

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Teori Dasar

2.1.1.1 Teori Perilaku Terencana

Teori perilaku terencana merupakan perilaku seseorang yang dapat diprediksi tidak hanya oleh sikap, norma subjektif dan niat tetapi juga seberapa besar ia percaya bahwa ia memiliki kendali atau kemampuan dan kapabilitas untuk melakukan perilaku tersebut (Pasaribu & Radikun, 2021). Dalam pandangan tradisional tentang perilaku keuangan, masalah informasi dianggap sebagai akibat dari kompleksitas keputusan menabung dan investasi. Teori ini merupakan teori sosial yang menduga perilaku seseorang, alasan utama pengambilan keputusan perilaku merupakan hasil proses penalaran yang dipengaruhi oleh sikap, norma dan pengendalian perilaku (Indrayanti & Iskandar, 2020).

Teori perilaku terencana adalah model lanjutan dari teori tindakan beralasan. Teori ini memprediksi, menjelaskan, dan membuat makna dari perilaku manusia (Dian & Rinaldi, 2021). Argumennya adalah bahwa keinginan individu untuk melakukan suatu tindakan bergantung pada tiga faktor penentu (Maulina et al., 2022): 1.) Sikap terhadap perilaku, pemeriksaan individu terhadap perilaku yang menyangkut apakah itu penilaian negatif atau positif; 2.) Norma subjektif mengacu pada faktor sosial yang memberi tekanan dan pengaruh pada individu mengenai apakah mereka ingin menunjukkan atau tidak menunjukkan perilaku

tertentu; 3) Kontrol perilaku yang dipersepsikan berkaitan dengan persepsi individu terhadap perilaku berkenaan dengan seberapa sulit atau mudahnya penerapan persepsi individu terhadap hambatan yang ada dalam mewujudkan perilaku yang bergantung pada pengalaman masa lalu.

Teori perilaku terencana dibangun berdasarkan teori tindakan beralasan yang menyatakan bahwa perilaku yang dikendalikan oleh individu terjadi karena alasan rasional (Gemilang et al., 2021). Berangkat dari hubungan sikap-perilaku secara langsung, teori tersebut menyatakan bahwa sikap memengaruhi perilaku melalui niat; niat untuk melakukan suatu perilaku merupakan pendahulu perilaku tersebut (Agustina, 2021). Teori perilaku terencana juga mengakui bahwa pengaruh sosial mengubah niat. Norma subjektif adalah tekanan sosial yang dirasakan terhadap niat berperilaku (Pramuki & Wanadri, 2023). Menyimpang dari teori tindakan beralasan, TPB mengakui bahwa kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan suatu perilaku dapat menghambat atau memfasilitasi niat. (Ajzen, 2020) berpendapat:

“Singkatnya, niat berperilaku muncul dari sikap terhadap perilaku tersebut, persetujuan atau ketidaksetujuan yang dirasakan terhadap referensi penting, dan hambatan yang dirasakan untuk melakukan perilaku tersebut. Meta-analisis mendukung model teori perilaku terencana tiga konstruk ini dalam memprediksi niat berperilaku dan perilaku.”(Ajzen, 2020)

Perilaku manusia dapat disebabkan oleh berbagai hal alasan atau kemungkinan, yang berarti keyakinan terhadap harapan orang lain dan adanya faktor yang akan menghambat perilaku tersebut (Bosnjak et al., 2020). Sikap

terhadap perilaku diasumsikan sebagai fungsi dari keyakinan yang mudah diakses mengenai kemungkinan konsekuensi perilaku. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku terencana seseorang antara lain (Pourmand et al., 2020): pengalaman langsung, pengaruh keluarga, teman sebaya, tayangan media massa, pemasaran langsung. Selain itu, indikator sikap keuangan adalah orientasi terhadap keuangan pribadi, filosofi uang, keamanan uang, menilai keuangan pribadi (Tseng et al., 2022).

Dipercayai bahwa untuk membuat keputusan, individu harus mampu memprediksi beberapa variabel yang tidak diketahui, termasuk (Indrayanti & Iskandar, 2020): suku bunga masa depan; ketersediaan berbagai instrumen keuangan yang terus bertambah; kemungkinan risiko dan kinerja investasi; keadaan upah, pajak, dan inflasi di masa depan; rencana pensiun individu; dan bahwa prediksi ini terjadi dalam keadaan keuangan dan ekonomi yang semakin rumit dan tidak pasti. Menurut teori ini, untuk membuat keputusan keuangan yang baik, seorang individu memerlukan nilai dan pengetahuan keuangan serta kemampuan untuk memprosesnya (Sarikhani & Ebrahimi, 2022).

Menurut (Suherman et al., 2023), Teori perilaku terencana merupakan “perluasan dari teori reasoned action/TRA. Dalam TRA dijelaskan bahwa niat seseorang terhadap perilaku dibentuk oleh dua faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku dan norma subjektif”. Sikap adalah evaluasi positif atau negatif individu terhadap kinerja diri dalam perilaku tertentu. Perlu dicatat bahwa sikap pribadi terhadap suatu perilaku bisa negatif atau positif (Aydin & Aydin, 2022). Norma subjektif adalah faktor yang menyebabkan kebanyakan orang percaya bahwa

individu tertentu mengharapkan perilaku khusus dari mereka (Che Nawi et al., 2022). Ini menyiratkan bahwa keyakinan orang-orang di lingkungan terdekat seseorang, dan keyakinan keluarga dan teman, dapat memengaruhi keputusan individu tertentu untuk melakukan perilaku tertentu (Rozenkowska, 2023).

Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan keuangan individu, proses pengambilan keputusan keuangan harus disederhanakan, dan hambatan untuk memproses informasi harus dikurangi – misalnya, dengan mempersempit jumlah opsi yang tersedia (Teixeira et al., 2022). Pada dasarnya, seperti yang ia tunjukkan, ini adalah masalah mempertimbangkan rasionalitas individu yang terbatas. dengan memeriksa kemungkinan partisipasi dalam rencana yang menawarkan berbagai macam dana dan menemukan bahwa rencana dengan dana yang lebih sedikit memiliki tingkat partisipasi yang lebih tinggi (Mehraboun, 2024).

Ada sejumlah kecil literatur yang terus berkembang yang membahas pendidikan keuangan dan proses perubahan perilaku dalam kerangka teoritis. Studi-studi ini menggabungkan beberapa teori psikologis terpenting ke dalam teori perubahan perilaku yang lebih mendasar (Dao et al., 2021). Salah satu kerangka ini adalah Model Perubahan Transteoretis yang menganalisis, misalnya, kapan individu siap untuk (Pilatin & Dilek, 2024): mengambil tindakan, mengubah perilaku mereka secara permanen, dan memperoleh serta memproses informasi dan pendidikan keuangan. Karya-karya terbaru dalam perilaku keuangan juga membahas bagaimana rasa percaya diri yang berlebihan – baik individu maupun kelompok – merupakan penyebab mendasar dari keinginan berlebihan terhadap

risiko yang telah menyebabkan krisis keuangan dan siklus ekonomi, khususnya yang baru-baru ini terjadi. (Pilatin & Dilek, 2024) menyatakan bahwa “rasionalitas terbatas dan penularan sosial merupakan faktor utama yang mendasari krisis keuangan baru-baru ini”.

2.1.2 Teori Variabel Y dan X

2.1.2.1 Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merupakan pengetahuan seseorang yang berkecimpung di bidang keuangan, yang dilatih untuk fokus pada pengelolaan keuangan. Sikap keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan akan memiliki nilai positif dan negatif bagi perilaku keuangan yang diterapkan dan akan mewakili sikap pengelolaan keuangan yang memuaskan (Brilianti & Lutfi, 2020).

Menurut (Saleem et al., 2021), perilaku keuangan didefinisikan “...sebagai setiap perilaku manusia yang relevan dengan pengelolaan uang.” Perilaku keuangan yang paling umum dicatat dalam literatur adalah yang terkait dengan penggunaan uang, kredit, dan tabungan. Inilah sebabnya mengapa literasi keuangan dipandang sebagai cara untuk mendorong perilaku keuangan yang sehat yang mengarah pada keamanan keuangan yang lebih baik di masa pensiun (Kasemharuethaisuk & Samanchuen, 2023). Mengadopsi perilaku keuangan yang memadai sangat bergantung pada pengetahuan keuangan seseorang. Individu yang memiliki kemampuan untuk menggunakan pengetahuan mereka untuk membuat keputusan yang tepat untuk pengelolaan sumber daya keuangan mereka yang efektif cenderung lebih melek finansial (Rina Dwiarti et al., 2024).

Perilaku manusia sangatlah kompleks, dan akibatnya aspek keuangan dari perilaku manusia juga sama atau bahkan lebih kompleks (Andreapuspa & Muhdiyanto, 2022). Perilaku keuangan dipengaruhi oleh sejumlah besar faktor pribadi dan lingkungan. Faktor-faktor yang memengaruhi keuangan rumah tangga dan perilaku keuangan dapat dibagi menjadi dua kelompok utama – faktor eksternal (makro) dan faktor internal (mikro) (Pimonenko et al., 2020). Faktor eksternal meliputi inflasi, suku bunga dan tingkat pengangguran, kualitas produk dan layanan keuangan, dan praktik pemasaran yang dominan. Faktor lingkungan juga meliputi teman sebaya, sekolah, dan media. Salah satu kelas eksternalitas muncul dari aspek posisional konsumsi atau 'mengikuti gaya hidup orang lain'. Yang lebih penting, krisis ekonomi baru-baru ini telah menunjukkan bahwa risiko moral, suasana sosial, dan perilaku mengembara yang tidak disadari juga memengaruhi perilaku finansial (Song et al., 2023).

Faktor eksternal sama untuk semua individu yang tinggal di wilayah geografis dan ekonomi tertentu (Sahabuddin & Hadiananto, 2023). Umumnya, orang tidak memiliki kendali langsung atas sebagian besar faktor ini. Namun, mereka dapat mempersiapkan diri untuk melindungi diri dari perubahan drastis dalam elemen eksternal ini. Faktor internal meliputi nilai-nilai, sikap, keyakinan, pengetahuan, keterampilan, dan praktik individu dan budaya, serta sumber daya keuangan pribadi (Nugraha et al., 2022). Faktor pribadi juga meliputi psikologi individu, kognisi, sejarah keluarga, dll. Faktor-faktor ini berbeda pada setiap orang, dan kebanyakan orang memiliki kendali atas sebagian besar faktor ini. Emosi juga tampaknya menghadirkan pengaruh yang ada di mana-mana dalam proses

pengambilan keputusan keuangan. Faktor-faktor ini telah terbukti terkait dengan partisipasi pasar keuangan, perilaku keuangan, dan partisipasi pendidikan keuangan. Studi telah menunjukkan perbedaan dalam sosialisasi keuangan – pengeluaran, peminjaman, tabungan, dan investasi berdasarkan jenis kelamin, ras, dan etnis (Onodugo et al., 2021).

Literatur ekonomi perilaku mengidentifikasi banyak bias manusia yang menunjukkan bahwa orang tidak selalu bertindak rasional, dan keputusan mereka tidak selalu optimal (Iramani & Lutfi, 2021). Lebih lanjut, literatur tersebut menunjukkan bahwa toleransi risiko berbeda dalam konteks kerugian atau keuntungan, dengan pria yang terlalu percaya diri dalam membuat keputusan keuangan, khususnya keputusan investasi. Perbedaan usia dalam perilaku keuangan dan toleransi risiko juga telah didokumentasikan oleh sejumlah studi penelitian (Rahayu et al., 2022). Perilaku keuangan telah dikaitkan dengan preferensi risiko individu, preferensi waktu, pengetahuan, persepsi, karakteristik pribadi, dan faktor psikologis lainnya. Bentuk bias kognitif yang menciptakan rasionalitas terbatas (lebih dikenal sebagai heuristik atau jalan pintas dalam pengambilan keputusan finansial) pada dasarnya didorong oleh preferensi individu dan literasi finansial. Lebih jauh, ada bukti dalam penelitian neuroekonomi bahwa area otak yang menghasilkan keadaan emosional memproses informasi tentang risiko, yang menunjukkan bahwa emosi memengaruhi keputusan finansial (Tabina Azzahra & Kurnia Fajar Afgani, 2023).

2.1.2.2 Hedonisme

Hedonisme mengacu pada dorongan individu untuk mencari kesenangan, kenikmatan, atau kepuasan emosional dalam pengambilan keputusan konsumen. Ini mencakup upaya untuk mendapatkan kepuasan pengalaman, sensasi positif, atau kepuasan instan dari aktivitas berbelanja atau konsumsi. Dari perspektif teoritis, implikasi hedonisme pada keputusan investasi real estat dapat dilihat melalui lensa keuangan perilaku (Sylvia et al., 2023).

Istilah hedonisme, yang berarti “kesenangan,” “kenikmatan,” atau “kegembiraan” dalam bahasa Yunani, adalah asal muasal nama hedonisme (Subawa et al., 2020). Hedonisme, menurut pandangan Schwartz (Mahmudah & Retnosari, 2022) dikaitkan dengan “keberadaan yang menyenangkan” dan “pemuhan sensual” bagi diri sendiri. Dalam psikologi, hedonisme mengacu pada pencarian kesenangan, yang merupakan alasan utama perilaku individu. Orang yang menganut paham hedonisme memiliki sikap yang positif terhadap kesenangan dan secara aktif mengejar manfaatnya (Sampoerno & Haryono, 2021).

Studi keuangan perilaku ini mengeksplorasi bagaimana keputusan hedonisme dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional. Satu teori yang mungkin relevan dengan implikasi hedonisme adalah teori prospek (Untara & Ahnjong, 2022). Menurut teori prospek, orang cenderung mendasarkan keputusan mereka pada keuntungan dan kerugian yang diharapkan yang mereka rasakan, daripada pada probabilitas objektif. Terkait investasi real estat, investor hedonistik mungkin lebih cenderung berinvestasi pada properti yang menawarkan potensi

kesenangan dan kenyamanan, bahkan jika potensi pengembaliannya lebih rendah daripada opsi investasi lainnya (Mahmudah & Retnosari, 2022).

(Jennyya et al., 2021) meneliti dampak nilai hedonisme (kehidupan yang menyenangkan, kesenangan, kehidupan yang nyaman, kebahagiaan, dan pengakuan sosial), usia, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap preferensi investasi seperti bursa saham, emas batangan, emas, real estat, dan opsi pendapatan tetap di India melalui pemodelan persamaan terstruktur. Temuan penelitian menemukan adanya korelasi substansial antara hedonisme dan preferensi investasi, seperti investasi saham dan properti. Ditemukan pula bahwa usia dan pendapatan memengaruhi hedonisme secara negative (Daudi, 2023).

Motif hedonis memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif. Dorongan untuk memuaskan keinginan sesaat. Keinginan atau kebutuhan menjadi kuat ketika motif hedonis terpicu dalam diri konsumen (Tarka et al., 2023). Mereka cenderung tergoda melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjangnya. Reaksi emosional yang kuat juga berperan dalam mendorong pembelian impulsif. Motif hedonis dapat berupa pengalaman kegembiraan, kepuasan, atau euforia yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif untuk merasakan sensasi positif tersebut (Tarka et al., 2023). Selain itu, pentingnya pengalaman dan sensasi dalam pembelian juga menjadi faktor yang mempengaruhi. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk atau layanan yang menjanjikan pengalaman memuaskan atau sensasi menyenangkan, meskipun hal ini dapat mengakibatkan pembelian impulsif (Putra et al., 2020).

Perbedaan gender dalam perilaku berbelanja telah terdokumentasikan dengan baik dalam literatur. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan pada umumnya lebih dipengaruhi oleh motif hedonis, seperti kesenangan dan kepuasan emosional, dibandingkan dengan laki-laki (Putra et al., 2020). Perempuan sering kali memperoleh lebih banyak kesenangan dari pengalaman berbelanja dan lebih cenderung terlibat dalam pembelian impulsif sebagai akibat dari respons emosional terhadap iklan. Di sisi lain, laki-laki mungkin terlibat dalam pembelian impulsif lebih jarang karena mereka mungkin memprioritaskan aspek fungsional daripada kepuasan emosional. Oleh karena itu, hipotesis moderasi mengenai gender didasarkan pada perbedaan perilaku yang sudah mapan ini (Sholihah & Isbanah, 2022).

2.1.2.3 Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan didefinisikan sebagai “ukuran pendapatan rata-rata yang diharapkan diterima individu selama beberapa tahun. Mengenai tabungan, menurut teori siklus hidup, individu mengelola pendapatan mereka untuk mempertahankan aliran konsumsi yang stabil dari waktu ke waktu, terutama selama usia tua.” (Brilianti & Lutfi, 2020) Teori ini juga berasumsi bahwa individu menabung selama masa kerja mereka dan menggunakan tabungan mereka saat mereka pensiun. Teori mengenai tingkat pendapatan menyatakan bahwa konsumsi saat ini proporsional dengan pendapatan permanen (Mawad et al., 2022).

2.1.2.4 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan untuk mencapai kesejahteraan hidup. Pengetahuan

individu dapat digunakan untuk membuat keputusan tentang produk keuangan yang dapat mengoptimalkan keuangan (Tatik et al., 2021). Sementara itu, (Kurniadi et al., 2022) menjelaskan bahwa “Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan.”

(Mughni Al Hakim et al., 2023) 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”. Menurut (Fitriyah et al., 2023), faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan antara lain jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat pendapatan. Indikator literasi keuangan terbagi menjadi empat aspek, yaitu: Pengetahuan Keuangan Pribadi Secara Umum, Asuransi, Investasi, Tabungan dan Pinjaman. Literasi keuangan tidak terbatas pada pengambilan keputusan investasi yang baik saja, tetapi juga memandu individu dalam menilai, mengevaluasi, dan membuat rencana pensiun yang tepat yang akan berfungsi sebagai sumber pendapatan yang andal dalam jangka panjang (Sukma & Pradana, 2022). (Rahayu et al., 2022) mengartikan literasi keuangan sebagai berikut:

“Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan berbagai keterampilan keuangan secara efektif, termasuk manajemen keuangan pribadi, penganggaran, dan investasi untuk membuat keputusan yang efektif di berbagai konteks keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial individu.”

Adapun (Rapina et al., 2023) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kepemilikan pengetahuan dan keterampilan yang memungkinkan pengelolaan uang

yang efektif dan terinformasi. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan konsep keuangan (Lahiri & Biswas, 2022). Selanjutnya, terdapat perbedaan dalam literasi/pengetahuan keuangan dan tingkat pendidikan individu. Misalnya, seseorang dengan tingkat pendidikan tinggi mungkin tidak memiliki pengetahuan keuangan yang sesuai. Sebaliknya, seseorang yang memiliki tingkat pendidikan rendah mungkin memiliki literasi keuangan yang tinggi. Namun, bukti substansial menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan dapat memprediksi perilaku pengambilan risiko keuangan (Keuangan et al., 2023).

Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan yang dipahami membantu individu dan rumah tangga untuk memenuhi kewajiban keuangan mereka melalui perencanaan yang cermat dan alokasi sumber daya untuk mendapatkan pemanfaatan yang maksimal.

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang sejenis dalam penulisan penelitian ini, yaitu:

Pertama, penelitian terdahulu ini menjadi dasar bagi Peneliti untuk menetapkan usia dan kriteria Generasi Z (Gen Z) dalam fokus penelitian. Diprakarsai oleh Siamak Seyfi, C. Michael Hall & Marianna Strzelecka tahun 2025 yang berjudul **“Gen Z – pioneers or paradox in sustainable tourism?”** menggunakan *mix method* (metode kuantitatif-kualitatif). Berdasarkan penelitian terstruktur Siamak Seyfi, C. Michael Hall & Marianna Strzelecka mengungkapkan Gen Z merujuk pada kelompok demografi setelah Generasi Y (Milenial) dan sebelum Generasi Alpha. Meskipun definisinya sedikit berbeda, secara umum

didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara akhir tahun 1990-an dan akhir tahun 2000-an. Dengan perkiraan pangsa 32% dari populasi global, Gen Z merupakan salah satu kelompok generasi terbesar di seluruh dunia. Kepedulian lingkungan, kebiasaan konsumtif, dan kemudahan menggunakan teknologi menjadi ciri-ciri pembeda Gen Z dengan generasi lainnya (Siamak et al., 2025).

Kedua, penelitian ini menjadi dasar bagi Peneliti untuk memposisikan bahwa Wanita merupakan kaum hedonism dalam fokus penelitian. Diprakarsai oleh Piotr Tarka, Richard J. Harnish, Jasurbek Babaev tahun 2023 yang berjudul **“Hedonism, hedonistic shopping experiences and compulsive buying tendency: a demographics-based model approach”** menggunakan *mix method* survei representative berdasarkan pemodelan persamaan struktural. Dalam penelitian tersebut Piotr Tarka, Richard J. Harnish, Jasurbek Babaev mengungkapkan bahwa hedonisme secara signifikan memengaruhi pembelian kompulsif melalui pengalaman berbelanja hedonistik, sementara efek moderasi menunjukkan bahwa hubungan ini lebih kuat pada individu yang lebih muda, yang mana sebagian besar wanita. Sebaliknya, efek ini tidak signifikan sehubungan dengan tingkat pendidikan konsumen (Tarka et al., 2023).

Penelitian yang diprakarsai oleh Kwame Mireku, et al tahun 2023 yang berjudul **“IS THERE A LINK BETWEEN FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL BEHAVIOUR?”** merumuskan variabel literasi keuangan sebagai variabel X dan perilaku keuangan sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Kwame mengungkapkan adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan perilaku keuangan literasi keuangan memengaruhi perilaku keuangan

dalam bentuk pengambilan keputusan. Menggunakan sampel 204 mahasiswa sarjana dari Malaysia dan Indonesia untuk meneliti hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan (Mireku et al., 2023).

Penelitian yang diprakarsai oleh Colombage V, et al tahun 2020, yang berjudul “Impact of Fashion Involvement and Hedonic Consumption on Impulse Buying Tendency of Sri Lankan Apparel Consumers: The Moderating Effect of Age and Gender” merumuskan variabel konsumsi hedonis sebagai variabel X dan perilaku terencana sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Colombage V, et al mengungkapkan bahwa nilai hedonisme seseorang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan dan perilaku terencana. Selain itu, mereka menemukan bahwa efikasi diri finansial memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap hedonisme (Colombage & Rathnayake, 2020).

Penelitian yang diprakarsai oleh Sharmila Devi R dan Swamy Perumandla tahun 2023 yang berjudul “Does Hedonism Influence Real Estate Investment Decisions? The Moderating Role of Financial Self-efficacy” merumuskan variabel perilaku belanja impulsif sebagai variabel X dan literasi keuangan sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Sharmila Devi R dan Swamy Perumandla mengungkapkan belanja online sudah menjadi bagian dari gaya hidup anak muda urban. Bagi sebagian anak muda urban, berbelanja secara spontan sering kali bersifat impulsif tanpa mempertimbangkan dampaknya terhadap kondisi keuangan mereka. Sebagian anak muda urban membeli produk tertentu secara online, meskipun melebihi anggaran keuangan mereka. Diinisiasi oleh metode kuantitatif dengan 500 pengguna platform digital muda (Sharmila Devi & Perumandla, 2023).

Penelitian yang diprakarsai oleh Tania Morris, et al tahun 2022 yang berjudul “PENGETAHUAN FINANSIAL, KEYAKINAN FINANSIAL DAN KAPASITAS PEMBELAJARAN TERHADAP PERILAKU FINANSIAL: SEBUAH STUDI KANADA” merumuskan variabel pengetahuan finansial sebagai variabel X dan perilaku finansial sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Tania Morris, et al mengungkapkan bahwa literasi keuangan memainkan peran penting dalam menjelaskan perilaku keuangan dan bahwa kapasitas belajar menjelaskan keyakinan keuangan. Secara keseluruhan, hasil menunjukkan bahwa pendidikan keuangan harus ditingkatkan secara signifikan untuk mengurangi kesulitan keuangan yang ada, mencegah munculnya masalah baru, dan mengembangkan serta menerapkan strategi konstruktif untuk mencapai tujuan keuangan tertentu (Morris et al., 2022).

Penelitian yang diprakarsai oleh Sihar Tambun, et al tahun 2022 yang berjudul “PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN KECERDASAN FINANSIAL EDUKASI PERILAKU KEUANGAN SEHAT WANITA MELALUI MOTIVASI INVESTASI” merumuskan variabel literasi keuangan sebagai variabel X dan perilaku keuangan sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Sihar Tambun, et al mengungkapkan tingkat literasi keuangan berbeda-beda dalam hal karakteristik seperti jenis kelamin, tingkat pendidikan, pendapatan, dan usia. Di seluruh dunia, 35% pria melek finansial, dibandingkan dengan 30% wanita. Wanita cenderung memberikan jawaban yang salah untuk pertanyaan literasi keuangan. Mereka juga lebih cenderung menunjukkan bahwa mereka "tidak tahu" jawabannya. Kesenjangan gender ini ditemukan baik di negara

maju maupun negara berkembang. Wanita dianggap memiliki kemampuan finansial yang lebih lemah (Tambun et al., 2022).

Penelitian yang diprakarsai oleh LD Gadi Djou dan Fitri Lukiastuti tahun 2021 yang berjudul “PENGARUH MODERASI LITERASI KEUANGAN TERHADAP HUBUNGAN SIKAP KEUANGAN, EFIKASI DIRI KEUANGAN, DAN KEPUASAN KERJA INTENSITAS PENGAMBILAN KEPUTUSAN KREDIT” merumuskan variabel literasi keuangan sebagai variabel X dan Hubungan Sikap Keuangan, Efikasi Diri Keuangan, dan Kepuasan Kerja sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur LD Gadi Djou dan Fitri Lukiastuti mengungkapkan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan sehat perempuan melalui motivasi investasi, dan edukasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan sehat perempuan melalui motivasi investasi (Djou & Lukiastuti, 2021).

Penelitian berikutnya oleh Piotr Tarka dan Richard J. Harnish tahun 2023 yang berjudul “Toward Better Understanding the Materialism-Hedonism and the Big Five Personality-Compulsive Buying Relationships: A New Consumer Cultural Perspective” merumuskan variabel Materialisme dan Hedonisme sebagai variabel X dan Pembelian kompulsif sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Piotr Tarka dan Richard J. Harnish mengungkapkan hubungan positif antara neurotisme, ekstroversi, dan pembelian kompulsif, yang terjadi melalui nilai-nilai materialistis. Nilai-nilai ini pada gilirannya memicu kebutuhan individu untuk terlibat dalam pengalaman berbelanja hedonistik, yang selanjutnya memengaruhi

pembelian kompulsif. Keterbukaan terhadap pengalaman ditemukan tidak relevan di semua hubungan yang diperiksa (Tarka & Harnish, 2023).

Terakhir penelitian oleh Fredrik Carlsen dan Stefan Leknes tahun 2021 yang berjudul “Mobility and urban quality of life: a comparison of the hedonic pricing and subjective well-being methods” merumuskan variabel Mobilitas dan kualitas hidup perkotaan sebagai variabel X, Hedonic dan kesejahteraan subjektif sebagai variabel Y. Berdasarkan penelitian terstruktur Fredrik Carlsen dan Stefan Leknes mengungkapkan bahwa populasi yang paling banyak bergerak memengaruhi kualitas hidup lebih tinggi dan kualitas hidup di perkotaan mempengaruhi perilaku hedonic individu tau masyarakat secara signifikan (Carlsen & Leknes, 2021).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

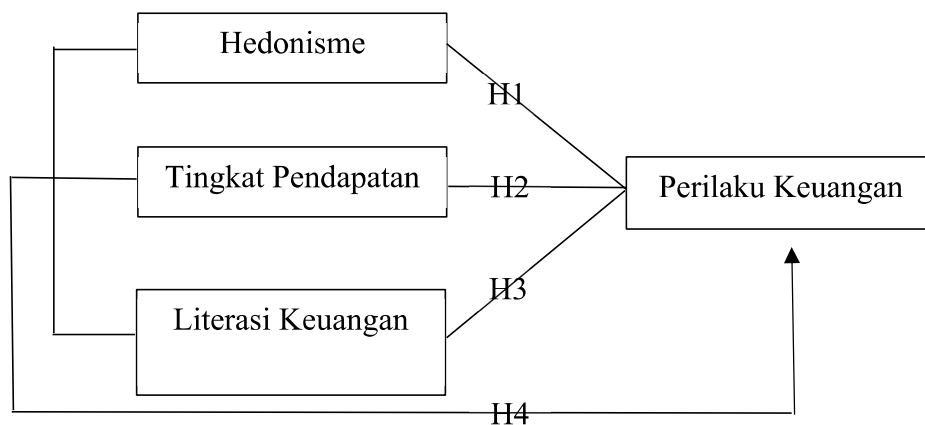
No.	Peneliti	Variabel	Teknik Analisis Data	Hasil Penelitian
1	Kwame Mireku, et al (2023)	Variabel Independen: Literasi Keuangan Variabel Dependen: Perilaku Keuangan	Analisis regresi logistik pada sampel <i>cross-sectional</i>	Adanya hubungan positif antara literasi keuangan dan perilaku keuangan dalam bentuk pengambilan keputusan. Hasil akhir menunjukkan bahwa mahasiswa yang melek finansial cenderung menunjukkan perilaku finansial yang baik. Secara khusus, hasil tersebut menunjukkan bahwa literasi finansial merupakan masukan utama bagi perilaku
2	Colombage V, et al (2020)	Variabel Independen: Konsumsi Hedonis Variabel Dependen: Perilaku Terencana	Analisis statistik desain <i>cross-sectional</i>	Terdapat pengaruh moderasi usia dan jenis kelamin terhadap hubungan antara keterlibatan mode, konsumsi hedonis, dan pembelian impulsif pakaian. Nilai hedonisme seseorang memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan dan perilaku terencana. Selain itu, mereka menemukan bahwa efikasi diri finansial memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap hedonisme.

7	Siamak Seyfi, C. Michael Hall & Marianna Strzelecka (2025)	Variabel Independen: 1. Gen Z 2. Pioneers Variabel Dependen: Sustainable Tourism	mix method (metode kuantitatif- kualitatif)	Gen Z merujuk pada kelompok demografi setelah Generasi Y (Milenial) dan sebelum Generasi Alpha. Meskipun definisinya sedikit berbeda, secara umum didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara akhir tahun 1990-an dan akhir tahun 2000-an. Dengan perkiraan pangsa 32% dari populasi global, Gen Z merupakan salah satu kelompok generasi terbesar di seluruh dunia. Kepedulian lingkungan, kebiasaan konsumtif, dan kemudahan menggunakan teknologi menjadi ciri-ciri pembeda gen Z dengan generasi lainnya.
8	Piotr Tarka, Richard J. Harnish, Jasurbek Babaev (2023)	Variabel Independen: 1. Hedonism 2. Hedonistic Shopping Experinces Variabel Dependen: Compulsive Buying Tendency	mix method survei representative	hedonisme secara signifikan memengaruhi pembelian kompulsif melalui pengalaman berbelanja hedonistik, sementara efek moderasi menunjukkan bahwa hubungan ini lebih kuat pada individu yang lebih muda, yang mana sebagian besar wanita. Sebaliknya, efek ini tidak signifikan sehubungan dengan tingkat pendidikan konsumen.
9	Piotr Tarka, Richard J. Harnish, Jasurbek Babaev (2023)	Variabel Independen: 1. Hedonisme 2. Materialisme Variabel Dependen: Pembelian Kompulsif	Penelitian kuantitatif, cross-sectional dengan analisis PLS SEM	hubungan positif antara neurotisme, ekstroversi, dan pembelian kompulsif, yang terjadi melalui nilai-nilai materialistis. Nilai-nilai ini pada gilirannya memicu kebutuhan individu untuk terlibat dalam pengalaman berbelanja hedonistik, yang selanjutnya memengaruhi pembelian kompulsif. Keterbukaan terhadap pengalaman ditemukan tidak relevan di semua hubungan yang diperiksa.
10	Fredrik Carlsen dan Stefan Leknes (2021)	Variabel Independen: 1. Mobilitas 2. Kualitas Hidup Perkotaan Variabel Dependen: 1. Hedonic2. Kesejahteraan Subjektif	model Rosen-Roback	Populasi yang paling banyak bergerak memengaruhi kualitas hidup lebih tinggi dan kualitas hidup di perkotaan mempengaruhi perilaku hedonic individu tau masyarakat secara signifikan.

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2025

2.3 Kerangka Pemikiran

Generalisasi penelitian menggunakan 3 variabel utama meliputi Hedonisme, Tingkat Pendapatan, Literasi Keuangan menjadi variabel Independen dengan variabel dependen yaitu Perilaku Keuangan. Maka peneliti menggambarkan kerangka penelitian berdasarkan penelitian yang akan dikembangkan, yaitu:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesisi merupakan prediksi mengenai kemungkinan hasil dari penelitian. Menurut Artaya hipotesis merupakan “jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan yang diajukan dalam penelitian.” (Artaya, 2019) yang mana hipotesisi ini belum tentu benar. Hipotesisi dirumuskan berdasarkan hasil telaah peneliti berdasarkan pengujian di lapangan. Maka dibentuk rumusan yang sejalan dengan hasil pengujian di lapangan dan telaah pustaka yang relevan. Adapun hipotesisi dalam penelitian ini sebagai berikut:

2.4.1 Pengaruh Hedonisme Terhadap Perilaku Keuangan

Instrumentalitas, estetika, dan simbolisme dan menganalisis bagaimana parameter ini beradaptasi dengan pelanggan yang berbelanja pilihan pakaian mereka dan menemukan adanya hubungan yang signifikan antara hedonisme dan perilaku keuangan yang dirasakan untuk semua konteks bisnis yang diasumsikan. pengambilan keputusan dan perilaku keuangan terhadap pilihan investasi saham dan menemukan bahwa hedonisme memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku keuangan. Asumsi tersebut menunjukkan bahwa hedonisme memang memainkan

peran penting dalam proses pengambilan keputusan dan perilaku keuangan sebagai mekanisme kognitif:

H_1 : Hedonisme berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.4.2 Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan

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.

H_2 : Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.4.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan (mengenai tabungan, investasi, asuransi, dan lain sebagainya) sehingga dapat mempengaruhi perilaku keuangan individu. Apabila seseorang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik dan mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan keuangan, maka akan lebih mampu dalam berperilaku terhadap keuangannya. Hal ini dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Umniyyah, 2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan. Sementara beberapa penelitian menemukan bahwa pengetahuan keuangan mengarah pada perilaku keuangan yang lebih baik.

H_3 : Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

2.4.4 Pengaruh Hedonisme, Tingkat Pendapatan, Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

Individu saat ini banyak dihadapkan dengan permasalahan ekonomi yang didasari oleh hedonisme tanpa memikirkan efek jangka panjang terhadap pengeluaran, serta keterbatasan tingkat pendapatan yang dapat memengaruhi apakah seseorang akan menghemat dana yang dimiliki atau membeli berbagai kebutuhan dan barang yang diinginkan, namun individu yang memiliki kemampuan untuk menggunakan pengetahuan mereka untuk membuat keputusan yang tepat untuk pengelolaan sumber daya keuangan mereka yang efektif cenderung lebih melek finansial. Ketiga variabel ini menentukan keputusan dan cara seseorang untuk mengasosiasikan perilaku apa yang akan muncul secara normatif sebagai pola kognitif dan afektif.

H_4 : Hedonisme, Tingkat Pendapatan, dan Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan.