

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Variabel X dan Y**

##### **2.1.1 Perilaku Konsumtif (Y)**

Menurut (Arum and Riza 2021) Perilaku konsumtif adalah salah satu tindakan yang menunjukkan perilaku membeli barang secara berlebihan hanya untuk memuaskan keinginan sesaat meskipun individu tersebut tahu bahwa barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan yang digunakan saat itu.

Menurut (Pulungan 2018:105) kecenderungan materialistik manusia dan keinginan yang kuat untuk memiliki sesuatu tanpa mempertimbangkan kebutuhannya, menyebabkan perilaku konsumtif. Perilaku ini terutama berkaitan dengan reaksi terhadap konsumsi barang sekunder, atau barang yang tidak sangat diperlukan.

Menurut (Sumartono dalam Dikria, 2016:147), perilaku konsumtif didefinisikan sebagai penggunaan produk secara tidak tuntas. Contohnya meliputi pembelian produk karena ditawarkan sebagai hadiah, pembelian produk serupa dari merek lain sebelum habis pakai, dan pembelian produk karena mengikuti orang lain.

Menurut Tambunan dalam Dikria, 2016:147, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai keinginannya untuk menghabiskan terlalu banyak barang yang tidak diperlukan untuk menjadi puas. Pendapat ini berpendapat bahwa

perilaku konsumtif tidak menguntungkan karena dapat mengurangi pendapatan dan menyebabkan boros.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah ketika seseorang membeli, mengonsumsi, atau menggunakan barang yang kurang bermanfaat secara berlebihan tanpa mempertimbangkan manfaatnya, memprioritaskan keinginan daripada kebutuhan, dan hidup secara mewah dan berlebihan..

Menurut (Aini and Rahayuningsih 2024), indikator literasi keuangan ada 8 yaitu sebagai berikut:

1. Membeli Produk karena iming-iming hadiah

Saat kita membeli, kita tidak lagi memperhatikan manfaatnya, tetapi hanya untuk mendapatkan imbalan penawaran. Individu yang memiliki perilaku konsumtif lebih mudah tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan. Contohnya adalah membeli dua kemeja untuk mendapatkan kemeja gratis dengan pembelian yang dilakukan.

2. Membeli produk karena kemasan yang menarik

Produk dengan kemasan yang unik dapat membuat individu tertarik untuk membeli barang tersebut. Dengan melihat kemasan yang menarik konsumen akan melupakan kualitas barang yang dibelinya, dan mengabaikan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki setiap individu.

3. Membeli produk untuk memenuhi gengsi

Membeli produk untuk memenuhi gengsi adalah tindakan membeli produk tertentu hanya untuk menunjukkan status sosial atau kekayaan, bukan karena kebutuhan atau kualitas produk itu sendiri. Membeli produk untuk memenuhi gengsi dapat menyebabkan perilaku konsumtif, karena dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan.

4. Mempertimbangkan harga dan bukan manfaat

Mempertimbangkan harga sebelum melakukan pembelian sebuah barang merupakan langkah yang bagus untuk diambil. Dengan melakukan pertimbangan harga terhadap barang yang dibutuhkan dapat menjaga keuangan dan pengeluaran setiap individu. Akan tetapi sering kita ketahui praktik yang terjadi dalam sehari-hari tidak begitu. Individu akan cenderung membeli barang tanpa memikirkan manfaat dari barang tersebut, hal ini dapat terjadi karena diskon yang di tawarkan oleh perusahaan untuk menjual barang tersebut. Contoh suatu *platform* penjual *online* sering mengeleuarkan diskon besar-besaran dalam acara *live* penjualannya, hal ini dapat memicu perilaku konsumtif, terutama bagi seorang mahasiswi akan mudah tergiur kosmetik dengan harga murah di *live* dan langsung membeli barang, meskipun mahasiswi masih memiliki barang sejenis dan dengan merk yang sama di kediamannya.

5. Membeli barang untuk menjaga status simbol status sosial

Individu menganggap bahwa barang yang dipakai dapat menunjukkan status sosial dari sang pemakai barang. Individu yang memiliki perilaku konsumtif akan cenderung membeli barang-barang bermerk tanpa diimbangi manajemen keuangan yang baik.

6. Membeli barang karena pengaruh model iklan

Model iklan dapat diartikan sebagai seseorang yang mempromosikan produk atau jasa dalam sebuah iklan. Sering kita temui individu membeli sebuah barang atau jasa di karenakan tertarik ingin terlihat seperti model yang sedang ditampilkan dalam iklan. Atau dapat juga karena yang menjadi model dalam iklan tersebut merupakan idolanya. Contohnya dari perilaku konsumtif ini mudah sekali kita temui yaitu banyak sekali fans K-pop yang akan membeli setiap apa yang dipakai oleh idola mereka, hal ini dilakukan sebagai bentuk dukungan dan obsesi terhadap idola mereka. Hal ini dapat dikategorikan sebagai perilaku konsumtif, karena dalam proses pembelian barang atau jasa yang dilakukan tanpa adanya pertimbangan yang rasional.

7. Membeli barang dengan harga mahal karena akan menambah nilai rasa percaya diri

Membeli barang dengan harga yang mahal dapat membuat seseorang merasa percaya diri dalam kehidupan sosial. Hal ini dapat dilihat bahwa seseorang yang memakai barang-barang yang berkualitas akan dihormati

dalam kehidupan sosialnya. Akan tetapi dengan melakukan pembelian barang-barang mahal secara terus-menerus dapat digolongkan kedalam perilaku konsumtif, karena dapat menyebabkan pengeluaran yang berlebihan dan dapat terlibat dalam masalah jika tidak dapat mengatasinya.

8. Membeli barang sejenis dengan merk yang berbeda

Membeli barang sejenis dengan merk yang berbeda dengan tujuan untuk membandingkan kualitas barang tersebut, atau hanya untuk mengoleksi barang tersebut. Perilaku seperti ini dapat menyebabkan pembengkakan pada pendanaan, hal ini dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif.

### **2.1.2 Pengaruh Gaya Hidup (X1)**

Menurut (Ritakumalasari & Susanti, 2021), dijelaskan bahwa Pengaruh Gaya Hidup atau *lifestyle* merupakan bagaimana setia individu mereka dapat hidup, membelanjakan uangnya, serta cara mereka untuk mengalokasikan waktu yang mereka miliki.

Menurut (Dilasari et al., 2021) menyatakan *lifestyle* dapat dilihat berdasarkan minat seseorang dalam melakukan pembelian suatu produk maupun jasa. Contohnya jika seseorang mempunyai Pengaruh Gaya Hidup yang mewah tidak akan segan membeli barang *branded, up to date* dan akan selalu mengikuti trend yang ada.

Menurut (Mengga et al. 2023) Pengaruh Gaya Hidup mencakup aktivitas, minat, dan opini yang dimiliki orang. Perubahan ini terjadi dalam waktu yang relatif singkat dan telah menyebabkan pergeseran ke arah yang berlebihan. Hal ini didukung lagi oleh munculnya smartphone, sosial media, dan e-commerce, yang telah mendorong orang untuk membeli barang dan jasa untuk memenuhi Pengaruh Gaya Hidup.

Menurut (Sudiro and Asandimitra 2022) Pengaruh Gaya Hidup adalah pilihan individu yang tersubstitusi terhadap aktivitas pada upaya untuk menghabiskan waktu bersamaan dengan uang atau pengeluaran sebagai pola konsumsi.

Dengan mempertimbangkan beberapa pendapat para ahli yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Gaya Hidup menggambarkan aktivitas manusia, cara kita menghabiskan waktu, minat terhadap hal-hal yang dianggap penting, cara kita memandang diri sendiri dan orang lain, serta prinsip-prinsip dasar yang kita tampilkan dalam hidup. Pengaruh Gaya Hidup merupakan sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola respon terhadap kehidupan. Pengaruh Gaya Hidup juga merupakan pola hidup seseorang yang diungkapkan dalam aktivitas, minat dan pendapat atau opini, hal ini menggambarkan seseorang berpengaruh dengan lingkungannya.

Menurut (Aini and Rahayuningsih 2024), indikator Gaya Hidup ada 3 yaitu sebagai berikut:

1. Aktivitas

Aktivitas merupakan ungkapan diri tentang hal yang ingin dilakukan, dan produk apa yang ingin digunakan.

2. Minat

Minat dapat diartikan sebagai keinginan individu dalam barang dan jasa yang diinginkan. Selain itu minat juga dapat diartikan sebagai kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup individu.

3. Opini

Opini atau pendapat dapat diartikan sebagai pandangan individu mengenai lingkungan sekitar baik itu dalam hal isu-isu global, ekonomi, dan sosial. Opini digunakan untuk menafsirkan harapan dan evaluasi. Dalam hal ini opini dapat diartikan sebagai pendapat mengenai gaya hidup yang sedang berkembang saat ini.

### **2.1.3 Literasi Keuangan (X2)**

Menurut (Aini and Rahayuningsih 2024) Literasi Keuangan merupakan kemampuan dan keterampilan individu dalam mengelola keuangan. Dalam kehidupan sehari-hari individu pasti akan berurusan dengan keuangan, untuk hal ini membuat literasi keuangan di terapkan sehari-hari. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Literasi keuangan dapat diartikan sebagai proses atau aktivitas

untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan diri dalam mengelola keuangan pribadi.

Menurut *Oversea Chinese Banking Corporation* (OCBC) literasi keuangan merupakan keterampilan masyarakat terkait finansial agar mampu mengelola dan memanfaatkan keuangan secara maksimal. Menurut (Taqwa and Mukhlis 2022) literasi keuangan merupakan pengetahuan yang wajib dan menjadi sebuah keharusan untuk dimiliki semua orang tentang konsep keuangan.

Dengan mempertimbangkan beberapa pendapat para ahli yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan adalah pengetahuan menjadi hal yang wajib individu terapkan dan pahami, sehingga individu dapat terhindar dari permasalahan keuangan.

Menurut (Aini and Rahayuningsih 2024), indikator Literasi Keuangan ada 3 yaitu sebagai berikut:

1. Pengetahuan Keuangan (*Financial Knowledge*)

Pengetahuan tentang keuangan adalah pemahaman tentang masalah keuangan pribadi yang diketahui dan diukur melalui tingkat pemahaman yang dimiliki seseorang tentang konsep keuangan mereka sendiri. Dengan pengetahuan tentang keuangan, orang dapat membuat keputusan dengan cepat dengan mempertimbangkan berbagai faktor.

## 2. Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)

Ini adalah indikator literasi keuangan yang berfokus pada pengeluaran dan penyimpanan. Dapat didefinisikan sebagai kemampuan dalam perencanaan, penganggaran, pengelolaan, pengendalian, dan penyimpanan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

## 3. Sikap Keuangan (*Financial Attitude*)

Sikap keuangan adalah perspektif keuangan yang diterapkan pada sikapnya. Jika uang merupakan hal penting yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari, hal itu akan membuat orang berpikir tentang cara mendapatkan dan menggunakan uang tersebut serta membuat pandangan tentang uang yang mereka miliki untuk masa depan.

### **2.1.4 Penggunaan E-Money (X3)**

Menurut (Dewi et al. 2021), E-Money adalah produk keuangan digital yang menawarkan opsi pembayaran non tunai yang lebih efisien daripada pembayaran tunai. Umumnya, orang menyimpan E-Money ini dalam dompet digital (e-wallet).

Menurut (Sudiro and Asandimitra 2022) uang elektronik menjadi sistem transaksi pembayaran dengan uang secara nominal terdapat dalam *server* atau *chip* hakikat nya uang elektronik adalah produk keuangan digital yang di design sebagai *alternative* dari pembayaran tunai menjadi non tunai.

Menurut (Mahadewi, 2023) E-Money merupakan sebuah media yang di pergunakan menjadi alat untuk melakukan pembayaran yang kemudian nilai dari uangnya akan disimpan dalam bentuk media elektronik tertentu, jika ingin melakukan transaksi harus menggunakan jaringan internet karena mengaplikasikannya menggunakan perangkat seperti *handphone* atau *computer*. Menurut (Adiyanti, 2023) mendefinisikan uang elektronik sebagai uang yang digunakan secara elektronik dalam transaksi online.

Dengan mempertimbangkan beberapa pendapat para ahli yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan E-Money adalah alat pembayaran yang berbentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu, biasanya transaksinya membutuhkan jaringan internet karena pemakaiannya menggunakan perangkat komputer atau telepon seluler.

Bank Indonesia membuat dan mengesahkan Peraturan tentang E-Money dengan Peraturan No.11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money). Peraturan ini dibuat untuk mengantisipasi perkembangan alat pembayaran elektronik yang diterbitkan oleh organisasi lain selain bank, serta untuk meningkatkan keamanan dan kelancaran seluruh pengguna dan penyelenggara uang elektronik. Menurut peraturan Bank Indonesia, alat pembayaran yang dimaksud sebagai e-money adalah yang memenuhi syarat-syarat berikut:

1. Diterbitkan atas dasar dana pemegang kepala penerbit.
2. Uang disimpan secara elektronik dalam media seperti chip atau server.
3. Digunakan untuk membayar toko yang tidak menerbitkan uang elektronik tersebut
4. Undang-undang yang mengatur perbankan tidak menganggap uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit sebagai simpanan.

Untuk memberikan perlindungan kepada pemegang, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instrumen pembayaran e-money, dan mendukung kelancaran tugas Bank Indonesia dalam menjaga stabilitas moneter, Bank Indonesia menetapkan persyaratan yang harus dipenuhi oleh Bank dan Lembaga Selain Bank saat menjalankan e-money.

Bank Indonesia juga menetapkan batasan pada e-money untuk mendukung upaya pemerintah untuk mencegah pencucian uang dan pendanaan teroris. Batasan ini termasuk nilai nominal yang dapat disimpan dalam e-money dan prinsip mengenal nasabah.

Pengeluaran uang elektronik harus menggunakan satuan uang rupiah. Selain itu, setiap orang yang menggunakan e-money di Republik Indonesia harus menggunakan uang rupiah. Ini dilakukan karena nilai e-money harus dapat dikonversikan secara penuh, artinya nilai satu rupiah pada e-money harus sama dengan nilai satu rupiah pada uang tunai. Untuk menjaga e-money aman dan lancar, Bank Indonesia mengatur kewajiban penyelenggara e-money seperti

menerapkan manajemen risiko, pelaporan, dan keamanan sistem dalam Peraturan Bank Indonesia ini.

Untuk membuat e-money lebih mudah diakses, orang biasanya menyimpannya dalam dompet digital (e-Wallet). E-Wallet adalah layanan elektronik yang menyimpan data instrument pembayaran, seperti uang elektronik atau kartu, dan membutuhkan perangkat untuk terhubung ke server saat bertransaksi. Di sisi lain, e-money berbasis chip yang ditanamkan di dalam kartu, sehingga tidak membutuhkan perangkat untuk terhubung ke server (Febrilia dkk., 2020).

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016, dompet digital, juga dikenal sebagai dompet elektronik, adalah layanan elektronik yang menyimpan data instrumen pembayaran antara alat pembayaran dan menggunakan kartu atau uang elektronik yang dapat menampung dana untuk melakukan pembayaran. Di Indonesia, banyak e-wallet yang berkembang seperti GoPay, OVO, DANA, LinkAja, Sakuku, DOKU, Mega Mobile, dan iSaku.

Dalam penelitian ini, variabel operasional e-money adalah semua jenis layanan uang digital, tanpa membedakan apakah itu hanya nilai digital atau dompet digital; contohnya adalah m-banking ovo, gopay, shoppeepay, isaku, dan sebagainya.

Menurut (Dewi et al. 2021) indikator Penggunaan E-Money ada 3 yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat dan keuntungan

Manfaat penggunaan teknologi informasi berasal dari keyakinan orang yang menggunakan teknologi informasi untuk memutuskan untuk menggunakannya dan percaya bahwa teknologi akan membantu mereka dalam pekerjaan mereka. Persepsi manfaat mengacu pada sejauh mana orang percaya bahwa menggunakan teknologi akan membantu aktivitas mereka.

2. Kemudahan dalam penggunaan

Salah satu faktor yang menarik perhatian masyarakat saat menggunakan layanan uang elektronik adalah kemudahan penggunaan. Ini didasarkan pada fakta bahwa tampaknya teknologi informasi cukup mudah dipahami dan digunakan.

3. Kepercayaan

Karena *e-money* sangat baru di masyarakat, kepercayaan sangat penting untuk digunakan. Penerbit uang elektronik harus mengutamakan kepuasan pelanggan untuk membuat masyarakat percaya dengan produk mereka.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1** Tabel Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Kesimpulan
1.	(Dewi et al. 2021)	Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri	X <sub>1</sub> : Penggunaan E-Money X <sub>2</sub> : Kontrol Diri  Y : Perilaku Konsumtif	1. Variabel Penggunaan E-Money berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa 2. Variabel Kontrol Diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa
2.	(Sudiro and Asandimitra 2022)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , Uang Elektronik, Demografi, Pengaruh Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	X <sub>1</sub> : <i>Financial Literacy</i> X <sub>2</sub> : Uang Elektronik X <sub>3</sub> : Demografi X <sub>4</sub> : Pengaruh Gaya Hidup X <sub>5</sub> : Kontrol Diri  Y : Perilaku Konsumtif	1. Variabel <i>Financial Literactery</i> terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif 2. Variabel Uang elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif 3. Variabel Demografi berpengaruh secara signifikan

				<p>terhadap perilaku konsumtif</p> <p>4. Variabel Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif</p> <p>5. Variabel Kontrol Diri juga berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif</p>
3.	(Taqwa and Mukhlis 2022)	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi z	<p><math>X_1</math> : Pengaruh Gaya Hidup</p> <p><math>X_2</math> : Literasi Keuangan</p> <p><math>X_3</math> : Demografi</p> <p><math>X_4</math> : E-Payment</p> <p><math>Y</math> : Perilaku Konsumtif</p>	<p>1. Variabel Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif</p> <p>2. Variabel Literasi Keuangan tidak ada pengaruh terhadap perilaku konsumtif</p> <p>3. Variabel Demografi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif</p> <p>4. Variabel E-Payment</p>

				berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif
4.	(Fadhilah 2023)	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	X <sub>1</sub> : Penggunaan Aplikasi Belanja Online X <sub>2</sub> : Pengaruh Gaya Hidup X <sub>3</sub> : Literasi Keuangan  Y : Perilaku Konsumtif	1. Variabel Penggunaan Aplikasi Belanja Online berdampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa secara parsial. 2. Variabel Pengaruh Gaya Hidup secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3. Variabel Literasi Keuangan berdampak positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
5.	(Haq et al. 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan,	X <sub>1</sub> : Pengaruh Literasi Keuangan X <sub>2</sub> : Teman Sebaya	1. Variabel Pengaruh Literasi

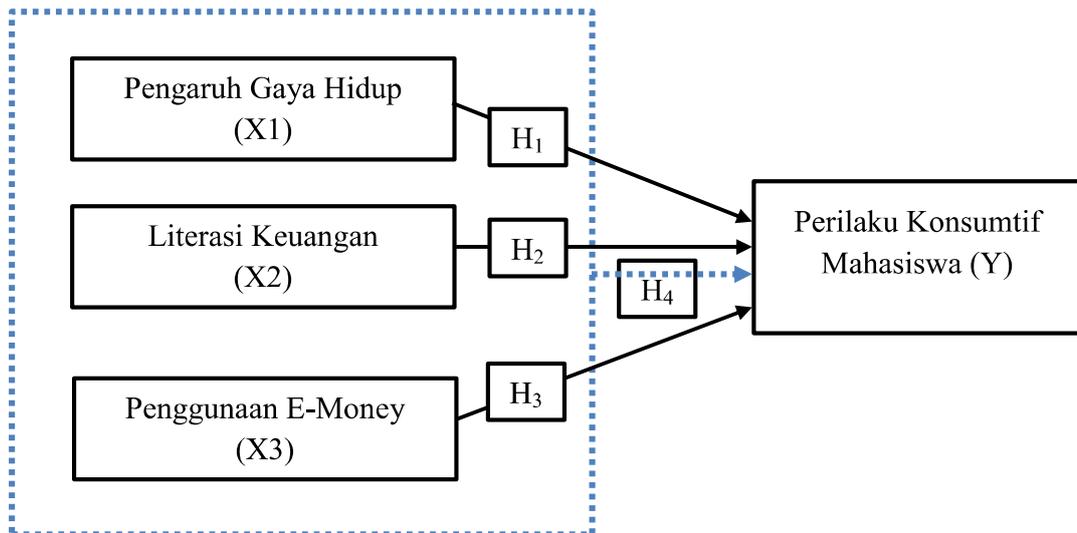
		<p>Teman Sebaya, <i>Electronic Money</i>, Pengaruh Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa</p>	<p><math>X_3</math> : <i>Electronic Money</i> <math>X_4</math> : Pengaruh Gaya Hidup <math>X_5</math> : Kontrol Diri  Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa</p>	<p>Keuangan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>2. Variabel Teman Sebaya tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>3. Variabel <i>Electronic Money</i> memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>4. Variabel Pengaruh Gaya Hidup memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa</p> <p>5. Variabel Kontrol Diri tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku</p>
--	--	--	--	--

				konsumtif mahasiswa
6.	(Nurunnisa et al. 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan Dan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang)	X <sub>1</sub> : Pengaruh Literasi Keuangan X <sub>2</sub> : E-Money  Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa	1. Variabel Literasi Keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa 2. Variabel E-Money secara simultan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa
7.	(Mengga et al. 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Pengaruh Gaya Hidup Dan Control Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja	X <sub>1</sub> : Pengaruh Literasi Keuangan X <sub>2</sub> : E-Money X <sub>3</sub> : Pengaruh Gaya Hidup X <sub>4</sub> : Kontrol Diri  Y : Perilaku Konsumtif Mahasiswa	1. Variabel Literasi Keuangan tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 2. Variabel E-Money tidak berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. 3. Variabel Pengaruh Gaya Hidup

				<p>berpengaruh positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</p> <p>4. Variabel Kontrol Diri berpengaruh positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.</p>
8.	(Nurjanah et al. 2024)	<p>Implikasi penggunaan e-money, literasi keuangan, dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p><math>X_1</math> : Penggunaan E-Money  <math>X_2</math> : Literasi Keuangan  <math>X_3</math> : Sikap Keuangan  <math>Y</math> : Perilaku Konsumtif</p>	<p>1. Variabel Penggunaan E-Money mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> <p>2. Variabel Literasi Keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.</p> <p>3. Variabel Sikap Keuangan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku</p>

				konsumtif.
--	--	--	--	------------

### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

### 2.4 Hipotesis

Hipotesis, pada dasarnya, dirancang untuk menjawab pertanyaan penelitian dan disampaikan dalam bentuk pernyataan yang didasarkan pada penalaran logika yang didasarkan pada teori, temuan penelitian, dan fenomena aktual di lapangan (Yam & Taufik, 2021). Oleh karena itu, penulis memberikan jawaban sementara untuk pertanyaan penulis yang didasarkan pada penalaran logika, yang didasarkan pada teori yang terkait. Dapat dilihat pada gambar kerangka

pemikiran diatas maka dapat diketahui hioptesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

#### **2.4.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi**

Menurut (Mengga et al. 2023) Pengaruh Gaya Hidup, hal ini mencakup aktivitas, minat dan opini yang dimiliki individu kebiasaan Pengaruh Gaya Hidup yang mengalami perubahan dari waktu ke waktu yang relative sangat singkat telah membuat perubahan kearah yang berlebihan didukung lagi dengan adanya perkembangan *smartphone*, *social media* dan *e-commerce* yang membuat masyarakat secara boros membeli barang dan jasa untuk memenuhi Pengaruh Gaya Hidup.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sudiro and Asandimitra 2022) dan (Taqwa and Mukhlis 2022) Menyatakan bahwa Variabel Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil dari penjelasan di atas, hipotesis keempat dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_1$  : Pengaruh Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam.

#### **2.4.2 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi**

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Literasi keuangan dapat diartikan sebagai proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan diri dalam mengelola keuangan pribadi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sudiro and Asandimitra 2022) dan (Nurunnisa et al. 2023) Menyatakan bahwa Variabel Literasi Keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taqwa and Mukhlis 2022) dan (Haq et al. 2023) yang menyatakan bahwa Variabel Literasi Keuangan tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil dari penjelasan di atas, hipotesis keempat dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_2$  : Pengaruh Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam.

### **2.4.3 Pengaruh Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi**

E-Money adalah produk keuangan digital yang menawarkan metode pembayaran non tunai yang lebih efektif daripada pembayaran tunai, biasanya disimpan dalam dompet digital (e-wallet) (Dewi et al. 2021).

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Dewi et al. 2021) dan (Nurjanah et al. 2024) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik. Namun berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mengga et al. 2023) yang menyatakan bahwa Variabel Penggunaan E-Money tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil dari penjelasan di atas, hipotesis keempat dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_3$  : Pengaruh Penggunaan E-Money berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam.

#### **2.4.4 Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi**

Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan cara hidup manusia dalam menjalankan hidupnya, dan menggunakan uangnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, atau hanya sekedar memenuhi keinginan setiap individu. Untuk menjadi mahasiswa yang cerdas dalam mengelola keuangan mereka dan menghindari berbelanja terlalu banyak, pengetahuan keuangan ini sangat penting. Salah satu kemajuan digital di sektor keuangan adalah uang elektronik, yang muncul sebagai hasil dari pesatnya pertumbuhan e-commerce di Indonesia. Pertumbuhan pesat ini disebabkan oleh jumlah pengguna internet yang terus meningkat di Indonesia. Uang elektronik, juga dikenal seperti e-money, ialah instrumen pembayaran yang dilakukan uang elektronik yang disimpan dalam media seperti chip atau server.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Sudiro and Asandimitra 2022) Menyatakan bahwa Variabel Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Money berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Oleh karena itu, berdasarkan hasil dari penjelasan di atas, hipotesis keempat dapat dirumuskan sebagai berikut:

$H_4$  : Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan dan Penggunaan E-Money berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam.