka

1. Generasi Z

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) generasi didefinisikan sebagai orang – orang yang hidup di dalam jangka waktu yang sama.¹⁴ Menurut BPS dari awal keberadaannya hingga saat ini generasi di kelompokkan menjadi enam generasi, yaitu:¹⁵

Tabel 2. 1 Klasifikasi Generasi

<i>Pre Boomer</i>	Penduduk yang lahir sebelum tahun 1945
<i>Boomer</i>	Penduduk yang lahir tahun 1946-1964
<i>Gen X</i>	Penduduk yang lahir tahun 1965-1980
<i>Milenial</i>	Penduduk yang lahir tahun 1981-1996
<i>Gen Z</i>	Penduduk yang lahir tahun 1997-2012
<i>Post Gen Z/Alpha</i>	Penduduk yang lahir tahun 2013 dst

Sumber: BPS Kota Tasikmalaya, 2024

Dalam penelitian ini, peneliti lebih berfokus pada Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 sampai dengan 2012.¹⁶ Bhakti dan Safitri menemukan bahwa Generasi Z mempunyai karakter yang unik dan berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Bahkan dengan generasi milenial yang merupakan angkatan sebelumnya

¹⁴ “Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),” *kbbi.web.id*, <https://kbbi.web.id/generasi>, diakses tanggal 2 Januari 2024.

¹⁵ Badan Pusat Statistika, “Jumlah Penduduk menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin,” 2020, <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>, diakses tanggal 20 Februari 2024.

¹⁶ Diyan Nur Rakhmah, “Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?,” *pskp.kemendikbud.co.id*, 2021, <https://pskp.kemendikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>, diakses tanggal 2 Januari 2024.

pun sangat berbeda signifikan dengan Generasi Z. Generasi ini cenderung suka bekerja sama dalam melaksanakan pekerjaan, fleksibel, paham terhadap tantangan serta dimotivasi oleh pencapaian, dan suka menelaah metode yang baru dalam menuntaskan sesuatu permasalahan.¹⁷

Menurut Akhmad Sudrajat, Generasi Z memiliki karakteristik perilaku dan kepribadian yang berbeda dari generasi sebelumnya. Beberapa karakteristik umum Generasi Z diantaranya, yaitu:¹⁸

1) Fasih Teknologi

Generasi Z adalah generasi yang disebut dengan “Generasi Digital”, karena begitu mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer atau laptop. Generasi Z juga dapat mengakses berbagai informasi secara mudah dan cepat demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.

2) Sosial

Generasi Z, memiliki kecenderungan berkomunikasi lebih lama dan berinteraksi lebih banyak dengan orang diberbagai kalangan. Seperti dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring social seperti: *Facebook, Twitter, WhatsApp, Instagram* dan

¹⁷ Caraka Putra Bhakti dan Nindiya Eka Safitri, “Peran Bimbingan Dan Konseling Untuk Menghadapi Generasi Z Dalam Perspektif Bimbingan Dan Konseling Perkembangan,” *Jurnal Konseling Gusjigang*, 2017, Vol. 3, No. 1, hlm. 107.

¹⁸ Akhmad Sudrajat, “Generasi Z dan Implikasinya terhadap Pendidikan”, <https://akhmad-sudrajat.wordpress.com/2012/10/05/generasi-z-dan-implikasinya-terhadap-pendidikan/>, diakses tanggal 2 Januari 2024.

lainnya. Melalui media ini mereka dapat mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya secara spontan. Generasi Z ini juga cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

3) *Multitasking*

Generasi Z ini terbiasa dengan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Generasi Z juga menginginkan segala sesuatu itu dapat dilakukan dengan serba cepat, dan tidak menyukai hal-hal yang lambat atau bertele-tele.

2. Perilaku Konsumtif

a. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang terus meningkat demi mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih bagus dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, *prestige*, kekayaan dan keistimewaan, juga untuk mendapatkan kepuasan akan kepemilikan.¹⁹ Adapun menurut Regina dkk perilaku konsumtif merupakan kecenderungan manusia untuk melakukan

¹⁹ Nurita Dewi, Rusdarti Rusdarti, dan St. Sunarto, "Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Journal of Economic Education*, Vol. 6, No.1, 2017, hlm. 30.

konsumsi tiada batas, membeli sesuatu yang berlebihan atau secara tidak terencana.²⁰

Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai perilaku konsumen yang tidak pernah puas dengan kesenangannya sendiri dan tidak mempertimbangkan fungsi atau kebutuhannya.²¹ Sedangkan Berliana dan Dwi mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan, serta tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional karena lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.²²

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku seorang individu yang mengkonsumsi sesuatu didasarkan oleh keinginan semata daripada kebutuhan dengan tujuan hanya untuk mencari kesenangan dan memuaskan diri sendiri.

b. Faktor – Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler dalam penelitian Remond dkk menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, dan status sosial ekonomi.

²⁰ Regina C. M. Chita, Lydia David, dan Cicilia Pali, “Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011,” *Jurnal e-Biomedik*, Vol. 3, No. 1, 2015, hlm. 298.

²¹ Zuhria Nurul 'Ainy, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon,” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, Vol. 4, No. 2, 2020, hlm. 228.

²² Berliana Vebiyanti dan Dwi Prastiyo Hadi, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang,” *Jurnal Spirit Edukasia*, Vol. 2, No. 1, 2022, hlm. 122.

Faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, konsep diri dan kepribadian. Faktor psikologis, terdiri dari: motivasi, persepsi, literasi, keyakinan dan sikap.²³

Sedangkan menurut Yayang Syania dkk menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:²⁴

1) Gaya Hidup

Gaya hidup yaitu nilai, aktivitas, sifat kepribadian, dan lingkungan. Gaya hidup memiliki hubungan probabilitas adanya pengaruh hubungan sosial pada aktivitas di media sosial.

Pengguna media sosial saat ini didominasi oleh generasi muda sehingga mereka akan lebih terpengaruh untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan akibat adanya pemasaran yang dilakukan *influencer*. Membelanjakan atau melakukan pengeluaran untuk sesuatu yang tidak direncanakan akan menimbulkan perilaku konsumtif. Ketika individu memiliki gaya hidup yang mewah maka tingkat konsumtifnya cenderung tinggi pada individu tersebut.

2) Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang wajib dan menjadi sebuah keharusan untuk dimiliki semua orang tentang

²³ Remond Joey Paywala, Sunaryanto Sunaryanto, dan Sugeng Hadi Utomo, "Literasi Ekonomi, Rasionalitas Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif," *Jambura : Economic Education Journal*, Vol. 4, No. 1, 2022, hlm. 17.

²⁴ Yayang Syania Sabilla Taqwa dan Imam Mukhlis, "Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z," *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 7, 2022, hlm. 832–833.

konsep keuangan. Tingkat kecakapan pada literasi keuangan bergantung pada pengetahuan dan ketrampilan yang didapatkan generasi muda diluar sekolah dan peran orang tua dibutuhkan dalam sosialisasi keuangan. Ketika individu memiliki pemahaman mengenai literasi keuangan yang tinggi maka tingkat konsumtifnya cenderung rendah.

3) Demografi

Demografi pada perilaku konsumtif berkaitan dengan konsep perilaku konsumen yang berhubungan dengan populasi dan kelompok. Pada populasi memiliki beberapa komposisi diantaranya adalah usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan.

4) *Digital Payment*

Digital payment didefinisikan sebagai sistem pembayaran dengan mekanisme pembayaran non tunai melalui transfer nilai elektronik berbasis online yang mengacu pada internet. Dalam sistem ini, uang tidak di transfer secara fisik dari satu pihak ke pihak lain melainkan melalui perangkat elektronik atau *platform online*. *Digital payment* cenderung mendukung perilaku konsumtif karena memberikan berbagai kemudahan kepada individu untuk melakukan pembelian.

c. Aspek – Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek – aspek perilaku konsumtif meliputi:²⁵

1) Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

2) Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang memberikan dampak negatif bagi kehidupan terutama bagi generasi muda.

3) Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya *trendy*.

²⁵ Eni Lestarina et al., “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja,” *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Vol. 2, No. 2, 2017, hlm. 4-5.

d. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sembiring dalam penelitian Oktavia Nurfarika untuk mengukur perilaku konsumtif dapat dilakukan melalui empat indikator, yaitu sebagai berikut:²⁶

- 1) Tidak mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang.
- 2) Mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.
- 3) Mendahulukan kepentingan daripada kebutuhan.
- 4) Tidak ada skala prioritas.

e. Teori Konsumsi dalam Islam

Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah *masalah*. *Maslahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. *Maslahah* memiliki dua kandungan, yaitu manfaat dan berkah.

Konsumsi dalam Islam lebih didasarkan atas kebutuhan bukan didasarkan dari keinginan. Perbedaan ini tentunya meliputi perbedaan yang sifatnya hanya perbedaan sesaat atau hawa nafsu. Teori konsumsi ekonomi sekuler hanya mencakup kebutuhan duniawi saja. Sedangkan Islam mengajarkan umatnya untuk hidup selaras, yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan duniawi dan ukhrawi.

²⁶ Oktavia Nurfarika, "Pengaruh Persepsi Tentang Peran Orang Tua, Peer Grup dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas X IIS dan XI IIS di SMAN 7 Semarang TA 2014/2015," *Skripsi* Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, hlm 31-32.

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut martabat manusia bisa meningkat dan manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang halal dan baik secara wajar serta tidak berlebihan.²⁷ Suharyono mengemukakan bahwa konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dan dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).²⁸ Firman Allah SWT dalam QS. Al-Isra' ayat 26-27:

وَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : “Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S. Al-Isra’/17: 26-27)²⁹

Ayat diatas secara tegas menyamakan sifat orang yang suka menghambur-hamburkan harta secara boros dengan setan, sebab keduanya sama-sama memiliki dampak yang negatif. Orang yang boros akan menyia-nyiakan hartanya dengan hal yang tidak bermanfaat.

²⁷ Eddy Rohayedi dan Maulina, “Konsumerisme Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Transformatif*, Vol. 4, No. 1, 2020, hlm. 39.

²⁸ Suharyono, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Al-Intaj*, Vol. 4, No. 2, 2018, hlm. 308-327.

²⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

Larangan untuk tidak berperilaku konsumtif juga telah ditegaskan oleh Rasulullah SAW. Dalam hadits, Rasulullah SAW bersabda:

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ رَضِيَ اللَّهُ تَعَالَى عَنْهُ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: كُلُوا، وَاشْرَبُوا، وَتَصَدَّقُوا، وَالْبَسُوا، غَيْرَ مَخِيلَةٍ، وَلَا سَرْفٍ. رواه أحمد والنسائي وغيره وحسنه الألباني

Artinya : “Sahabat Abdullah bin Amer bin Al ‘Ash radhiyallahu ‘anhu, menceritakan bahwa Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda: “Makan, minum, bersedekah dan berpakaianlah asal engkau tidak bersikap angkuh dan berlebih-lebihan.” Riwayat Ahmad, An-Nasai dan oleh Al Albani dinyatakan sebagai hadits hasan.³⁰

Hadits diatas memberikan pengertian bahwa ajaran Islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia untuk membelanjakan hartanya sesuai dengan kemampuannya. Maka dari itu kita sebagai umat Muslim harus senantiasa menjaga makan, minum dan berpakaian sebagai perilaku konsumsi yang paling umum yang dilakukan manusia agar tidak bersifat *israf* (berlebih-lebihan).

3. Literasi Keuangan

a. Pengertian Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mendefinisikan bahwa literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas

³⁰ Muhammad Arifin Badri, “Imunisasi Nabawi – Bagian Ketiga “, diakses melalui situs <https://pesantrenalirsyad.org/imunisasi-nabawi-bagian-ketiga-33/>, pada tanggal 25 Oktober 2023.

pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat.³¹

Menurut Baiq Fitri Arianti dalam bukunya yang berjudul Literasi Keuangan mendefinisikan literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk mengetahui keuangan secara umum, dimana pengetahuan tersebut mencakup tabungan, investasi, hutang, asuransi, serta perangkat keuangan lainnya.³² Adapun menurut Remund literasi keuangan diartikan sebagai kemampuan menggunakan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan secara efektif yang berguna untuk kesejahteraan finansial jangka panjang.³³

Menurut Nia Yunita literasi keuangan merupakan perilaku, tingkat pengetahuan keterampilan yang memengaruhi sikap dan keyakinan untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan.³⁴

Sedangkan Dewi Aryani mendefinisikan literasi keuangan adalah seperangkat keterampilan dan pengetahuan yang memberikan pemahaman terhadap seorang individu sehingga mampu membuat

³¹ OJK, “*Literasi Keuangan*”, Diakses melalui situs: <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>., pada tanggal 1 Oktober 2023.

³² Baiq Fitri Arianti, *Literasi Keuangan (Teori dan Iplementasinya)*, ed. oleh Wiwit Kurniawan (Purwokerto: CV. Pena Persada, 2021), hlm. 9.

³³ David L Remund, “*Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy*,” *Journal of Consumer Affairs*, Vol. 44, 2010, hlm.8.

³⁴ Nia Yunita, “Pengaruh Gender Dan Kemampuan Akademis Terhadap Literasi Keuangan dalam Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi,” *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, Vol.1, No.2, 2020, hlm.8.

keputusan yang efektif dengan semua sumber daya keuangannya untuk mencapai tujuan hidupnya.³⁵

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan individu untuk memahami dan menggunakan pengetahuan keuangan dengan baik dalam mengelola keuangan yang mencakup pemahaman terhadap konsep-konsep keuangan dasar, keterampilan untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas, dan kemampuan untuk mengelola uang dengan efektif.

b. Tingkatan Literasi Keuangan

Otoritas Jasa Keuangan membagi tingkatan literasi keuangan menjadi empat, yaitu:³⁶

- 1) *Well Literate*. Pada tahap ini, seseorang sudah memiliki konsep pengelolaan keuangan yang sangat baik. Sehingga mampu meminimalisir terjadinya resiko keuangan.
- 2) *Sufficient Literate*. Pada tahap ini, seseorang memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang cukup baik.
- 3) *Less Literate*. Pada tahap ini, seseorang kurang memahami konsep pengelolaan keuangan yang akan berdampak pada kesejahteraan keuangan.
- 4) *Not Literate*. Pada tahap ini, seseorang sama sekali tidak melek atau tidak paham akan konsep pengelolaan keuangan.

³⁵ Dewi Ariyani, "Pendidikan Literasi Keuangan pada Anak Usia Dini di TK Khalifah Purwokerto," *Yinyang: Jurnal Studi Islam Gender dan Anak*, Vol.13, No.2, 2018, hlm. 179.

³⁶ Novia Ari Panghayo dkk, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pemilihan Layanan Keuangan," *Journal Of Islamic Economics*, Vol. 2, No.2, 2018, hlm. 154.

c. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh setiap orang berbeda-beda. Perbedaan tingkat literasi keuangan inilah yang menyebabkan terjadinya perbedaan antara individu satu dengan yang lainnya. Menurut Chiara Monticone dalam penelitian Imam dan Venny mengatakan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang dapat dipengaruhi oleh: karakteristik demografi (gender, etnis, pendidikan dan kemampuan kognitif), latar belakang keluarga, kekayaan serta preferensi waktu.³⁷

Sedangkan menurut Eka, Susilaningsih dan Khresna menyatakan bahwa literasi keuangan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu:³⁸

1) Faktor Demografi

Demografi merupakan gambaran mengenai latar belakang seseorang sehingga dapat memengaruhi literasi keuangan seorang individu. Faktor demografi diantaranya meliputi usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan tempat tinggal.

2) Faktor Individu

Faktor individu adalah faktor yang berasal dari diri pribadi setiap individu yang dapat memengaruhi literasi keuangan. Adapun variabel pembentuk faktor individu meliputi sikap dan keyakinan

³⁷ Imam Asrori Venny Adhita Octaviani, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Anggota CU Keling Kumang *Branch Office* Kelam,” *Jurnal UNKA*, Vol, 19, No. 246 2021, hlm. 244-251.

³⁸ Eka Widyayu, Susilaningsih, dan Khresna Bayu Sangka, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi FKIP Universitas Sebelas Maret,” *Jurnal “Tata Arta” UNS*, Vol. 3, No. 3, 2017, hlm. 84.

tentang uang, tingkat kepercayaan diri, tingkat ketertarikan dan keterlibatan, dan pengaksesan media informasi.

3) Faktor Sosial Ekonomi Keluarga

Faktor sosial ekonomi keluarga merupakan keadaan sosial dan ekonomi yang dimiliki keluarga yang dapat memengaruhi literasi keuangan seseorang. Variabel pembentuk faktor sosial ekonomi keluarga meliputi status sosial ekonomi orang tua, tingkat pendidikan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, dan pendidikan pengelolaan keuangan keluarga.

d. Indikator Literasi Keuangan

OECD/INFE *Toolkit For Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022* mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator literasi keuangan yang dapat digunakan sebagai alat ukur untuk mengetahui literasi keuangan seseorang, yaitu:³⁹

1) Pengetahuan Keuangan (*financial knowledge*)

Pengetahuan keuangan ini merupakan komponen penting dari literasi keuangan seorang individu dalam rangka membantu individu dalam hal pengelolaan keuangan dengan baik dan perencanaan keuangan agar dapat meningkatkan kesejahteraan keuangan saat ini dan di masa yang akan datang.

³⁹ Organisation for Economic Co-operation and Development, “*Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022*,” 2022, www.oecd.org/financial/education/2022-INFE-Toolkit-Measuring-Finlit-Financial-Inclusion, diakses 24 Oktober 2023.

2) Perilaku Keuangan (*financial behavior*)

Perilaku keuangan termasuk indikator yang penting karena merupakan perilaku yang membentuk aspek finansial itu sendiri, baik jangka pendek maupun jangka panjang karena sebagian besar masyarakat belum menunjukkan perilaku yang dibutuhkan untuk lebih tahan terhadap goncangan (*financial resilient*) dalam bentuk perilaku seperti berpikir ulang sebelum melakukan pembelian, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, dan memperhatikan secara seksama permasalahan keuangan dengan cara melakukan penyusunan anggaran pemasukan dan pengeluaran.

3) Sikap Keuangan (*financial attitude*)

Sikap keuangan merupakan karakteristik individual yang berbentuk tendensi terhadap praktik atau tindakan keuangan, hal ini menunjukkan kecenderungan atau kemungkinan seseorang untuk melakukan perilaku keuangan.⁴⁰ Indikator ini berfokus pada pernyataan terkait dengan pengambilan keputusan terhadap penggunaan uang dengan matang, dan bagaimana responden dalam sikap memprioritaskan keinginan jangka pendek daripada keamanan jangka panjang.

⁴⁰ Tezel dan Zeynep, *Financial Education For Children and Youth* (Turki: IGI Global, 2015).

4. *Digital Payment*

a. *Pengertian Digital Payment*

Digital payment merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik untuk alat pembayaran.⁴¹ Menurut Wahyudin dkk mengemukakan bahwa *digital payment* merupakan suatu kegiatan transaksi yang menggunakan media elektronik untuk alat pembayaran.⁴²

Digital payment juga dapat diartikan sebagai pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara elektronik tersebut uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran elektronik.⁴³

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *digital payment* adalah proses pembayaran yang dilakukan secara elektronik menggunakan teknologi digital. Dalam sistem ini, uang tidak ditransfer secara fisik dari satu pihak ke pihak lain melainkan melalui perangkat elektronik atau *platform online*.

⁴¹ Khoyatu Rizkiyah et al., "Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumen Pengguna Platform Digital Payment OVO," *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol. 16, No.1, 2021, hlm. 111.

⁴² Wahyudin et al., *Financial Technology : Sistem Keuangan Digital*, Medan: Yayasan Kita Menulis, 2022.

⁴³ Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial," *Jurnal Medium*, Vol. 7, No. 2, 2019, hlm. 58.

b. Aplikasi *Digital Payment*

Menurut Jefry dkk dalam penelitiannya mengemukakan bahwa terdapat beberapa aplikasi pembayaran secara digital, diantaranya yaitu:⁴⁴

1) *OVO*

OVO adalah sebuah aplikasi Smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (*OVO Cash*). Pengguna juga bisa untuk mengumpulkan poin setiap kali melakukan transaksi pembayaran melalui *OVO*. Selain itu, *OVO* Menawarkan kemudahan transaksi tanpa mengharuskan nasabahnya membawa uang *cash* terlalu banyak. Salah satunya dengan menunjukkan aplikasi *OVO* yang didalamnya terdapat saldo maupun Cash Point.

2) *GO-PAY*

GOPAY adalah sebuah metode pembayaran yang ditawarkan gojek melalui aplikasinya, pengguna tidak perlu lagi membayar uang tunai kepada driver. *GO-PAY* biasa digunakan untuk semua jenis layanan *Go-Jek* mulai dari jasa ojek online *atau Go-Ride, Go-Food, hingga Go-Mart*. Agar bisa menggunakan *GO-PAY* perlu melakukan *top-up* terlebih dahulu, ada beberapa cara yang dapat

⁴⁴ Jefry Tarantang et al., "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia," *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4, No.1, 2019, hlm. 65–67.

dilakukan untuk mengisi saldo *GO-PAY* yaitu melalui ATM, minimarket, ataupun melalui *driver*.

3) *DANA*

DANA merupakan layanan pembayaran digital berbasis aplikasi yang mana aplikasinya telah tersedia untuk platform android maupun iOS. Platform *DANA* menawarkan beberapa keunggulan, termasuk salah satunya adalah layanan dan dukungan transaksi yang sangat lengkap di dalamnya. Bahkan menariknya, platform pembayaran digital ini juga menjamin para penggunanya dengan garansi uang kembali jika terjadi kesalahan pada saat pengguna sedang bertransaksi.

c. Indikator *Digital Payment*

Menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati dalam penelitiannya mengemukakan bahwa indikator *digital payment* meliputi:⁴⁵

1) Persepsi Kemudahan

Persepsi kemudahan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan akan mengurangi usaha baik waktu maupun tenaga seseorang dalam menggunakan suatu teknologi. Kemudahan yang diberikan layanan *digital payment* berupa kemudahan untuk

⁴⁵ Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan *Mobile Payment* terhadap *Spending Behavior*", *PhD Thesis* (Phetra Christian University, 2008), hlm. 456-457.

dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran digital berbasis kode atau QR.

2) Persepsi Manfaat

Persepsi manfaat didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem tertentu dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan produk atau jasa menggunakan *digital payment*.

3) Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan menggunakan *digital payment*. Semakin tinggi kredibilitas dari suatu teknologi maka akan meningkatkan intensitas penggunaan layanan *digital payment*.

4) *Social Influence* (Pengaruh Sosial)

Social Influence atau pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan *digital payment* tersebut.

5) *Behavior Intentions* (Intensitas Penggunaan)

Behavior Intentions atau intensitas penggunaan *digital payment* merupakan akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial sehingga mendorong seseorang untuk semakin

sering menggunakan layanan *digital payment* guna mempermudah dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya.

5. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu.⁴⁶ Menurut Yarian Alamanda dalam penelitiannya menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang mempunyai ketertarikan dengan aktivitas, minat dan opininya untuk mengatur dan merefleksikan status sosialnya.⁴⁷

Adapun menurut Ade Gunawan dkk mengatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang mempunyai ketertarikan dengan aktivitas, minat dan opininya untuk mengatur dan merefleksikan status sosialnya.⁴⁸

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari,

⁴⁶ Nurul Safura Azizah, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial," *Jurnal Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, Vol. 1, No. 2, 2020, hlm. 96.

⁴⁷ Yarian Alamanda, "Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Sikap Hidup Hemat Remaja," *Jurnal Psikoborneo*, Vol. 6, No. 2, 2018, hlm. 275.

⁴⁸ Ade Gunawan, Wimpi Siski Pirari, dan Maya Sari, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara," *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi dan Hukum*, Vol. 4, No. 2, 2020, hlm. 28.

mencakup kebiasaan, aktivitas, dan keputusan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

b. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong dalam penelitian Meriena Putri menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang adalah sebagai berikut:⁴⁹

1) Faktor Internal

a) Sikap

Sikap yaitu suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek. Sikap ini menciptakan landasan untuk nilai-nilai dan prioritas individu, yang akan memengaruhi keputusan dan tindakan seseorang.

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

⁴⁹ Meriena Putri Ajiwibawani, “Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Pada Konsumen D’Goda Coffee Pazkul Sidoarjo),” *Jurnal Unesa*, 2019.

c) Kepribadian

Kepribadian yaitu suatu usaha seseorang membentuk dasar dari preferensi dan keputusan seseorang dalam banyak aspek kehidupan, termasuk gaya hidup. Kepribadian dapat memengaruhi cara seseorang merespons tantangan dan peluang dalam kehidupan sehari-hari, dan ini berkontribusi pada pembentukan gaya hidup yang unik untuk setiap individu.

d) Konsep Diri

Konsep diri berperan sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e) Motif

Motif yaitu perilaku individu muncul 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 konsumtif.

f) Persepsi

Persepsi yaitu proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2) Faktor Eksternal

a) Kelompok Referensi

Kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut.

b) Keluarga

Keluarga adalah pemegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

c. Jenis – Jenis Gaya Hidup

Marlina Manalu menjelaskan bahwa gaya hidup terbagi menjadi tiga jenis, yaitu sebagai berikut:⁵⁰

1) Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana remaja hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas daripada kebutuhan. Kata konsumtif sering diartikan sama dengan kata konsumerisme.

2) Gaya Hidup Hedonisme

Hedonisme adalah suatu pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Hedonisme cenderung konsumtif, karena menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang hanya untuk kesenangan semata tanpa disadari kebutuhan.

3) Gaya Hidup dalam Pemanfaatan Waktu Luang

Waktu luang adalah relaksasi, hiburan, dan pengembangan diri. Namun remaja banyak memanfaatkan waktu untuk melakukan apapun yang disenanginya sebagai cara untuk mencapai tujuan sesuai dengan kebutuhan melalui kegiatan yang dipilih pada dasarnya akan mendapat kepuasan.

⁵⁰ Marlina Manalu, "Korelasi Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Gaya Hidup Remaja Di Kota Pekanbaru," *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Vol. 4, No. 2, 2017, hlm. 6-7.

d. Indikator Gaya Hidup

Menurut Aulia Zahra dkk indikator gaya hidup terbagi menjadi tiga, yaitu sebagai berikut:⁵¹

1) Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan dengan pertanyaan tentang apa yang dilakukan oleh seseorang, barang apa yang dibeli atau digunakan, dan kegiatan apa yang dilakukan oleh seorang individu di waktu senggang.

2) Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup seseorang. Minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi seseorang.

3) Opini (*Opinion*)

Opini adalah perspektif atau pandangan individu dalam menjawab isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain serta antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang memiliki kaitan dengan penelitian yang akan dilakukan.

⁵¹ Aulia Zahra, Umi Khairani, dan Dini Lestari, "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 3, No. 2, 2023, hlm. 3211.

Penelitian terdahulu ini dijadikan dasar dalam penyusunan penelitian, sebagai pembanding dan penguat yang dapat mendukung penelitian berikutnya.

Selain itu, bertujuan untuk menghindari adanya anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Oleh karena itu, dalam kajian pustaka ini penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel. 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, dan Sunan Trioko (2023) ⁵²	Pengaruh Literasi Keuangan dan <i>Cashless Society</i> terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dan <i>Cashless society</i> berpengaruh pula terhadap perilaku konsumtif.
Persamaan:		<ul style="list-style-type: none"> a. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen. b. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. c. Menggunakan subjek penelitian yang sama yaitu Generasi Z. d. Menggunakan metode kuantitatif. 		

⁵² Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, dan Sunan Trioko, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar," Jurnal Eco-Entrepreneur, Vol. 9, No. 1, 2023, hlm. 1-11.

Perbedaan:		<p>a. Objek penelitian yang dilakukan oleh Adib dkk adalah Generasi Z di Blitar, sedangkan subjek penelitian yang dilakukan penulis adalah Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya.</p> <p>b. Penulis menambahkan variabel <i>digital payment</i> dan gaya hidup sebagai variabel independen.</p>		
2.	Alfira Dwi Astuti dan Ani Faujiah (2023) ⁵³	Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (<i>E-Wallet</i>) terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial DI Yogyakarta	Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa dompet digital (<i>e-wallet</i>) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta.
Persamaan:		<p>a. Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.</p> <p>b. Bertujuan mengetahui pengaruh <i>digital payment</i> atau dompet digital terhadap perilaku konsumtif.</p> <p>c. Menggunakan metode kuantitatif.</p>		
Perbedaan:		<p>a. Penulis menggunakan tambahan variabel literasi keuangan dan gaya hidup sebagai variabel independen.</p> <p>b. Penulis tidak meneliti berdasarkan perspektif islam</p> <p>c. Penulis tidak meneliti generasi milenial melainkan meneliti Generasi Z.</p>		
3.	Aulia Zahra, Umi Khairani dan Dini	Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode korelasional.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh

⁵³ Alfira Dwi Astuti dan Ani Faujiah, "Pengaruh Penggunaan Dompot Digital (*E-Wallet*) terhadap Perilaku Konsumtif Perspektif Islam pada Generasi Milenial Daerah Istimewa Yogyakarta", *Jurnal Alkasb: Journal of Islamic Economics*, Vol. 2, No. 1, 2023, hlm. 46-58.

	Lestari (2023) ⁵⁴	perilaku konsumtif Mahasiswa FEBI UINSU		signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
	Persamaan:	a. Menggunakan gaya hidup sebagai variabel independen. b. Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. c. Bertujuan mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. d. Menggunakan metode kuantitatif.		
	Perbedaan:	a. Penulis tidak menggunakan variabel FOMO sebagai variabel independen. b. Penulis menggunakan tambahan variabel literasi keuangan dan <i>digital payment</i> sebagai variabel independen.		
4.	Rosa Elita Simarmata, Ivonne Stanley, dan Lawren Julio Rumokoy (2024) ⁵⁵	Pengaruh Literasi Keuangan, <i>Digital Payment</i> , dan <i>Self Control</i> Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi	Penelitian ini menggunakan metode kolerasional.	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa <i>digital payment</i> berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di FEB Universitas Sam Ratulangi.

⁵⁴ Aulia Zahra, Umi Khairani, dan Dini Lestari, "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa FakultasEkonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, Vol. 3, No. 2, 2023, hlm. 3204-3226.

⁵⁵ Rosa Elita Simarmata, Ivonne Stanley, dan Lawren Julio Rumokoy, "Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi," *Jurnal EMBA*, Vol. 12, No. 1, 2024, hlm. 462-475.

Persamaan:		<p>a. Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.</p> <p>b. Penulis menggunakan literasi keuangan dan <i>digital payment</i> sebagai variabel independen.</p> <p>c. Menggunakan metode kuantitatif.</p>		
Perbedaan:		Penulis tidak menggunakan variabel <i>self control</i> sebagai variabel independen.		
5.	Muhammad Nur Fani Abdullah, Imam Sukwatus Suja'i (2022) ⁵⁶	Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif	Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa secara parsial dan secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI.
Persamaan:		<p>a. Menggunakan gaya hidup sebagai variabel independen.</p> <p>b. Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen.</p> <p>c. Menggunakan metode kuantitatif.</p>		
Perbedaan:		<p>a. Penulis tidak menambahkan variabel media sosial sebagai variabel independen.</p> <p>b. Penulis menggunakan tambahan variabel literasi keuangan dan <i>digital payment</i> sebagai variabel independen.</p>		

⁵⁶ Muhamad Nur Fani A dan Imam Sukwatus S, "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif," *Jurnal Pendidikan Dewantara*, Vol. 8, No. 2, 2022, hlm. 72–84.

C. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini diajukan kerangka pemikiran yang berdasarkan hasil teoritis telah diuraikan sebelumnya. Kerangka pemikiran akan lebih mempermudah pemahaman dalam mencermati alur dan jalur pembahasan dalam penelitian ini.

Penelitian ini hendak mencari pengaruh antara variabel independen (bebas) dengan variabel dependen (terikat), dimana yang menjadi variabel independen adalah Literasi Keuangan (X_1), *Digital Payment* (X_2), dan Gaya Hidup (X_3), sedangkan yang menjadi variabel dependen adalah Perilaku Konsumtif (Y).

Terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif, diantaranya adalah literasi keuangan. Menurut Andi Asari kemampuan literasi seseorang dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, diantaranya: mengetahui nilai suatu barang dan peringkat prioritasnya dalam hidup, mengelola uang dan menghemat uang, pentingnya manajemen resiko, mempersiapkan hari tua, dan pengawasan atas kredit.⁵⁷

Tingkat literasi Generasi Z saat ini terbilang masih sangat rendah. Hal ini sejalan dengan penelitian Kazia dkk yang menyatakan bahwa Generasi Z cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah, padahal untuk mengurangi perilaku konsumtif salah satunya adalah dengan cara meningkatkan literasi keuangan.⁵⁸ Oleh karena itu, saat ini Generasi Z cenderung berperilaku

⁵⁷ Andi Asari, *Literasi Keuangan* (Madza Media, 2023), hlm. 6.

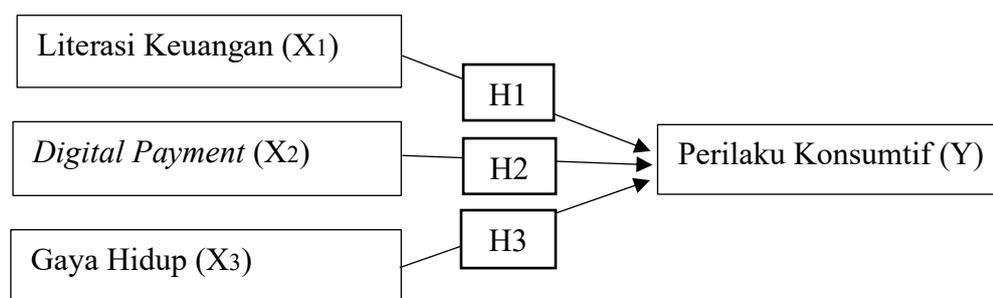
⁵⁸ Tiana Funky, Tiara Puspita Sari, dan Vicky F Sanjaya, "Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus

konsumsi karena kurangnya pemahaman terhadap literasi keuangan untuk mengelola keuangan pribadinya.

Faktor lain yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif yaitu *digital payment*. Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, pembayaran digital menyebabkan beralihnya fungsi uang tunai yang sebelumnya digunakan sebagai alat pembayaran berubah menjadi alat pembayaran dengan cara non tunai. Keuntungan yang ditawarkan dalam penggunaan *digital payment* diantaranya adalah aman, nyaman, mudah, dan praktis dapat digunakan kapanpun dan dimanapun. Namun dibalik dampak positif tersebut, ternyata *digital payment* dapat menyebabkan pengeluaran individu meningkat sehingga dapat mempengaruhi sifat konsumtif seseorang.

Selain itu, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Pada era globalisasi ini, gaya hidup mengalami perubahan signifikan terutama dengan kemajuan teknologi, perubahan sosial, dan tren global yang terus berubah. Hal ini menyebabkan seorang individu terutama Generasi Z cenderung mengikuti tren dan gaya hidup yang diakui secara sosial agar merasa di terima atau terhubung dengan kelompok tertentu. Disamping itu, periklanan yang disesuaikan dengan preferensi dapat mengaitkan produk dengan gaya hidup yang diinginkan, dan kemudian memotivasi konsumen untuk berperilaku konsumtif.

Dari uraian di atas, dapat dilihat bahwa Literasi Keuangan, *Digital Payment* dan Gaya Hidup dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Sehingga kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam sebuah bagan dibawah ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Sugiyono mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan jawaban sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁵⁹ Berdasarkan uraian kerangka pemikiran di atas, maka dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ = Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Cet. 26). (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 63.

- H₂ = *Digital Payment* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya
- H₃ = Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Muslim di Kota Tasikmalaya