

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, permasalahan keuangan menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan seseorang. Terdapat kecemasan masyarakat terhadap masa depan terkait dengan kurangnya pemahaman persepsi keuangan dalam perencanaan, pengetahuan keuangan dan pembiayaan pribadi (Alqurnia et al., 2023). Hal yang memotivasi tabungan individu dan pilihan investasi individu telah menarik perhatian para pakar keuangan dan pelaku pasar. Ilmu sosial telah banyak menekankan pada pemahaman nilai-nilai keuangan dan bagaimana setiap orang memahami sistem nilai mereka sendiri. Nilai-nilai digunakan untuk menggambarkan masyarakat dan orang-orang, serta untuk menuntun kekuatan pendorong di balik sikap dan perilaku (Brilianti & Lutfi, 2020).

Perilaku keuangan merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari setiap orang. Tentu saja, setiap orang harus memiliki nilai-nilai, pengetahuan dan keterampilan finansial yang memadai agar dapat membuat keputusan finansial yang tepat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, seperti melakukan transaksi finansial, meminjam, menabung, berinvestasi, dan merencanakan masa depan (Neni Nurlelasari, 2022). Perilaku keuangan merupakan suatu pandangan terhadap uang yang ditunjukkan dengan kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran keuangan, menyusun rencana keuangan, anggaran keuangan untuk mewujudkan keputusan keuangan yang tepat. Perilaku keuangan dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi kesejahteraan individu (Putri et al., 2023).

Seperangkat aktivitas yang dapat diamati oleh pakar ekonomi paling tepat menggambarkan perilaku keuangan, yaitu sebagai perilaku yang nyata terutama dipengaruhi oleh identitas, keinginan, pengetahuan, kinerja, pencapaian, karakteristik pribadi, signifikansi, dan faktor psikologis seseorang (Dewi & Caropeboka, 2020). Upaya untuk memahami apa yang mendorong perilaku keuangan sangat penting—terutama mengingat munculnya krisis finansial dan fenomena ekonomi yang umumnya berdampak negatif pada kesejahteraan individu di seluruh kesenjangan sosial (Mishkin, 2020).

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk ekonomi keuangan. Salah satu perkembangan yang paling berdampak adalah meluasnya penggunaan internet. Menurut data dari (Badan Pusat Statistik, 2024), Indonesia memiliki sekitar 212,9 juta pengguna internet pada awal tahun 2024, menandai pertumbuhan sebesar 41,9% selama 5 tahun terakhir. Lonjakan penggunaan internet ini menghadirkan peluang yang cukup besar bagi para pemasar, karena telah memunculkan paradigma bisnis baru yang dikenal sebagai *e-commerce* (Kurniawati et al., 2020). Meningkatnya prevalensi *e-commerce* tidak hanya mengubah praktik bisnis tradisional tetapi juga membentuk kembali perilaku keuangan masyarakat/individu, yang mengarah pada pola pembelian yang lebih mudah dan seringkali lebih impulsif (Chawla & Kumar, 2021). Pembelian impulsif terjadi ketika seorang pelanggan membuat keputusan untuk membeli sesuatu sebagai hasil dari perasaan spontan mereka dan tanpa memperhatikan kemungkinan konsekuensi dari keputusan ini. Rangsangan internal, seperti keadaan emosional

dan preferensi pribadi, berinteraksi dengan rangsangan eksternal seperti iklan dan promosi, memicu respons kognitif dan afektif yang dapat mengarah pada pembelian yang tidak direncanakan (Kursan Milaković & Ahmad, 2023).

Lingkungan daring dapat berkontribusi pada pembelian impulsif karena individu dalam hal ini pelanggan memiliki akses ke berbagai macam produk atau jasa yang berpotensi sesuai dengan keadaan emosional mereka saat mereka sedang menjelajah (Sylvia et al., 2023). Pembelian impulsif merujuk pada suatu paham yang disebut dengan istilah '*hedonisme*'. Hedonisme adalah aktivitas pembelanjaan atau mengeluarkan uang secara berlebihan bukan karena mereka ingin membeli produk atau menggunakan jasa tertentu, tetapi untuk memenuhi kepuasan diri, gaya hidup, atau status sosial (Caruana et al., 2020). Hedonisme hanya melibatkan prioritas kenikmatan yang akan diberikan oleh suatu barang, daripada mempertimbangkan faktor-faktor yang lebih praktis atau finansial. Nilai-nilai memandu perkembangan perilaku dan memengaruhi pilihan tindakan seseorang. Akibatnya, masuk akal jika orang mungkin ingin memasukkan nilai-nilai pribadi yang dipegang teguh ini kedalam pilihan finansial mereka. Sehingga keputusan dan perkembangan perilaku mereka didorong oleh keinginan pribadi tertentu seperti hedonisme (Jenny et al., 2021).

Tantangan praktis yang terkait dengan hedonisme adalah analisis biaya-manfaat yang tidak lengkap sering menyertai perilaku tersebut. Individu sering melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan sepenuhnya konsekuensi keuangan, yang mengarah pada hasil negatif seperti pengeluaran berlebihan, akumulasi utang, atau mengalami penyesalan pembelian (Prajabti et al., 2022).

Kurangnya evaluasi menyeluruh sebelum melakukan pembelian dapat mengakibatkan tekanan finansial, terutama ketika konsumen berulang kali melakukan pembelian impulsif yang memengaruhi stabilitas keuangan jangka panjang mereka. Berdasarkan penelitian oleh (Untara & Ahnjong, 2022) motif hedonis memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku keuangan. Dorongan untuk memuaskan keinginan sesaat atau kebutuhan menjadi kuat ketika motif hedonis terpicu dalam diri individu. Mereka cenderung tergoda melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya (Daudi, 2023).

Bertentangan dengan itu, penelitian lain oleh (Putra et al., 2020) mengungkapkan sebaliknya bahwa perilaku keuangan tidak dipengaruhi oleh hedonisme karena reaksi emosional yang berperan dalam mendorong tindakan seseorang. Motif hedonis mengacu pada dorongan individu untuk mencari kesenangan, kenikmatan, atau kepuasan emosional dalam pengambilan keputusan individu. Ini mencakup upaya untuk mendapatkan kepuasan pengalaman, sensasi positif, atau kepuasan instan dari aktivitas berbelanja atau konsumsi (Andreapuspa & Muhdiyanto, 2022). Individu yang dipengaruhi oleh motif hedonis cenderung mengutamakan aspek emosional dan sensorik dari produk atau layanan, serta kepuasan subjektif yang dihasilkan dari pembelian, bahkan jika itu melibatkan pengorbanan jangka panjang atau pertimbangan yang kurang rasional. Oleh karena itu, motif hedonis memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan. Terutama dalam konteks pembelian impulsif dan pengambilan keputusan belanja yang didorong oleh nilai (Sholihah & Isbanah, 2023).

Nilai seperti hedonisme tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang. Jika hedonisme didasarkan pada nilai dan keinginan, di sisi lain pola pikir akan keterbatasan finansial yang dimiliki juga menjadi tolak ukur dalam menentukan keputusan (Sholihah & Isbanah, 2022). Misalnya, seseorang yang hanya memiliki dua ratus ribu untuk belanjaan sisa bulan ini akan menghitung setiap sen mereka untuk membeli makanan di hari-hari berikutnya. Mereka tidak mencari produk baru yang mahal, melainkan mereka fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar. Sebaliknya, seseorang dengan pola pikir berkelimpahan mungkin akan melakukan serangkaian liburan ke luar negeri dalam beberapa bulan mendatang. Prioritas bergeser melampaui ruang, keuangan, dan lingkup seseorang ke rentang kemungkinan yang lebih luas. Persediaan dan dana yang digunakan untuk mencukupi pengeluaran diperoleh melalui upah/pendapatan, investasi, tabungan, hibah, maupun warisan. Namun, yang paling umum diperoleh melalui pendapatan seseorang ketika bekerja baik secara mandiri maupun bekerja pada orang lain (Kursan Milaković & Ahmad, 2023).

Hidayati (Hidayati et al., 2021) menemukan bahwa orang-orang dari tingkat pendapatan rendah dan tinggi menilai atau tidak menilai situasi keuangan subjektif mereka. Penilaian menimbulkan perilaku pengabaian dan penyempitan perhatian pada situasi tertentu yang relevan. Misalnya, seseorang yang kesulitan membayar belanjaan minggu ini memiliki fokus yang sempit pada kunjungan berikutnya ke toko dan akan mengabaikan sewa bulan depan untuk sementara waktu (Suyadi et al., 2023). Tekanan finansial yang berkaitan dengan status sosial dan persepsi tingkat pendapatan yang lebih rendah dapat berdampak negative pada pola perilaku

dan sosial. Apalagi ketimpangan ekonomi dan kesenjangan pendapatan di Indonesia saat ini terus meningkat disebabkan oleh berbagai faktor mulai dari pendidikan, gaya hidup, kualitas sumber daya manusia, kelompok ras, dan sebagainya (Yuardi Aprilian et al., 2023).

Masalah yang paling mendesak adalah ketimpangan dalam tabungan dari pendapatan yang terakumulasi menjadi kekayaan dari waktu ke waktu. Individu mungkin mengalami berbagai kondisi mental kekurangan sosial (yaitu kekosongan koneksi dengan orang lain) dalam keterbatasan pendapatan (Widyaningtya & Suhartono, 2021). Meskipun seseorang dapat memperoleh penghasilan yang cukup untuk bertahan hidup di masyarakat modern, seseorang masih dapat hidup dengan pola pikir kelangkaan finansial yang mengkhawatirkan mereka tidak akan mampu membayar pengeluaran mereka (Widyaningtya & Suhartono, 2021). Tingkat pendapatan menjadi pertimbangan kondisi seseorang saat ini dalam status ekonomi dan penampilan sosial ketika membuat keputusan. Kemudian persetujuan sosial dari orang lain, secara ekstrinsik menghargai uang yang dibelanjakan untuk kepemilikan yang terlihat. Dengan demikian, beberapa ahli berpendapat bahwa mereka yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi atau rendah akan menimbulkan perilaku menghargai maupun sebaliknya terhadap kepemilikan keuangan (Hayati & Wardhana, 2021).

Hidup diambang ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar karena rendahnya pendapatan memiliki konsekuensi keuangan yang lebih buruk karena ketidakmampuan mendorong seseorang pada perilaku keuangan seperti meminjam uang tanpa pertimbangan yang matang (Nuris et al., 2023). Pada studi kasus,

beberapa orang akan membeli rumah di lingkungan elit yang hampir tidak mampu mereka beli dengan mengambil pinjaman ke bank. Dengan tinggal di lingkungan seperti itu, mereka berharap memperoleh kesuksesan dan kesejahteraan yang lebih besar di daerah tersebut (Marinov, 2023). Dalam masyarakat konsumerisme modern, hidup dalam kemiskinan memiliki stigma negative. Ini berarti harus bekerja beberapa kali pekerjaan untuk melunasi hutang yang berlebihan. Nguyen (Nguyen, 2023) menyiratkan pandangan jangka pendek dan penipisan sumber daya kognitif akibat dari tingkat pendapatan ini dapat mendorong perilaku impulsif yang tidak sehat. Perasaan tidak kompeten, keraguan diri, dan ketidakmampuan pribadi merupakan sumber perilaku kompulsif (misalnya pembelian kronis dan berulang).

Hasil penelitian (Brilianti & Lutfi, 2020) menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan lebih rendah cenderung membayar tagihan lebih lambat daripada responden dengan pendapatan lebih tinggi. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menyelidiki bagaimana pengalaman keuangan dan tingkat pendapatan memengaruhi perilaku keuangan keluarga di Kecamatan Purwokerto Timur. Karena perilaku keuangan saat ini merupakan masalah yang sangat dibahas di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa sebagian besar orang di Indonesia lebih suka melakukan hal-hal untuk kepuasan jangka pendek daripada mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang. Mengambil keputusan dengan cepat tanpa berpikir panjang untuk kebutuhan yang diinginkan daripada kebutuhan yang dibutuhkan merupakan perilaku keuangan (Neni Nurlelarsi, 2022).

Bertolak dari hedonisme dan tingkat pendapatan, mengikuti tren yang mendorong orang untuk meningkatkan perilaku keuangan mereka, para peneliti menemukan bahwa literasi keuangan memainkan peran mendasar dalam memungkinkan keputusan yang bertanggung jawab dan kesejahteraan finansial. Menurut Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy (Çera et al., 2021), literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai “kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai keamanan keuangan seumur hidup” (Morris et al., 2022). Namun, (Tambun et al., 2022) berpendapat bahwa literasi keuangan “bukan hanya pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan, tetapi juga mencakup keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan tersebut guna membuat keputusan yang efektif (Djou & Lukiastuti, 2021).

Studi oleh (Iramani & Lutfi, 2021) memproyeksikan bahwa literasi keuangan menimbulkan keyakinan perilaku seseorang yang memfasilitasi transformasi perilaku melalui sikap positif, yaitu toleransi risiko keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membantu individu memperoleh wawasan tentang sistem keuangan sehingga membekali mereka dengan informasi yang cukup untuk membuat penilaian yang tepat mengenai keuangan mereka (Widyastuti et al., 2020). Dalam hal ini, literasi keuangan dapat mengurangi kerentanan individu terhadap pilihan investasi yang buruk mengenai sumber daya keuangan yang diperoleh dengan susah payah, terutama di dunia skema *Ponzi* yang tidak ada habisnya atau dikenal sebagai skema cepat kaya (Banthia & Dey, 2022).

Kesenjangan pendidikan dalam bentuk literasi keuangan dan pendidikan konvensional merupakan faktor utama yang berkontribusi terhadap ketimpangan pendapatan dan kekayaan karena pendidikan meningkatkan kemampuan individu untuk memperoleh penghasilan (Nuris et al., 2023). Mereka yang berpenghasilan rendah memiliki waktu yang jauh lebih sulit untuk mengubah pendapatan menjadi kekayaan yang langgeng. Bahkan individu yang memperoleh penghasilan tambahan mungkin tidak memahami cara mengelolanya, sehingga gagal mengubah peningkatan gaji mereka menjadi kekayaan (Khalisharani et al., 2022). Beberapa bahkan percaya bahwa literasi keuangan lebih penting daripada pendidikan konvensional dalam menjelaskan variasi dalam kemakmuran rumah tangga. Pendidikan yang lebih baik merupakan solusi parsial untuk mengakhiri ketimpangan ekonomi, oleh karena itu literasi keuangan yang dipasangkan dengan pendidikan tinggi dapat berperan penting dalam meningkatkan perolehan kekayaan (Sahabuddin & Hadianto, 2023).

Meskipun literasi keuangan diasumsikan dapat mendorong perilaku keuangan yang diinginkan dan meningkatkan kesejahteraan finansial, banyak individu tampaknya tidak memiliki literasi keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan hemat biaya (Sholihah & Isbanah, 2023). Para peneliti telah menemukan bahwa buta literasi keuangan merupakan fenomena internasional yang tersebar luas, yang sering kali ditandai dengan perilaku keuangan yang buruk seperti tingkat tabungan pribadi yang rendah atau negatif, gagal berinvestasi dengan bijak, dan kehabisan uang—dan kesalahan langkah ini dapat menyebabkan kesalahan keuangan yang serius dan sering kali

tidak dapat diubah (Sampoerno & Haryono, 2021). Walaupun temuan penelitian sebelumnya hampir bulat menyatakan kurangnya literasi keuangan di kalangan penduduk global dan perlunya perbaikan perilaku keuangan, penyebab buta literasi keuangan dan strategi intervensi yang dibutuhkan untuk mengatasinya masih kurang jelas.

Kondisi buta literasi keuangan sangat rentan terjadi terhadap generasi muda yang merupakan kelompok acuan dan sering mengonsumsi produk untuk mengembangkan rasa memiliki. Generasi muda yang rentan tersebut digolongkan kedalam generasi Z (Gen Z) yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012. Misalnya pada studi kasus penggunaan *smartphone* (Dewi & Caropeboka, 2020). Meskipun penggunaan yang bersifat utilitarian seperti untuk keadaan darurat merupakan salah satu tujuan, kaum muda sering menggunakan *smartphone* untuk alasan hedonis. Warga Norwegia berusia antara 13 dan 20 tahun mempersonalisasi *smartphone* mereka dengan ikon, suara dering, dan aksesoris lainnya, serta berlomba-lomba memiliki *smartphone* dengan merek mahal untuk bersenang-senang daripada untuk tujuan komunikasi informasi (Hayati & Wardhana, 2021). Gen Z yang menganggap materialisme sebagai bagian utama dari kehidupan mereka akan menghabiskan uang untuk menjalani gaya hidup tertentu yang memberi mereka tujuan.

Perilaku menabung dan membelanjakan uang mulai terbentuk sejak usia dini dan dimulai di dalam keluarga dan mencakup metode formal dan informal. Transfer pengetahuan antargenerasi, yang terjadi melalui observasi, pemodelan, diskusi informal, dan pengajaran langsung, semuanya dapat membantu remaja dan pemuda mengembangkan perilaku yang mengarah pada kesejahteraan finansial sepanjang

siklus hidup mereka. Namun, banyak orang tua tidak memiliki pengetahuan, kenyamanan, atau pengalaman untuk mengajarkan anak-anak mereka tentang keuangan pribadi. Karena terdapat kesenjangan yang jelas dalam sosialisasi rumah tangga, para pembuat kebijakan sering kali berupaya untuk mengisi kesenjangan tersebut melalui pendidikan formal.

Diantara Gen Z, kelompok inklusi seperti kelompok ras, kelompok gender, dan kelompok sosial menempati posisi krusial dalam literasi keuangan. Khususnya kelompok gender, yaitu perempuan (Korenkiewicz & Maennig, 2023). Transformatif bagi perempuan, yang secara historis menghadapi hambatan besar terhadap inklusi keuangan dan partisipasi ekonomi. Penelitian menunjukkan bahwa secara ekonomi perempuan yang berdaya cenderung lebih berinvestasi pada keluarga dan komunitas mereka, sehingga mendorong perluasan ekonomi yang lebih luas dan ketahanan masyarakat. Di sisi lain perempuan sering dihadapkan dengan permasalahan pendapatan dan gaya hidup yang hedonis. Misalnya dengan tingkat pendapatan yang terbatas, perempuan harus dihadapkan dengan berbagai kebutuhan seperti pakaian, produk perawatan dan kecantikan, kebutuhan pendidikan, kebutuhan sosial, dan sebagainya (Bhargava et al., 2022).

Terakhir, sekelompok studi empiris utama berpendapat bahwa kurangnya pendidikan dan pengetahuan finansial dapat menyebabkan perempuan gagal menabung cukup untuk masa pensiun, berinvestasi berlebihan pada aset berisiko atau terlalu aman, gagal memanfaatkan keuntungan pajak tertentu, mempertahankan hipotek mahal alih-alih membiayainya kembali, atau bahkan memilih untuk tetap berada di luar sektor keuangan formal sepenuhnya (Saleem et

al., 2021). Studi-studi ini menunjukkan bahwa perilaku tersebut didasarkan pada keyakinan bahwa proses pengambilan keputusan finansial telah menjadi semakin rumit. Pada saat yang sama, sebagai akibat dari perubahan besar dalam lingkungan ekonomi dan demografi, individu menjadi semakin bertanggung jawab atas keputusan finansial mereka sendiri dan konsekuensi dari keputusan tersebut dalam jangka panjang. Perubahan dalam rencana pensiun publik (Tatik et al., 2021), akses yang lebih mudah ke kredit, peningkatan harapan hidup, peningkatan biaya finansial asuransi kesehatan, peningkatan umum dalam aksesibilitas dan kompleksitas produk dan layanan, dan sejumlah faktor lain telah menempatkan pada perempuan bobot keputusan seperti apakah akan mengambil asuransi pensiun swasta, atau berapa banyak yang harus ditabung (Jali et al., 2023).

Literasi keuangan sangat penting dalam memberdayakan individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat, yang khususnya penting bagi perempuan, yang sering menghadapi hambatan signifikan terhadap inklusi keuangan. Pemberdayaan ekonomi merupakan aspek penting dari otonomi perempuan (Araúz Ledezma et al., 2021). (Khawar & Sarwar, 2021) membahas pentingnya kemampuan pengambilan keputusan keuangan dalam mencapai pemberdayaan ekonomi, yang secara langsung ditingkatkan oleh literasi keuangan. Pemberdayaan ini tercermin dalam kemampuan perempuan untuk berpartisipasi dalam ekonomi, menegosiasikan persyaratan ketenagakerjaan yang lebih baik, dan membuat keputusan bisnis yang tepat. Lebih lanjut menunjukkan bahwa literasi keuangan secara langsung mempengaruhi keputusan pembelian perempuan serta pengelolaan keuangan yang terinformasi dan strategis.

Beberapa penelitian menemukan bahwa pengetahuan keuangan mengarah pada perilaku keuangan yang lebih baik (Nuris et al., 2023). Peneliti lain, seperti (Rahayu et al., 2022), justru menemukan bahwa mahasiswa yang mengambil mata kuliah manajemen keuangan pribadi tidak menunjukkan perilaku keuangan yang lebih baik pada tahun-tahun berikutnya dibandingkan mereka yang tidak mengambil mata kuliah tersebut. Dengan mengatasi *research gap* ini, peneliti bertujuan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang implikasi perilaku keuangan yang dipengaruhi oleh hedonisme, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan. Studi perilaku keuangan menarik bagi para kelompok perempuan, peneliti, komunitas bisnis, dan lembaga keuangan untuk mempelajari dinamika perilaku keuangan. Peneliti berpendapat bahwa prediksinya dapat diuji secara empiris dalam perilaku keuangan karena ketidakmampuan keuangan klasik untuk memecahkan perilaku keuangan dan ketidaknormalan pasar yang dihadapi oleh individu. Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengembangkan penelitian dengan *novelty* keterbaruan yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH HEDONISME, TINGKAT PENDAPATAN, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, peneliti mengidentifikasi beberapa masalah:

1. Krisis finansial dan fenomena ekonomi yang umumnya berdampak negatif pada kesejahteraan individu di seluruh kesenjangan sosial.

2. Perilaku keuangan disebabkan oleh sistem nilai diantaranya hedonisme, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan.
3. Perempuan menghadapi hambatan besar terhadap inklusi keuangan dan partisipasi ekonomi sehingga menjadi objek fokus dalam penelitian.
4. Buta literasi keuangan merupakan fenomena global yang sering kali ditandai dengan perilaku keuangan yang buruk.

1.3 Batasan Masalah

1. Peneliti mengenyampingkan dimensi psikologi, terbatas pada dimensi ekonomi dan sosial.
2. Aspek hedonisme hanya sebatas sebuah pandangan dan nilai yang tidak mencakup unsur penyimpangan.
3. Objek fokus utama penelitian adalah perempuan yang teridentifikasi sebagai Gen Z dengan rentang kelahiran tahun 1997 sampai 2012.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan-permasalahan yang kompleks, dicetuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor hedonisme berpengaruh terhadap variabel perilaku keuangan?
2. Bagaimana faktor tingkat pendapatan berpengaruh terhadap variabel perilaku keuangan?
3. Bagaimana faktor literasi keuangan berpengaruh terhadap variabel perilaku keuangan?

4. Bagaimana hedonisme, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menentukan beberapa tujuan dari rumusan masalah di atas. Adapun tujuan penelitian ini meliputi:

1. Menganalisis dan menggali aspek hedonisme yang memengaruhi perilaku keuangan.
2. Menganalisis dan menggali aspek tingkat pendapatan yang memengaruhi perilaku keuangan.
3. Menganalisis dan menggali aspek literasi keuangan yang memengaruhi perilaku keuangan.
4. Menganalisis dan menggali aspek hedonisme, tingkat pendapatan, literasi keuangan yang memengaruhi perilaku keuangan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adanya penelitian ini dimaksudkan untuk bermanfaat dan berguna bagi berbagai pihak yang terkait yaitu:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Dari hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen keuangan sebagai sumber pemahaman bagi segenap pendidik, civitas akademika, dan peneliti lainnya mengenai keterbaharuan dalam perilaku keuangan yang tepat.

1.6.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan berkontribusi sebagai solusi terhadap kurangnya tanggung jawab dan pemahaman individu dalam mengelola keuangan dan memberdayakan individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat.