

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Pengaruh E-commerce, Pendapatan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Tinjauan Prinsip Konsumsi Islam (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Trenggalek)” ini ditulis oleh Hesna Reni Rahmawati, NIM. 126402212169, dengan pembimbing Fitrianiatsany, S.Sos, M.A.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, E-commerce, Pendapatan, Literasi Keuangan, Prinsip Konsumsi Islam.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perilaku konsumtif di kalangan generasi Z di Kabupaten yang semakin meningkat seiring pesatnya perkembangan teknologi, khususnya dengan adanya kemudahan akses pada platform e-commerce yang menyebabkan perubahan dalam pola berbelanja. Perubahan pola konsumsi ini diperkuat oleh faktor pendapatan dan literasi keuangan yang beragam, yang dalam praktiknya sering kali bertentangan dengan prinsip konsumsi islam yang menekankan keseimbangan dan menghindari dari sikap berlebihan.

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) Untuk menganalisis pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Trenggalek dengan tinjauan prinsip konsumsi islam. 2) Untuk menganalisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Trenggalek dengan tinjauan prinsip konsumsi islam. 3) Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Trenggalek dengan tinjauan prinsip konsumsi islam. 4) Untuk menganalisis pengaruh e-commerce, pendapatan dan literasi keuangan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Trenggalek dengan tinjauan prinsip konsumsi islam.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis asosiatif. Data diperoleh melalui kuisioner online kepada generasi Z di Kabupaten Trenggalek. Teknik sampling menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel 100 responden berdasarkan rumus Slovin. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 25 melalui serangkaian uji, seperti validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, regresi linear berganda, uji parsial, simultan, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) e-commerce secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Trenggalek. 2) pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Trenggalek. 3) literasi keuangan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Trenggalek. 4) e-commerce, pendapatan, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Trenggalek. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Trenggalek belum sepenuhnya mencerminkan prinsip konsumsi dalam Islam seperti kesederhanaan, keseimbangan, keadilan, moralitas, dan tanggung jawab sosial.

ABSTRACT

This thesis, titled “The Influence of E-commerce, Income, and Financial Literacy on Consumption Behavior with a Review of Islamic Consumption Principles (A Study of Generation Z in Trenggalek Regency),” was written by Hesna Reni Rahmawati, Student ID No. 126402212169, under the supervision of Fitrianatsany, S.Sos, M.A.

Keywords: Consumer Behavior, E-commerce, Income, Financial Literacy, Islamic Consumption Principles.

This study is motivated by the increasing consumer behavior among Generation Z in the district, driven by rapid technological advancements, particularly the ease of access to e-commerce platforms, which has altered shopping patterns. These changes in consumption patterns are further influenced by varying income levels and financial literacy, which often conflict with Islamic consumption principles emphasizing balance and avoiding excessive behavior.

The objectives of this study are: 1) To analyze the influence of e-commerce on the consumer behavior of Generation Z in Trenggalek Regency with a review of Islamic consumption principles. 2) To analyze the influence of income on the consumer behavior of Generation Z in Trenggalek Regency with a review of Islamic consumption principles. 3) To analyze the influence of financial literacy on the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency with a review of Islamic consumption principles. 4) To analyze the combined influence of e-commerce, income, and financial literacy on the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency with a review of Islamic consumption principles.

The approach used in this study is quantitative with an associative type. Data was collected through an online questionnaire administered to Generation Z in Trenggalek Regency. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents based on the Slovin formula. Data analysis was conducted using SPSS version 25 through a series of tests, including validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroskedasticity, multiple linear regression, partial tests, simultaneous tests, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that: 1) e-commerce does not significantly influence the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency. 2) Income significantly influences the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency. 3) Financial literacy negatively influences the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency. 4) E-commerce, income, and financial literacy simultaneously influence the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency. This indicates that the consumption behavior of Generation Z in Trenggalek Regency does not fully reflect Islamic consumption principles such as simplicity, balance, justice, morality, and social responsibility.