

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk hidup tentunya memiliki kebutuhan yang beragam, sehingga mereka akan melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi ini penting dilakukan karena menyangkut pemenuhan kebutuhan hidup manusia. Jika tidak terpenuhi, kelangsungan hidup mereka akan terganggu.² Menurut teori Abraham Maslow menyatakan bahwa, “manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Konsumen yang telah berhasil memenuhi kebutuhan dasarnya seperti sandang, pangan, dan papan, maka kebutuhan lainnya yang lebih tinggi biasanya muncul, dan begitulah seterusnya.”³

Perilaku konsumsi umumnya bertujuan untuk membeli barang/jasa yang benar-benar dibutuhkan manfaatnya dan telah mempertimbangkan banyak hal sebelum membuat keputusan. Namun, sekarang ini sudah terjadi perubahan pola perilaku akibat masuknya era globalisasi yang membawa pengaruh terhadap segala aspek kehidupan. Dengan hadirnya teknologi digital yang semakin canggih, salah satunya seperti terciptanya sistem perdagangan berbasis internet membuat manusia lebih mudah dalam memenuhi kebutuhannya. Meskipun begitu, hal tersebut juga memiliki dampak negatifnya, yaitu dapat mengubah pola

² Reysa Anggita Wahyudi dan Rochmawati, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya,” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 8, no. 2 (2020): 52–53, <https://doi.org/10.26740/jpak.v8n2.p52-62>

³ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran)* (Yogyakarta: CV. IDEA Press Sejahtera, 2021), hlm. 36

konsumsi masyarakat, terutama dalam hal berbelanja menjadi lebih konsumtif dan sulit diatur.⁴

Manusia dalam membeli barang/jasa terkadang tidak memikirkan apakah hal tersebut memang diperlukan atau hanya menjadi keinginan saja. Ketika ia tidak bisa membedakan antara kebutuhan dengan keinginan, maka dapat menimbulkan masalah bagi diri individu dengan cenderung untuk berperilaku konsumtif. Perilaku ini membuat manusia menjadi berlebihan dalam membeli sesuatu, sehingga berujung pada sifat boros dan berdampak pada kondisi keuangan yang tidak stabil.⁵ Perilaku konsumtif bukan perilaku yang patut dibanggakan, karena perilaku ini membuat manusia cenderung tidak akan pernah merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dan akan terus membeli apapun yang menjadi keinginannya.⁶ Sebagai makhluk ekonomi, manusia seharusnya bertindak rasional dengan mempertimbangkan sebab dan akibat ketika mengambil sebuah keputusan dalam memenuhi kebutuhannya agar tidak merugikan diri sendiri.⁷

⁴ Novita Febrianty dan Moh Faizin, “Pengaruh Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z Di Kota Madiun,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2022): 133, <https://doi.org/10.37058/jes.v7i2.5482>

⁵ Isfi Sholihah et al., “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa Jero Gunung Kecamatan Sakra Barat Kabupaten Lombok Timur,” *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)* 7, no. 2 (2023): 748–755, <https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.24949>

⁶ Subagio, “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Pendidikan Olahraga Dan Kesehatan (FPOK) IKIP Mataram,” *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)* 3, no. 3 (2019): 263–275, <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/935/888>

⁷ Iskandar dan Rahmayanti, “Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi,” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 9, no. 2 (2018): 93–104, <https://doi.org/10.17509/jimb.v9i2.19749>

Perilaku konsumtif bisa terjadi pada semua kalangan, tidak terkecuali pada generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997-2012. Saat ini usia mereka rata-rata berada di kisaran remaja hingga pertengahan 20-an. Perilaku konsumtif sangat dominan pada masa remaja. Sebab dari sudut pandang psikologis, masa remaja merupakan masa dimana seseorang sedang mencari jati diri sehingga mudah dipengaruhi oleh lingkungan luar. Mereka biasanya suka mencoba hal-hal baru karena mengikuti tren dan gengsi. Jika remaja tidak bisa mengontrol diri, mereka akan terus mengikuti keinginannya yang memungkinkan untuk berperilaku konsumtif dan cenderung memaksakan keinginannya untuk membeli barang/jasa dengan cara apapun.⁸

Pada situasi di lapangan berdasarkan pengamatan yang peneliti lakukan, peneliti menemukan fenomena perilaku konsumtif pada generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Berikut data jumlah generasi Z di Kabupaten Tulungagung.

Tabel 1. 1 Penduduk Menurut Kelompok Usia dan Jenis Kelamin di Kabupaten Tulungagung

Kelompok Usia	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
16-19	39.520	37.210	76.730
20-24	39.810	38.280	78.090
25-27	39.550	37.910	77.460
Total			232.280

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung, 2023

Tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah generasi Z di Kabupaten Tulungagung sebanyak 232.280 jiwa. Dengan

⁸ Reysa Anggita Wahyudi dan Rochmawati, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya," *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 8, no. 2 (2020): 53, <https://doi.org/10.26740/jpak.v8n2.p52-62>

komposisi usia generasi Z yang cukup banyak di Kabupaten Tulungagung turut andil dalam munculnya gejala perilaku konsumtif. Beberapa dari mereka sering memanfaatkan uang dan waktunya seperti untuk nongkrong di cafe, apalagi semakin banyak *coffe shop* yang berdiri di Tulungagung. Selain itu, mereka juga sering berbelanja barang untuk meningkatkan penampilan ataupun mengikuti tren yang sedang populer. Apalagi generasi Z tumbuh di era digital dan internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Tabel 1. 2 Persentase Penggunaan Internet oleh Generasi Z Kabupaten Tulungagung

Kelompok Usia	Generasi Z yang Menggunakan Internet
16-18 Tahun	24,79%
19-24 Tahun	36,75%
25-27 Tahun	38,46%

Sumber: BPS, Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas), 2023

sBerdasarkan data pengguna internet di Kabupaten Tulungagung tahun 2023 di atas, generasi Z yang menggunakan internet terbilang cukup tinggi. Diketahui kelompok usia 25-27 tahun mempunyai proporsi pengguna internet remaja tertinggi, yakni 38,46 persen, disusul generasi Z usia 19-24 tahun sebanyak 36,75 persen, dan generasi Z usia 16-18 tahun paling bawah sebanyak 24,79 persen. Kehadiran internet telah membuat generasi Z terikat dengan dunia maya. Dengan memiliki pengetahuan tinggi dalam menggunakan *platform online*, membuat mereka lebih mudah dan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Adanya perkembangan teknologi saat ini membuat generasi Z cenderung memiliki gaya hidup yang berorientasi pada konsumen, lebih tertarik pada iklan media

sosial, promo, diskon dan sering berbelanja *online*.⁹ Menurut hasil studi Populix, 68 persen generasi Z mengaku sering belanja online di *e-commerce*. Kelompok usia tertinggi diisi oleh kalangan usia 18-21 tahun sebesar 35 persen dan 22-28 tahun sebesar 33 persen. Generasi Z usia < 18 tahun berada di posisi bawah yaitu sebesar 18 persen.¹⁰

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat konsumtif seseorang, di antaranya yaitu pendapatan, gaya hidup, dan literasi keuangan. Pada hakikatnya pendapatan merupakan hasil dari pengorbanan materiil yang dilakukan seseorang untuk menunjang kebutuhan sehari-hari. Pendapatan adalah hal yang sangat penting bagi semua orang, termasuk generasi Z yang memiliki beragam kebutuhan dan keinginan. Ketika mereka memiliki uang, maka kegiatan konsumsi akan terjadi. Pendapatan yang mereka miliki digunakan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhannya, baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, atau bahkan kebutuhan tersier.¹¹

Sumber pendapatan setiap generasi Z diperoleh secara berbeda-beda. Ada yang memperolehnya dari upah kerja (gaji), hasil bisnis mereka, ada pula yang memperolehnya sebagai uang saku yang diberikan oleh orang tua, serta pendapatan yang diperoleh dari sumber lain.¹² Pendapatan yang mereka miliki,

⁹ Nurma Hasanah et al., “Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi Di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan,” *MES Management Journal* 2, no. 1 (2023): 2--3, <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36>

¹⁰ Populix, “Riset Populix: Tren Belanja Online Masyarakat Indonesia”, dalam <https://info.populix.co/>, diakses 27 April 2025

¹¹ Agata Safira Rahma Dany dan Ari Susanti, “Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 2, no. 4 (2023): 453–454, <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4452> .

¹² *Ibid.*, hlm. 453–454

biasanya digunakan untuk membeli barang/jasa yang diinginkan. Apalagi ketika pendapatannya meningkat, hal tersebut dapat memicu mereka untuk menggunakan uang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan pengeluaran lain. Mereka tidak mengelola uangnya dengan baik, sehingga akan kesulitan dan kekurangan uang untuk memenuhi kebutuhan lainnya ketika uang yang dimiliki sudah habis.¹³

Tingkat pendapatan dapat menjadi penentu perilaku konsumtif individu. Ketika pendapatan seseorang meningkat maka pola konsumtifnya akan semakin tinggi. Begitu pula sebaliknya, ketika pendapatan menurun maka pola konsumtif seseorang juga akan menurun. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Elchi Rahmita¹⁴, Agata Safira Rahma Dany dan Ari Susanti¹⁵, serta Fauzan Bahamarianto Fajirin dan Rachma Indrarini¹⁶ yang mengatakan bahwa pendapatan berpengaruh secara positif signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Faktor kedua yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu gaya hidup. Gaya hidup merupakan cara seseorang dalam memanfaatkan uang, waktu, dan aspek lainnya dalam kehidupan

¹³ Yola Armelia dan Agus Irianto, "Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Ecogen* 4, no. 3 (2021): 419–420, <https://doi.org/10.24036/jmpe.v4i3.11509>

¹⁴ Elchi Rahmita, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Yang Dimoderasi Oleh Kontrol Diri," *Jurnal Cahaya Mandalika* 3, no. 2 (2023): 279–289, <https://ojs.cahayamandalika.com/index.php/JCM/article/view/1528/1271>

¹⁵ Dany dan Susanti, "Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta",hlm. 453—463

¹⁶ Fauzan Bahamarianto Fajirin dan Rachma Indrarini, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada New Normal (Studi Kasus Masyarakat Muslim Usia Produktif Di Surabaya)," *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (2021): 156–167, <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p156-167>

sehari-hari. Gaya hidup konsumen ditandai oleh ketertarikan seseorang terhadap simbol-simbol tertentu yang mencakup kebiasaan sehari-hari, hobi, sikap, aktivitas sosial, serta kecenderungan untuk memilih barang mewah, cinta terhadap sesuatu yang berlebihan dan tanda-tanda yang menunjukkan status sosial.¹⁷ Menurut Survei Statista 2023, 66 persen generasi Z pernah melakukan pembelian secara impulsif karena terpengaruhi oleh tren dan iklan di media sosial. Angka ini menunjukkan seberapa besar dampak teknologi dan gaya hidup digital terhadap perilaku konsumtif.¹⁸ Pengguna media sosial di Indonesia memang didominasi oleh generasi muda. Berdasarkan laporan Datareportal 2024, sekitar 75 persen pengguna media sosial di Indonesia berusia antara 16-34 tahun, dengan proporsi pengguna pria dan wanita yang hampir seimbang.¹⁹ Mudah-mudahan akses internet dan media sosial ini membuat beberapa generasi Z menjadi bergaya hidup hedonis, selalu mengikuti tren, dan FOMO (*Fear of Missing Out*) atau merasa tidak mau ketinggalan. Mereka berperilaku konsumtif untuk meningkatkan rasa percaya diri dan menunjang gengsi.²⁰ Akibatnya, mereka menghabiskan waktu dan

¹⁷ A. A. Gede Putra Perbawa Dharma Yoga dan I Putu Arya Dharmayasa, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pergaulan Teman Sebaya, Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Di SMAS Laboratorium Undiksha Singaraja," *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi* 11, no. 2 (2023): 290, <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v11i2.68801>

¹⁸ Wiwik Tri Ernawati, "Generasi Z Dan Doom Spending: Bagaimana Media Sosial Mengendalikan Dompot Kita," dalam <https://www.kompasiana.com>, diakses 27 April 2025

¹⁹ Mindspire, "Data Pengguna Media Sosial Indonesia", dalam <https://mindspire.id/>, diakses 27 April 2025

²⁰ Firyal Naufali Muttaqin, Leny Noviani, dan Sudarno, "Pengaruh Media Sosial, Literasi Ekonomi, Dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)* 10, no. 3 (2020): 237-46, <https://doi.org/10.26740/jupe.v10n3.p237-246>

uang demi kesenangan tanpa mempertimbangkan apakah hal itu diperlukan atau tidak.²¹

Seseorang yang bergaya hidup hedonis, cenderung akan menjadi lebih konsumtif. Semakin tinggi gaya hidup seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, begitupun sebaliknya. Hal ini sesuai dengan beberapa penelitian terdahulu, antara lain Adinda Mayza Wiby Andira dan Binti Nur Asiyah²², A. A. Gede Putra Perbawa Dharma Yoga dan I Putu Arya Dharmayasa²³, serta Reysa Anggita Wahyudi dan Rochmawati²⁴. Penelitian terdahulu tersebut menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Faktor yang ketiga yaitu literasi keuangan. Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengatur keuangan secara efektif. Kehidupan seseorang akan lebih baik jika mereka dapat mengelola keuangannya dengan benar.²⁵ Menurut

²¹ Arisa Umasangaji, William G. Louhenapessy, dan Geradin Rehatta, “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2019-2020,” *Jendela Pengetahuan* 16, no. 2 (2023): 165, <https://doi.org/10.30598/jp16iss2pp164-173>

²² Adinda Mayza Wiby Andira dan Binti Nur Asiyah, “Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan Dan Kepribadian Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Group Order By Oohstuf,” *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi* 2, no. 4 (2023): 465–77, <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4453>

²³ Yoga dan Dharmayasa, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pergaulan Teman Sebaya, Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa”,hlm. 288—295

²⁴ Wahyudi dan Rochmawati, “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya”,hlm. 52—62

²⁵ Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo, “Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang,” *Jurnal*

hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 yang dilakukan oleh OJK menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43 persen, sedangkan indeks inklusi keuangan sebesar 75,02 persen. Hasil tersebut didasarkan pada kelompok umur menunjukkan bahwa penduduk umur 15-17 tahun memiliki tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih rendah dibandingkan dengan tingkat nasional.²⁶ Maka, hal ini sangat penting bagi generasi Z memiliki kemampuan literasi keuangan yang baik agar dapat mengelola keuangannya secara efektif dan bijaksana.²⁷ Dengan begitu mereka dapat menghindari perilaku konsumtif.

Seseorang dengan pemahaman literasi keuangan yang baik, cenderung dapat menahan perilaku konsumtif. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, begitupun sebaliknya. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh A. A. Gede Putra Perbawa Dharma Yoga dan I Putu Arya Dharmayasa²⁸, Dewi Kumalasari dan Yohanes Hadi Soesilo²⁹, serta Aulia Nur

Pendidikan Ekonomi 12, no. 1 (2019): 62, <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>

²⁶ Aman Santosa dan Ateng Hartono, "Siaran Pers Bersama: OJK Dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2024" (Jakarta, 2024), dalam <https://ojk.go.id/id>, diakses 18 Agustus 2024

²⁷ Dany dan Susanti, "Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta",hlm. 454

²⁸ Yoga dan Dharmayasa, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pergaulan Teman Sebaya, Dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa",hlm. 288—295

²⁹ Kumalasari dan Soesilo, "Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang",hlm. 61—71

Faizah, dkk.³⁰ Penelitian tersebut menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan seluruh pemaparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait **“Pengaruh Tingkat Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus: Generasi Z Kabupaten Tulungagung)”**.

B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi sebagai berikut:

- a. Generasi Z menerapkan pola hidup konsumtif karena adanya perkembangan teknologi digital yang semakin pesat, salah satunya melalui *platform* belanja *online*.
- b. Generasi Z melakukan kegiatan konsumsi tidak memikirkan apakah hal tersebut memang dibutuhkan atau hanya keinginan mereka saja.
- c. Banyak generasi Z yang bergaya hidup hedonis atau bermewah-mewahan.
- d. Generasi Z mengonsumsi suatu barang untuk mengikuti tren serta demi meningkatkan rasa percaya diri dan menunjang gengsi, namun tidak memikirkan kondisi keuangan mereka.
- e. Generasi Z yang berperilaku konsumtif tidak memikirkan dampak dari menghabiskan uang dan tidak

³⁰ Aulia Nur Faizah, Kesi Widjajanti, dan Indarto, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang),” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 4, no. 6 (2023): 9349–9358, <https://doi.org/10.37385/msej.v4i6.3268>

mengelolanya dengan baik, padahal beberapa dari mereka masih bergantung dengan orang tua.

2. Batasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terdapat pada waktu penelitian, tenaga dan pikiran, karena penelitian dilakukan dalam waktu yang tidak lama. Batasan-batasan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

- a. Penelitian ini menggunakan empat variabel, yaitu perilaku konsumtif sebagai variabel dependen, tingkat pendapatan dan gaya hidup sebagai variabel independen, dan literasi keuangan sebagai variabel *moderating*.
- b. Objek yang menjadi target penelitian ini adalah generasi Z di Kabupaten Tulungagung.
- c. Pada saat pengumpulan data menggunakan anggapan dari generasi Z Kabupaten Tulungagung jika pengisian sampel dengan benar, tetapi bisa terjadi pengisian item dengan jawaban yang tidak akurat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung?
3. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung?
4. Apakah literasi keuangan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung?

5. Apakah tingkat pendapatan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel *moderating* pada generasi Z Kabupaten Tulungagung?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
3. Untuk menguji literasi keuangan memoderasi pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
4. Untuk menguji literasi keuangan memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
5. Untuk menguji tingkat pendapatan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel *moderating* pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini ketika tujuan penelitian tercapai adalah untuk menguji teori yang telah ada sebelumnya. Teori tersebut adalah pengaruh dari tingkat pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif yang dimoderasi oleh literasi keuangan. Hasil pengujian

teori yang dilakukan dalam penelitian ini akan menghasilkan pembuktian atau penguatan dari teori sebelumnya terhadap fakta yang terjadi di lapangan.

Penelitian ini juga dapat berguna sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki hubungan dengan beberapa variabel dalam penelitian ini, seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif.

2. Secara Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Bagi Generasi Z

- 1) Menambah pengetahuan di bidang perekonomian.
- 2) Membuat generasi Z agar lebih selektif dalam melakukan kegiatan konsumsi.
- 3) Meningkatkan kesadaran generasi Z agar tidak boros, sehingga bisa meningkatkan perputaran ekonomi di masyarakat.

b. Bagi Pihak Akademik

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan literatur keilmuan mengenai topik yang bersangkutan dan bisa digunakan sebagai perbendaharaan perpustakaan khususnya di bidang ekonomi syariah.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya
 Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai pedoman bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di masa mendatang.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada:

1. Tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
2. Gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
3. Literasi keuangan dalam memoderasi tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.
4. Literasi keuangan dalam memoderasi gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Kabupaten Tulungagung.

G. Penegasan Variabel

Peneliti dalam membuat karya ilmiah ini perlu menghindari adanya kekeliruan dalam memahami judul yang telah diangkat, sehingga untuk menjaga hal tersebut penulis menjelaskan pengertiannya sebagai berikut:

1. Definisi Konseptual
 - a. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan perilaku manusia dalam membeli suatu barang/jasa secara berlebihan dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan tidak berdasarkan pada kebutuhan.³¹

³¹ Elchi Rahmita, "Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Yang Dimoderasi Oleh Kontrol Diri (Studi Kasus PNS

b. Tingkat Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah penghasilan yang diterima seseorang dari hasil jasa yang telah dilakukan atau diperoleh dari harta kekayaan individu itu sendiri.³²

c. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang dalam memanfaatkan waktu, tenaga dan uang yang dimilikinya untuk segala sesuatu yang mereka anggap penting.³³

d. Literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan pemahaman individu terkait konsep keuangan guna untuk mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan keuangan.³⁴

2. Definisi Operasional

Berdasarkan penjelasan pada definisi konseptual di atas, maka peneliti bermaksud untuk mengetahui pengaruh tingkat pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel *moderating*. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan kuisioner berupa *google form* yang disebarakan secara *online*

Kemenag Kab. Pasaman),” *Jurnal Cahaya Mandalika* 3, no. 2 (2023): 279–289, <https://doi.org/10.36312/jcm.v3i2.1528> .

³² Dany and Susanti, “Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Surakarta”,, hlm. 456

³³ Ningsih, *Perilaku Konsumen (Pengembangan Konsep Dan Praktek Dalam Pemasaran)*,, hlm. 64

³⁴ Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, and Muliwana, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa,” *Jurnal Economina* 1, no. 1 (2022): 52, <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>

kepada generasi Z di Kabupaten Tulungagung untuk memperoleh data yang mendukung.

H. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi pada penelitian kuantitatif ini, adalah sebagai berikut:

Persetujuan Pembimbing

Pengesahan Penguji

Pernyataan Keaslian Tulisan

Motto

Persembahan

Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Tabel

Daftar Gambar

Daftar Lampiran

Abstrak

Abstract

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah dan Batasan Penelitian
- C. Rumusan Masalah
- D. Tujuan Penelitian
- E. Kegunaan Penelitian
- F. Ruang Lingkup Penelitian
- G. Penegasan Variabel
- H. Sistematika Penulisan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Teori-teori yang membahas variabel/sub variabel
- B. Penelitian terdahulu
- C. Kerangka Konseptual
- D. Pengembangan Hipotesis
- E. Hipotesis Penelitian
- F. *Mapping* Variabel

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Pendekatan dan Jenis Penelitian
- B. Lokasi Penelitian
- C. Sumber Data, Variabel Penelitian, dan Skala Pengukuran
- D. Populasi, Sampling, dan Sampel Penelitian
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Pengumpulan Data
- G. Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN

- A. Deskripsi Data
- B. Uji Model Pengukuran
- C. Uji Model Struktural
- D. Pengujian hipotesis
- E. Temuan Penelitian

BAB V PEMBAHASAN

- A. Pembahasan Rumusan Masalah 1
- B. Pembahasan Rumusan Masalah 2
- C. Pembahasan Rumusan Masalah 3
- D. Pembahasan Rumusan Masalah 4
- E. Pembahasan Rumusan Masalah 5

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

Daftar Pustaka

Lampiran