

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman menuju kearah modern menyebabkan terjadinya perubahan pola atau corak kehidupan di masyarakat. Perkembangan teknologi informasi serta meluasnya penyebaran globalisasi membuat corak kehidupan menuju kearah modernitas. Perkembangan zaman telah banyak merubah paradigma dan tata nilai hidup manusia, termasuk dalam hal konsumsi. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, telah berubah menjadi kebutuhan primer, dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan malah menjadi kebutuhan primer. Perkembangan zaman memunculkan bentuk perilaku baru dikalangan masyarakat yaitu perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan corak perilaku yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah keinginan mengkonsumsi barang atau jasa tertentu tanpa pertimbangan kebutuhan melainkan pada keinginan untuk menggapai tujuan tertentu sehingga tidak mempertimbangkan pilihan secara rasional.<sup>1</sup> Hal ini didukung oleh penegasan dari Mangkunegara yang menyebutkan perilaku konsumtif dipengaruhi aspek sosial budaya psikologis.<sup>2</sup> Aspek sosial budaya adalah pengaruh eksternal yang berasal dari kondisi sosial dan perkembangan corak hidup (budaya) yang berpengaruh pada individu untuk melakukan pembelian barang dan jasa tidak sesuai dengan kebutuhan. Sedangkan

---

<sup>1</sup>Malik Maya Faisati, "Permissive Parenting and Extrovet". Psikodimensia. Vol. 17 No. 2, 2018, hal. 94

<sup>2</sup>*Ibid.*, hal 94

aspek psikologis merupakan faktor dari dalam individu yang mencakup kepribadian (*self*) individu itu sendiri. Perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringkali konsumen membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan.

Menurut Kotler perilaku konsumen salah satunya dipengaruhi oleh proses belajar dimana individu akan mendapatkan sebuah ilmu pengetahuan yang nantinya akan diterapkan dalam proses pengambilan keputusan dalam berkonsumsi.<sup>3</sup> Proses yang dilalui ini akan mempengaruhi keputusan dalam berkonsumsi. Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu dari proses belajar konsumen secara internal dimana literasi keuangan adalah pemahaman atau pengetahuan konsumen mengenai konsep dasar keuangan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pembelian. Sehingga dengan pengetahuan literasi keuangan yang baik maka dapat mengurangi perilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi konsumen adalah gaya hidup dimana orang dengan kelas sosial dan pekerjaan akan mempengaruhi perilaku konsumsi mereka.<sup>4</sup> Gaya hidup sering kali digambarkan dengan kegiatan, minat, opini seseorang. Kegiatan, minat dan opini seseorang memperlihatkan bagaimana seseorang menghabiskan waktunya, bagaimana seseorang menggunakan uangnya, apa yang menjadi ketertarikan seseorang. Gaya hidup seseorang menunjukkan

---

<sup>3</sup>Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011). Hal. 118

<sup>4</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1* (Jakarta: Erlangga, 2008), hal. 177

pola perilaku dari aktivitas, minat maupun opini jika seseorang memiliki gaya hidup yang selalu menekankan dan mengarahkan pada kesenangan hidup, menghabiskan waktu diluar rumah, menggunakan uang untuk kesenangan yang mengedepankan keinginan. Tentunya hal tersebut menjadikan pola konsumsi seseorang yang tidak baik yaitu cenderung pada perilaku konsumtif. Tuntutan gaya hidup akan membuat generasi milenial menjadi perilaku yang konsumtif khususnya dalam memenuhi kebutuhannya seperti berbelanja. Namun tentunya dengan literasi keuangan yang baik memberikan pengaruh langsung untuk mengurangi perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, yang berpeluang memberikan pengaruh terhadap pembentukan perilaku: sikap, motivasi dan keterlibatan minat dan konsep diri, persepsi, kepribadian, bakat, pengetahuan, hasil belajar dan sumber daya konsumen. Ditinjau dari faktor tersebut, maka perilaku konsumtif seseorang dipengaruhi oleh gaya hidup karena gaya hidup erat kaitannya dengan kepribadian. Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh literasi keuangan karena pengetahuan dan hasil belajar akan berdampak langsung pada perilaku konsumsi individu. Kemudian Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi.

Generasi milenial merupakan generasi yang lahir dalam rentang tahun 1980 hingga 2000. Hal ini dikuatkan oleh pendapat Marcom bahwa generasi

milennial adalah generasi yang terlahir pada periode 1980 hingga 2000.<sup>5</sup>Jovi Adhiguna Hunter mendefinisikan generasi milenial merupakan generasi yang melek teknologi.<sup>6</sup> Ciri milenial yang utama adalah konsumen. Hal itu berhubungan dengan nilai gaya hidup, sikap terhadap media, dan pendidikan milenial yang kemudian semua aspek tersebut mempengaruhi keputusan pembelian juga perilaku konsumsi generasi milenial.<sup>7</sup>Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berupa media sosial banyak memberikan dampak pada kehidupan sosial serta gaya hidup bagi generasi milenial. Selalu tampil mengikuti trend dan eksis , baik di dunia nyata maupun media sosial adalah salah satu contoh perubahan perilaku yang terjadi akibat perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.<sup>8</sup>

Perkembangan internet sejalan dengan perkembangan teknologi informasi yang lain, khususnya personal computer (PC), laptop, netbook, ponsel dan smartphone. Sehingga bagi Milenial, internet sudah bukan lagi menjadi kebutuhan tersier atau sekunder, tetapi kebutuhan primer.<sup>9</sup> Kebiasaan dari generasi milenial tersebut memunculkan inovasi baru di sektor bisnis. Baru-baru ini pada sektor bisnis telah mengalami perkembangan yang dapat memudahkan para konsumennya untuk melakukan pembelian secara online yang biasa kita kenal dengan E-Commerce. Awal dari berkembangnya E-Commerce ini dimulai pada akhir tahun 1990an yaitu dimana istilah E-Commerce mulai dikenalkan secara

---

<sup>5</sup>Mix Marcom, Millenials, (Jakarta: Fantasioous x Loveable, 2018), hal.10

<sup>6</sup>*Ibid.*, hal.10

<sup>7</sup>Rika Yulita Amalia dan Fauziah, *Perilaku Konsumen Milenial Muslim pada Resto Bersertifikat Halal di Indonesia*, Jurnal Of Economics And Business Aseanomics (JEBA) , Vol. 3, No. 2, 2018, hal.204

<sup>8</sup>Taufiq, Mandasari, dan Romdani, *Analisis Faktor-Faktor Pembentuk Konsumsi Status pada Generasi Millennial*, Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 4, No. 2, 2018, hal.144

<sup>9</sup>Purwandi, Milenial Nusantara, (Jakarta: Gramedia, 2017), hal.15

internasional. Layanan E-Commerce ini berawal dari banyaknya online shop yang biasa menjajakan barang dagangannya melalui media sosial. Tetapi online shop ini seperti tidak memiliki tempat sendiri untuk membuka lapaknya, sehingga dengan adanya E-Commerce ini penjual-penjual kecil maupun perusahaan yang besar sekalipun dapat membuat website resmi dari usahanya agar dapat diperjualbelikan secara online.

Kegiatan berbelanja menjadi kegiatan pokok dalam konsumsi dengan menjadi gaya hidup. Belanja secara online merupakan cara berbelanja yang saat ini sedang marak digunakan dalam transaksi jual beli di kalangan masyarakat. Tidak terkecuali di kalangan para generasi milenial. Perilaku belanja secara online ini semakin lama semakin sering dilakukan oleh para generasi millennial. Hal ini dikarenakan akhir-akhir ini sedang booming tentang banyaknya perdagangan elektronik yang biasa disebut dengan E-Commerce. E-Commerce ini merupakan bentuk perdagangan yang dapat melakukan transaksi jual beli yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun, dan tanpa mengenal batas apapun asalkan gadget kita sedang terkoneksi dengan internet. Sehingga, para pembeli tidak perlu susah payah untuk datang ke toko untuk melihat dan membeli barang ataupun jasa yang pembeli inginkan. Karena hanya dengan melihat barang yang diinginkan melalui internet kemudian pembeli dapat langsung memesan barang yang sesuai pilihan dan mentransfer uang sesuai harga yang disepakati, kemudian hanya tinggal menunggu barang dikirim oleh pihak penjual sampai ke alamat yang dituju.

Gaya hidup merupakan pola hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana orang menggunakan waktunya, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan (*interest*) dan apa yang mereka pikir tentang dirinya dan dunia sekitarnya.<sup>10</sup> Gaya hidup juga menunjukkan bagaimana seseorang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan bermasyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dengan individu lainnya. Tingkah laku untuk mendapatkan status sosial juga berpengaruh terhadap gaya hidup konsumtif, sebagai contoh setiap trend baru muncul seperti pakaian, make up, hand bag, sepatu, dan lain sebagainya maka akan segera membeli barang-barang tersebut untuk sebuah pengakuan sosial. Konsumen yang memiliki gaya hidup konsumtif ini bertindak sebagai pelaku dalam penggunaan barang atau jasa yang tersedia di dalam masyarakat. Perilaku konsumen itu sendiri merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Pada konteks perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen dapat didefinisikan sebagai proses memilih salah satu atau lebih alternatif barang atau jasa berdasarkan pertimbangan tertentu. Perilaku konsumen inilah yang mendasari konsumen itu sendiri dalam membuat keputusan pembelian..

Gaya hidup adalah bagaimana cara seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas) apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang dikirkan tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini). Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri konsumen yang berinteraksi dengan

---

<sup>10</sup>Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen, Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas, dan Persepsi Risiko*, (Bogor: IPB Press, 2018), hal. 174

lingkungannya. Gaya hidup konsumtif dimana perilaku berlebih-lebihan dalam menggunakan uang, karena penggunaannya tidak lagi didasarkan atas dasar kebutuhan tetapi lebih mengarah pada pemuasan diri. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar.<sup>11</sup>

Gaya hidup atau dalam istilah modern disebut *lifestyle* merupakan salah satu bentuk ekspresi kehidupan dalam masyarakat modern. Gaya hidup melekat dengan eksistensi atau keberadaan manusia itu sendiri. Gaya hidup merupakan pilihan-pilihan yang ada dalam diri seseorang yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan pola-pola konsumsi.<sup>12</sup> Gaya hidup merupakan salah satu pembeda antara manusia satu dengan manusia lainnya karena setiap orang individu atau seseorang memiliki gaya yang berbeda dalam kehidupan sosial dan ekonomi. Selain itu juga, gaya hidup seseorang lekat kaitannya dengan pengetahuan atau literasi akan hal keuangan atau *financial intelegency*.

Perkembangan sektor perekonomian secara pesat menimbulkan paradigma baru tentang pengetahuan akan pengelolaan uang. Literasi keuangan atau dalam istilah modern disebut *financial intelegency* merupakan pengetahuan seseorang dalam menggunakan uang. Literasi keuangan merujuk pada kebijaksanaan

---

<sup>11</sup>Angga Sandy Susanto, *Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style*, Jurnal JIBEKA, Vol. 7 No. 2, 2013, Universitas Ma Chung Malang, hal 192

<sup>12</sup>Rhenald Kasali, *Membidik Pasar Indonesia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 1998). hal 225

seseorang dalam mengelola keuangan sehingga uang mampu dikelola dengan baik dan berguna bagi kehidupannya. Literasi keuangan sebagaimana pendapat Mandel yang dikutip oleh Bank Indonesia merupakan hal-hal yang harus diketahui oleh seseorang dalam menggunakan uangnya serta keputusan dalam menggunakan uang sehingga penggunaan uang sesuai dengan kepentingan terbaik yang dikehendaki.<sup>13</sup> Literasi keuangan adalah sebagai suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik.<sup>14</sup> Oleh karena itu literasi keuangan penting bagi masyarakat agar terhindar dari kesulitan ekonomi akibat adanya pengelolaan uang yang salah. Adanya pengetahuan keuangan dan literasi keuangan akan membantu individu dalam mengatur perencanaan keuangan pribadi, sehingga individu tersebut bisa memaksimalkan nilai waktu uang dan keuntungan yang diperoleh oleh individu akan semakin besar dan akan meningkatkan taraf kehidupannya.<sup>15</sup> Penggunaan uang yang baik tentu akan menghindarkan jebakan perilaku konsumtif dan berdampak baik bagi kesehatan finansial.

Seseorang dikatakan melek keuangan, ketika memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan tersebut atau bisa dikatakan kecerdasan dalam mengelola keuangan. Kecerdasan yang harus dimiliki manusia modern adalah kecerdasan dalam mengelola asset pribadi, khususnya dalam

---

<sup>13</sup>Bank Indonesia, Pilot Project Peningkatan Akses Jasa Keuangan Pada Kelompok Masyarakat Pesisir Sektor Perikanan Tangkap. (Jakarta: Departemen Pengembangan UMKM Bank Indonesia, 2017). hal 6

<sup>14</sup>Nurlatifah, *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Siswa Dalam Menabung* (Studi Kasus Siswa SMA Negeri Di Kota Lubuk Pakam). (Medan: 2018), hal 2

<sup>15</sup>Farah Margaretha dan Reza Pambudhi, Tingkat Literasi Keuangan pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.17 No.1 2015, hal 77

pengelolaan asset keuangan pribadi. Kecerdasan *financial* bukanlah seberapa banyak uang yang kita hasilkan, melainkan soal seberapa banyak uang yang kita simpan dan seberapa jauh uang itu bekerja untuk kita.<sup>16</sup>

Kabupaten Tulungagung adalah bagian wilayah administratif dari Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Tulungagung terbagi atas 19 wilayah kecamatan dan 271 desa/kelurahan serta memiliki jumlah penduduk 1.039.284 jiwa pada tahun 2019.<sup>17</sup> Seiring dengan perkembangan ekonomi dan modernitas yang mulai merambah dari kota besar menuju kota-kota kecil, Kabupaten Tulungagung juga mengalami transisi dari kehidupan tradisional menuju kehidupan modern. Kondisi ini menggambarkan tingkat perekonomian Kabupaten Tulungagung meningkat dari tahun ke tahun tercermin dari struktur Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB). Berikut data PDRB Kabupaten Tulungagung 2015-2019

**Tabel 1.1**

**PDRB Kabupaten Tulungagung 2015-2019 (dalam miliar rupiah)**

Pendapatan Domestik Regional Bruto (ADHB)	Jumlah
2015	28.418,30
2016	31.126,13
2017	33.640,18
2018	36.496,00
2019	39.215,49

Sumber: BPS Kabupaten Tulungagung

<sup>16</sup>Galuh Widitya Qomaro, *Tinjauan Literasi Keuangan Bagi Santri Pondok Pesantren Madura : Studi Kasus Pondok Pesantren Syaichona Kholil Kabupaten Bangkalan*, JES, Vol. 2 No. 1, 2017, Universitas Trunjoyo Madura

<sup>17</sup>BPS Kabupaten Tulungagung, “Jumlah Penduduk (Jiwa) 2018-2020(<https://tulungagungkab.bps.go.id/indicator/12/28/1/jumlah-penduduk.html>) Diakses pada 04 Februari 2020 pada pukul 13.25 WIB)

Jika di telaah lebih lanjut, struktur PDRB Kabupaten Tulungagung meningkat dari tahun. Pada tahun 2016 PDRB Kabupaten Tulungagung sebesar 28.418,30 miliar rupiah meningkat menjadi 39.215,49 miliar rupiah pada tahun 2019. Bila ditinjau lebih jauh, pengeluaran konsumsi rumah tangga adalah jenis pengeluaran tertinggi dalam PDRB Kabupaten Tulungagung. Berikut data pengeluaran konsumsi rumah tangga dalam PDRB Kabupaten Tulungagung tahun 2015-2018

**Tabel 1.2**

**Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga 2015-2018 (dalam juta rupiah)**

Jenis Pengeluaran	2015	2016	2017	2018
Konsumsi Rumah Tangga	19.625.139,58	21.219.015,04	22.805.372,04	24.720.925,01

Sumber: BPS Kabupaten Tulungagung

Secara umum, tingkat konsumsi rumah tangga cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Konsumsi rumah tangga tahun 2016 sebesar 19.625.139,58 juta rupiah meningkat menjadi 24.720.925,01 juta rupiah pada tahun 2018. Bila ditinjau lebih lanjut, konsumsi rumah tangga menyumbang 63,38% terhadap struktur PDRB Kabupaten Tulungagung pada tahun 2018. Sedangkan bentuk konsumsi rata-rata masyarakat Kabupaten Tulungagung dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.3**

**Rata-rata pengeluaran perkapita sebulan menurut jenis pengeluaran  
Kabupaten Tulungagung 2015-2016**

Jenis Pengeluaran	Pengeluaran Per Kapita Sebulan			
	Nominal (dalam rupiah)		Persentase	
	2015	2016	2015	2016
Makanan	375.425	399.428	47,57	48,22
Non Makanan	414.811	179.276	52,43	51,78
-Perumahan	189.461	101.448	23,94	21,78
-Barang dan Jasa	93.549	26.011	11,82	12,25
-Pakaian	27.759	67.942	3,51	3,14
-Barang Tahan Lama	64.014	54.942	8,09	8,20
-Lainnya	40.028	54.168	5,06	6,54
-Jumlah	791.236	828.273	100,00	100,00

Sumber: BPS Kabupaten Tulungagung

Pengeluaran konsumsi masyarakat Kabupaten Tulungagung dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Adapun pengeluaran untuk makanan pada tahun 2015-2016 mengalami peningkatan dari 47,57% - 48,22% sedangkan pengeluaran untuk non makanan mengalami penurunan dari 52,43% - 51,78%. Pengeluaran non makanan didominasi untuk perumahan, barang dan jasa, pakaian, barang tahan lama dan lainnya. Namun demikian, persentase terbesar ini untuk pengeluaran perumahan. Ini menunjukkan bahwa keadaan ekonomi masyarakat kabupaten tulungagung mengalami peningkatan karena kemampuan rumah tangga untuk melakukan pembelian mengalami peningkatan.

Salah satu kelompok penyumbang konsumsi rumah tangga di Kabupaten Tulungagung adalah generasi milenial. Berikut data jumlah generasi milenial di Kabupaten Tulungagung mencapai 221.218 atau sekitar 21,2% dari total keseluruhan penduduk dengan rincian:

**Tabel 1.4**

**Kelompok umur generasi milenial di Kabupaten Tulungagung**

Umur	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
20-24	33.079	35.516	68.595
25-29	34.538	38.004	75.542
30-34	36.294	40.787	77.081
Total	104.511	114.307	221.218

Sumber: BPS Kabupaten Tulungagung

Dengan komposisi usia milenial yang cukup banyak di Kabupaten Tulungagung turut andil dalam munculnya gejala perilaku konsumtif terutama pada kasus belanja *online*. Hal ini tentu selaras dengan gaya hidup atau ekspresi diri dari kehidupan manusia modern. Gaya hidup juga selaras dengan literasi keuangan yang dimiliki oleh seseorang. Berangkat dari permasalahan yang ada pada latar belakang, peneliti mengajukan penelitian yang berjudul ***Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Tulungagung.***

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian mencakup hal-hal yang menjadi permasalahan yang diangkat dalam penelitian meliputi:

1. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, Maka dapat ditarik tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung
2. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif belanja online pada generasi milenial di Kabupaten Tulungagung

## **D. Kegunaan Penelitian**

Kegunaan penelitian mencakup manfaat dari tujuan diadakannya penelitian. Tujuan penelitian ini meliputi:

### **1. Kegunaan Teoritis**

Kegunaan teoritis mencakup fungsi penelitian sebagai sarana mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif belanja *online* pada generasi milenial Besar harapan penelitian ini bermanfaat sebagai referensi/pijakan penelitian selanjutnya.

### **2. Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis mencakup fungsi penelitian sebagai sarana untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan terutama untuk mengaplikasikan teori yang terkait dengan gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif belanja *online* pada generasi milenial.

## **E. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup merupakan suatu batasan yang memudahkan dilaksanakannya penelitian agar lebih efektif dan efisien untuk memisahkan aspek tertentu terhadap suatu objek. Sedangkan pembatasan masalah merupakan usaha untuk menetapkan batasan dari masalah penelitian yang akan diteliti. Ruang lingkup penelitian berisi penjelasan tentang variabel dan indikator-indikator dalam penelitian mencakup:

## A. Variabel

### 1) Variabel Bebas (X)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini mencakup:

#### a. Gaya Hidup (X1)

Gaya hidup mencakup ekspresi diri kehidupan masyarakat modern yang berkaitan dengan kehidupan sosial dan kehidupan ekonomi. Gaya hidup sebagaimana definisi dari Kotler (2008) didefinisikan sebagai pola ekspresi kehidupan seseorang yang dituangkan kedalam psikografis.<sup>18</sup> Dari definisi Kotler, dirumuskan sub variabel dan indikator gaya hidup sebagai berikut:

- a) Aktivitas
- b) Minat
- c) Opini

#### b. Literasi Keuangan (X2)

Literasi keuangan mencakup hal-hal yang mencakup kecerdasan dan pengetahuan tentang pengelolaan uang. Meminjam definisi dari Financial Planning Standards Board Indonesia sebagaimana yang dikutip OJK (2019) merupakan bentuk manajemen atau perencanaan keuangan secara jelas dan terpadu.<sup>19</sup> Dari definisi tersebut dirumuskan indikator penelitian sebagai berikut:

---

<sup>18</sup>Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip Prinsip Pemasaran. (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008). Hal 171

<sup>19</sup>Otoritas Jasa Keuangan, Perencanaan Keuangan Seri Literasi Perguruan Tinggi. (Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan: 2019). Hal 25

- 1) Pengetahuan keuangan
- 2) Pengelolaan/manajemen uang
- 3) Pengetahuan tabungan dan investasi
- 4) Pengetahuan mengenai risiko

## 2) Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang terpengaruh oleh variabel bebas. Berikut variabel terikat dalam penelitian ini mencakup:

### c. Perilaku Konsumtif Belanja Online (Y)

Perilaku konsumtif merupakan gejala perilaku/pola konsumsi secara berlebihan dengan prioritas keinginan daripada kepentingan. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Erick Fromm (1955) yang dikutip oleh Malik (2018) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai sarana kepuasan sosial dengan membeli barang dan jasa tanpa memperdulikan fungsi dasar barang dan jasa tersebut.<sup>20</sup> Belanja *online* merupakan belanja yang dilakukan secara daring tidak dengan tatap muka. Berikut Indikator Perilaku konsumtif

- a) Membeli produk karena terobsesi dengan hadiah
- b) Membeli barang karena kemasan menarik
- c) Membeli produk demi menjaga eksistensi diri
- d) Membeli produk berdasar harga bukan manfaat atau kegunaan
- e) Membeli produk untuk menjaga status sosial
- f) Penilaian produk mahal meningkatkan rasa percaya diri

---

<sup>20</sup>Malik Maya Faisati, "Permissive Parenting and Extrovet". Psikodimensia.Vo. 17 No. 2, 2018, hal. 97

g) Mencoba lebih dua produk sejenis dengan merk berbeda

#### B. Subyek Penelitian

Generasi milenial dengan kelompok umur 20-34 tahun yang terdapat di wilayah Kabupaten Tulungagung.

#### C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah wilayah Kabupaten Tulungagung.

### F. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini definisi operasional yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y). Perilaku konsumtif merupakan suatu perbuatan mengkonsumsi barang atau jasa diluar batas kebutuhan tanpa mempertimbangkan rasional dan hanya mementingkan keinginan semata yakni pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, pemborosan dan inefisiensi biaya.

#### 2. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (variabel dependen). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

a) Gaya Hidup ( $X_1$ )

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dilakukan, apa yang dipikirkan terhadap segala hal disekitarnya, dan seberapa jauh peduli dengan hal tersebut.

b) Literasi Keuangan ( $X_2$ )

Suatu rangkaian proses atau kegiatan untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan keyakinan (*confidence*) seseorang agar mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan Penulisan skripsi ini disusun menjadi tiga bagian yaitu bagian awal, bagian utama dan bagian akhir.

Bagian awal, terdiri dari : halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

Bagian utama terdiri dari : bab pertama pendahuluan, terdiri dari : latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, sistematika skripsi. Dalam bab pertama telah dijelaskan hal-hal yang melatarbelakangi penelitian ini. Selain itu juga telah dijelaskan maksud dan tujuan

mengambil penelitian ini. Kemudian diperjelas dengan adanya bab kedua, yaitu yang lebih menekankan mengenai penelitian ini.

Bab kedua landasan teori, terdiri dari teori yang membahas variabel/sub variabel pertama, teori yang membahas variabel/sub variabel kedua, dan seterusnya [jika ada], kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual, dan hipotesis penelitian (jika diperlukan). Dalam bab kedua telah dijelaskan mengenai penegasan teori serta penelitian terdahulu mengenai penelitian ini. Selain itu telah dijelaskan juga kerangka konseptual dan hipotesis penelitiannya sehingga dalam bab ketiga akan dijelaskan lebih lanjut dari hipotesis penelitiannya yaitu mengenai metodologi penelitiannya.

Bab ketiga metode penelitian, terdiri dari: berisi pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukuran, teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian, analisis data. Dalam bab ketiga telah dijelaskan mengenai metode penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sehingga dalam bab keempat akan dilanjutkan bagaimana implementasi metode penelitian yang telah ditulis dalam bab ketiga tersebut.

Bab keempat hasil penelitian, terdiri dari : hasil penelitian (yang berisi deskripsi data dan pengujian hipotesis. Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian yang selanjutnya pada bab kelima akan dibahas mengenai pembahasan dari hari penelitian tersebut.

Bab kelima pembahasan, berisi pembahasan data penelitian dan hasil analisis data. Di bab ini akan diuraikan secara lengkap mengenai hasil penelitian dan akan disimpulkan pada bab keenam.

Bab keenam penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran atau rekomendasi.

Bagian akhir, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, surat pernyataan keaslian skripsi, dan daftar riwayat hidup.