

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 KAJIAN PUSTAKA

2.1.1 Financial Literacy

Menurut Arianti (2022:7) Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Sikap dan perilaku yang terbentuk ini menjadikan individu lebih cermat dalam pengambilan keputusan saat melakukan pembelian.

Menurut Do, H. L., & Pham, B. L. (2022:4) literasi keuangan merupakan cerminan pengetahuan keuangan, sikap, dan perilaku untuk membuat keputusan keuangan dan meningkatkan kekayaan.

Menurut Latifianan (2017:3) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup bisa lebih sejahtera dimasa yang akan datang.

Menurut Kusnandar dan Kurniawan (2018:5) literasi keuangan adalah “Rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (knowledge), keyakinan (confidence) dan keterampilan (skill) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik”.

Menurut Manik & Bukhori (2019:68) Literasi keuangan merupakan pemahaman yang dapat menjadikan individu dalam memilah barang, mengelola keuangan dengan tepat serta dapat menjadikan masa yang akan datang dengan baik, dan individu yang mempunyai pemahaman mengenai literasi keuangan dapat menjadikan individu menjadi lebih cermat dalam mengelola keuangan serta mampu menyesuaikan pembelian melalui barang dan jasa yang mereka akan miliki.

Jika ditarik kesimpulan *Financial literacy* adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik, akan dapat membuat keputusan keuangan yang cerdas saat pengambilan keputusan pembelian dan menghindari terjatuh dalam masalah keuangan yang berujung pada terkenanya hutang.

2.1.1.1 Faktor yang Mempengaruhi Financial Literacy

1. Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan adalah salah satu faktor yang secara positif mempengaruhi literasi keuangan, pengetahuan keuangan dibagi menjadi dua kelompok terpisah, yaitu

- 1) Pengetahuan keuangan, yang mencerminkan pemahaman tentang suku bunga, inflasi, dan tabungan (tingkat profitabilitas simpanan), dan
- 2) Pengetahuan keuangan, yang menunjukkan pemahaman tentang investasi dan pencegahan bahaya investasi dan pencegahan bahaya (misalnya, di mana harus menyimpan atau berinvestasi),

2. Sikap Keuangan

Semakin positif sikap keuangan, maka semakin tinggi literasi keuangannya. Secara khusus, ketika masyarakat memiliki pemahaman atau diseminasi pengetahuan ekonomi seperti perhitungan ekonomi tertentu atau pengetahuan ekonomi yang disebarluaskan (seperti perhitungan bunga tabungan, jumlah uang yang harus dibayarkan untuk pinjaman, dll.), maka semakin akurat dan positif orang tersebut dapat memahami, memiliki dan menginvestasikan tabungan. Dengan demikian, bahwa masyarakat dapat meningkatkan tingkat literasi keuangan mereka berkat peningkatan sikap keuangan melalui berbagai bentuk.

3. Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan memiliki dampak positif pada literasi keuangan. Secara khusus, semakin akurat subjek berinvestasi, menabung, dan membelanjakan, semakin tepat dan positif pemahaman dan sikapnya terhadap terhadap ekonomi.

4. Pendidikan

Pendidikan (dan tingkat pendidikan) berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Brown dan Graf (2013), Lusardi (2013), Lusardi (2017), Morgan dan Trinh (2017). Akan tetapi, hasil ini bertentangan dengan Lusardi dan Tufano (2015), yang menyimpulkan bahwa orang yang berpendidikan tinggi seringkali memiliki literasi keuangan yang rendah. literasi keuangan yang rendah. Dapat dilihat bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin baik literasi keuangan.

5. Pendapatan

Literasi keuangan cenderung meningkat dalam arah yang sama dengan pendapatan. Hal ini serupa dengan kesimpulan yang dibuat oleh Lusardi dan Tufano (2015). Meskipun perbedaannya tidak signifikan, tren peningkatan literasi keuangan terlihat.

6. Usia

Temuan menunjukkan bahwa semakin tua usia, semakin tinggi literasi keuangannya. Karena mayoritas masyarakat yang berpenghasilan rendah lebih cenderung membuat keputusan keuangan berdasarkan pengalaman sebelumnya, maka pengalaman sebelumnya, lansia cenderung memiliki lebih banyak pengalaman dalam pengetahuan dan sikap keuangan terhadap masalah keuangan. Oleh karena itu, semakin tua usia, semakin tinggi literasi keuangannya.

2.1.1.2 Indikator Financial Literacy

Tabel 2.1

Indikator Financial Literacy

No	Tahun	Sumber	Indikator
1	2017	Studi literasi keuangan pengelola usaha kecil menengah (UKM). - Latifiana	1. Pengetahuan dasar mengenai keuangan Pribadi 2. Pengelolaan Kredit 3. Pengelolaan Tabungan dan Investasi 4. Memahami Resiko

2	2018	Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. - Kusnandar dan Kurniawan	1. Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi 2. Tabungan (saving) 3. Asuransi (insurance) 4. Investasi.
3	2022	Factors influencing financial literacy of the poor in rural areas: Empirical research with the case of Vietnam. - Do, H. L., & Pham, B. L.	1. Pengetahuan keuangan 2. Sikap keuangan 3. Perilaku keuangan

Menurut Kusnandar dan Kurniawan (2018:6), literasi keuangan dapat diukur menggunakan 4 (empat) indikator yakni pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, pengelolaan kredit, pengelolaan tabungan dan investasi, manajemen resiko. yakni:

1. Pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi

Pengetahuan dasar pengelolaan keuangan merupakan pengetahuan terkait dasar - dasar prinsip pengelolaan keuangan yang dimiliki seseorang untuk nantinya digunakan sebagai acuan pengelolaan keuangan pribadi, keluarga dan usaha yang dimilikinya. sebagian besar dari masyarakat harus meningkatkan pengetahuan keuangan pribadi, karena pengetahuan mengenai keuangan akan sangat berpengaruh terhadap keputusan keuangan yang akan dibuat kemudian.

2. Tabungan

Tabungan adalah bagian pendapatan masyarakat yang tidak digunakan untuk konsumsi dan di simpan untuk kebutuhan atau pengeluaran yang akan datang.

3. Investasi

Investasi adalah salah satu bentuk penanaman modal dalam usaha manusia untuk mendapatkan keuntungan di masa mendatang. Lemahnya pengetahuan keuangan dapat menimbulkan kesalahan persepsi dan kesalahan dalam mengambil keputusan dalam penyimpanan, peminjaman dan investasi.

4. Asuransi

Arti dari asuransi disini yaitu bisa mencegah kerugian individu akibat kejadian yang tidak terduga, seperti kecelakaan, kebakaran, hingga jatuh sakit yang memaksa seseorang dirawat intensif di rumah sakit.

2.1.2 Materialism

Menurut Asri & Leon (2022:3) Materialisme adalah pandangan yang berisi orientasi, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai hidup yang menekankan atau mementingkan kepemilikan barang-barang material atau kekayaan material di atas nilai-nilai hidup lainnya, seperti yang berkenaan dengan hal-hal spiritual, intelektual, sosial, dan budaya.

Menurut Ramadhani, T. D., & Setiyaningrum, I. F. (2023:3) Materialisme adalah pandangan yang berisi orientasi, sikap, keyakinan, dan nilai-nilai hidup yang menekankan atau mementingkan kepemilikan barang - barang material atau kekayaan material di atas nilai-nilai hidup lainnya.

Menurut Jefri & Dwi (2013:60) materialisme adalah upaya seseorang yang memberikan penekanan dan perhatian lebih pada kepemilikan benda-benda materi. Jefri menjelaskan seseorang yang memiliki sikap materialisme diketahui sulit menabung, memiliki manajemen keuangan yang buruk, dan sering dibebani oleh kecemasan finansial.

Wahono dan Pertiwi (2020:3) mendefinisikan materialism merupakan gaya hidup yang dimiliki oleh seseorang dalam kegiatan konsumsi, seseorang ini biasanya cenderung mengkonsumsi sesuatu yang berkualitas atau bernilai tinggi dan menilai materi sebagai sesuatu yang penting dalam mencapai kebahagiaan, kepuasan, kesejahteraan hidup, dan menentukan kesuksesan.

Menurut Dwi Santy (2015:4) Materialisme adalah sejauh mana seseorang dianggap materialistis.

Materialisme berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis. Orang yang materialistis meyakini bahwa memiliki lebih banyak dan lebih banyak lagi harta kekayaan dan barang material adalah kunci hidup yang baik. Implikasinya adalah perlombaan yang tak ada habisnya mengumpulkan barang-barang material, kekayaan, keindahan, dan kemewahan, dan penghamburan uang untuk membeli demi menjamin hubungan sosial dan identitas diri di antara orang-orang.

Dapat di simpulkan bahawa materialism adalah suatu perilaku seseorang yang memandang memiliki barang materialis sebagai pencapaian.

2.1.2.1 Faktor yang Mempengaruhi Materialism

1. Faktor keluarga

- 1) Gaya asuh orang tua : Gaya asuh orangtua lebih hangat dan penuh kontrol akan mempengaruhi berkembangnya nilai hidup materialistis pada anak tersebut.
- 2) Perceraian orang tua : Perceraian mengakibatkan seseorang berkurang mendapatkan kasih sayang dan tidak mendapatkan kenyamanan dalam hidupnya. Untuk mengisi kekosongan itu, individu tersebut bernilai hidup materialistis agar bisa merasa lebih nyaman sebagai kompensasi dari kekosongan kasih sayang yang didapatkan dari orang tua yang bercerai.
- 3) Pola komunikasi keluarga : Pola komunikasi dapat menyebabkan terbentuknya nilai hidup materialistis karena informasi yang masuk didapatkan melalui komunikasi dengan dunia luar, khususnya keluarga.

2. Faktor Individu

- 1) Harga diri : Individu dengan harga diri rendah cenderung mempunyai nilai hidup materialistis disebabkan karena orientasi dalam peraihannya materi adalah sebagai bentuk kompensasi dari rendahnya harga diri.
- 2) Ketidaknyaman pribadi : Ketika individu mengalami pengalaman atau situasi yang tidak mendukungnya untuk memenuhi kepuasan dasar psikologinya, maka individu itu akan memiliki perasaan ketidaknyamanan dalam hidupnya, sehingga individu tersebut menjadi berorientasikan pada kepemilikan materi dan kekayaan sebagai bentuk kompensasi dari perasaan ketidaknyaman tersebut.

- 3) Keraguan terhadap diri : Keraguan terhadap dirinya ini terjadi ketika ia merasakan ketidakpastian dalam dirinya dan tidak punya pegangan disaat kemajuan zaman yang semakin pesat. Oleh karena itu ia melakukan kompensasi perasaan internalnya yang penuh keraguan dengan memperlihatkan sesuatu yang eksternal yang tampak oleh orang lain yang bisa dibanggakan yaitu materi.
- 4) Kelekatan tidak nyaman : Mereka menjadikan materi dan kekayaan sebagai objek kelekatan mereka, sehingga bisa mengalihkan ketidaknyaman mereka dalam mencari objek kelekatan pada orang-orang terdekat, dan materi dijadikan sebuah alat untuk menjadikan mereka nyaman dalam membangun relasi dengan orang lain.

3. Faktor Lingkungan Sosial

- 1) Perbandingan sosial : Orang-orang cenderung membandingkan dirinya dengan orang dan melakukan penilaian atas perbandingan tersebut. Individu yang melakukan perbandingan keatas atau pada orang yang lebih baik, biasanya menghasilkan penilaian diri yang negatif terhadap dirinya karena bisa menjadikan dirinya inferior dan minder karena perbandingan yang ia lakukan. Membandingkan diri dengan orang lain membuat seseorang ingin memiliki apa yang dimiliki oleh orang lain.
- 2) Pengaruh interaksi sosial : Faktor yang paling konsisten dalam mempengaruhi nilai hidup materialistis pada remaja adalah pengaruh interaksi dengan orang lain yang bernilai hidup materialistis pula, khususnya faktor interaksi dengan teman sebaya.

3) Faktor media : Iklan-iklan komersial yang ditampilkan di media cetak dan elektronik adalah faktor yang cukup besar mempengaruhi nilai hidup materialistis pada individu. Bahasa dan visual periklanan komersial saat ini sangat persuasif mengajak masyarakat untuk membeli produk yang diiklankan. Apalagi saat ini dunia hiburan dan dunia periklanan saat ini tumbuh sangat besar mengajak dengan segala cara agar masyarakat mau membeli produk yang ditawarkan. Tidak hanya orang dewasa, anak-anak dan remaja saat ini juga menjadi aktif sebagai konsumen.

2.1.2.2 Indikator Materialism

Tabel 2.2

Indikator Materialism

No	Tahun	Sumber	Indikator
1	2023	Pengaruh Hedonic Shopping Value, Shopping Lifestyle, dan Sifat Materialisme Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee (Studi Pada Generasi Z di Kabupaten Karanganyar) - Ramadhani & Setiyaningrum	1. Sentralitas akuisisi 2. Keberhasilan yang Ditentukan oleh Kepemilikan 3. Akuisisi sebagai Pengejaran Kebahagiaan
2	2020	Pengaruh Niat Perilaku, Pendapatan dan Materialisme Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Guru SMA Sederajat. - Fadjrina	1. Menekankan nilai pada materi 2. Mementingkan diri sendiri untuk mengutamakan dan memamerkan kepemilikannya 3. Ingin memiliki banyak barang 4. Kepemilikan saat ini tidak memberikan kepuasan
3	2015	The Big Five Personality Influences and Consumer Materialism against Purchasing Impulsive (Survey on Mall visitors in Bandung city). - Dwi Santy	1. Kesuksesan 2. Terpusat/Sentralisasi 3. Kebahagiaan

Menurut zulifkar (2015:4) materialisme terdiri dari tiga dari 3 komponen yaitu komponen yaitu:

1. Kesuksesan

Yang mendefinisikan kepemilikan/possession-defined success, yang didefinisikan sebagai sejauh mana individu menilai kesuksesan dirinya sendiri dan orang lain dalam hal kepemilikan harta benda yang dimilikinya.

2. Terpusat/Sentralisasi

Yang mendefinisikan sebagai sejauh mana individu menempatkan kepemilikan harta dalam hidupnya untuk menjadi pusat perhatian.

3. Kebahagiaan

Akuisisi sebagai pengejaran kebahagiaan, yang didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa kepemilikan harta merupakan kunci dari kepuasan hidup dan kesejahteraan.

2.1.3 Compulsive Buying

Menurut Ardiansyah & Budiani (2021:4) compulsive buying merupakan perilaku konsumen yang membeli produk dan/atau layanan yang tidak mereka butuhkan, serta terkadang mereka membeli produk dalam jumlah yang berlebihan dan menghabiskan uang mereka lebih banyak dari yang mereka mampu.

Menurut Sari, R. K. (2016:5) Pembelian kompulsif adalah konsumen yang cenderung suka membelanjakan uang untuk membeli barang meskipun barang tersebut tidak mereka butuhkan.

Handayani & Renanita (2019:5) mendefinisikan pembelian kompulsif adalah sebagai perilaku konsumsi yang tidak tepat, yaitu sifatnya berlebihan dan merugikan individu yang bersangkutan. Perilaku kompulsif adalah bentuk kecanduan, dan belanja memungkinkan individu untuk mengatasi kecemasan.

Menurut Dyanti (2019:5) Compulsive buying adalah perilaku yang mana seseorang akan melakukan pembelian secara berulang dan tidak terencana sebelumnya terutama pada pembelian terhadap barang-barang dengan merk ternama guna meningkatkan status sosialnya.

Menurut Zulfikar (2021:3) mengatakan bahwa shopping lifestyle ialah gaya hidup seseorang untuk dapat menghabiskan time & money meraka dengan cara berbelanja berbagai produk yang ia inginkan dan tentunya ketika seseorang mempunyai waktu yang lebih banyak.

Dapat di simpulkan bawa compulsive buying adalah perilaku berbelanja abnormal dimana perilaku tersebut tidak terkontrol, berulang, dan memiliki dorongan kuat untuk berbelanja yang dianggap sebagai cara untuk menghilangkan perasaan negatif seperti stress dan kecemasan.

2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi Compulsive Buying

Menurut Sari (2016:3) Perilaku compulsive buying terjadi karena dua faktor, yaitu faktor internal dan eksternal.

1. Faktor internal

Merupakan faktor yang muncul dari dalam diri remaja, misalnya psikologis dan hal-hal yang menyangkut kepercayaan diri remaja.

2. Faktor eksternal

Adalah faktor yang berasal dari luar remaja misalnya sociological dan keluarga. sehingga dapat dikatakan bahwa compulsive buying tidak muncul begitu saja. Dari sisi sociological, pengaruh muncul dari tayangan di televisi, ajakan teman, frekuensi berbelanja, dan kemudahan penggunaan kartu kredit.

2.1.3.2 Indikator Compulsive Buying

Tabel 2.3

Indikator Compulsive Buying

No	Tahun	Sumber	Indikator
1	2021	Hubungan Kontrol Diri Dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying pada Pengguna Aplikasi Belanja Online. - Ardiansyah & Budiani	1. Drive to spend 2. Pembelian Barang - barang yang tidak berguna 3. Perasaan senang ketika berbelanja atau menghabiskan uang 4. Kecenderungan untuk belanja dan menghabiskan uangnya 5. Timbulnya emosi negatif setelah pembelian
2	2019	Hubungan Antara Compulsive Buying Dengan Prilaku Berhutang. (Studi Kasus Pada Ibu-Ibu Perumahan Angkatan Udara di Madiun) - Dyanti	1. Carrying on Despite Adverse Consequences (pembelian berlebihan yang tidak mempertimbangkan imbasnya di masa depan) 2. Loss of Control (kehilangan kendali)

			3. Irresistible Impulsive (keinginan yang tidak tertahankan)
3	2019	Hubungan antara persepsi terhadap celebrity endorser dan kecenderungan pembelian kompulsif online - Handayani dan Renanita	1. Tendency to spend 2. Reactive aspect 3. Post-purchase guilt 4. Family environment

Indikator Compulsive Buying Menurut Menurut Handayani dan Renanita (2019) menjelaskan bahwa pembelian kompulsif mengacu kepada empat aspek, yaitu:

1. Tendency to spend

Kemungkinan atau potensi dalam diri individu bahwa ia menghabiskan uang secara tidak rasional (tidak dapat mengontrol pengeluaran).

2. Reactive aspect

Ukuran dari reaksi dan responsif terhadap hal yang dimiliki oleh seseorang (dorongan untuk berbelanja).

3. Post-purchase guilt

Pernyataan bersalah penuh penyesalan setelah melakukan pembelian (berbelanja) dan melakukan pengeluaran.

4. Family environment

Lingkungan keluarga yang membentuk perilaku kompulsif

2.1.4 Propensity to Indebtedness

Menurut Shohib (2015:139) Utang adalah salah satu pilihan perilaku ekonomi masyarakat yang banyak ditempuh untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keinginan untuk berutang timbul karena adanya kebutuhan tertentu yang menuntut persediaan uang yang melebihi pendapatan.

Menurut Wahono & Pertiwi (2020:4) Hutang dapat di artikan sebagai uang yang dipinjamkan dari orang lain dan ada sebuah kewajiban untuk membayarnya kembali. Seseorang dikatakan berhutang pada saat mereka memiliki pinjaman terhadap bank, kartu kredit atau tidak mampu menyelesaikan tagihan.

Menurut Patulak, Sarita, & Hamid (2021:35) Kecenderungan berhutang merupakan pengukuran subjektif individu terhadap hutang yang telah dikonsumsi atau pengambilan keputusan konsumsi hutang.

Menurut Muflikhati (2023:2) Utang merupakan kegiatan berutang meliputi perilaku meminjam, mengangsur, mencicil, atau bahkan kredit.

Menurut Nengtyas (2019:3) Utang adalah semua kewajiban keuangan seseorang kepada pihak lainnya yang belum terpenuhi, dimana utang ini merupakan sumber dana atau modal yang berasal dari dana milik orang lain.

Dapat di simpulkan bahwa kecenderungan berhutang adalah suatu perilaku ekonomi yang mana individu meminjam uang pada pihak lain secara terus menerus untuk kebutuhan individu tersebut yang mana ini harus di gantikan di kemudian hari.

2.1.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Propensity to Indebtedness

Menurut Dyanti (2019:6) unsur- unsur yang berpengaruh terhadap perilaku berhutang (dissaving) ialah:

- 1) Ketidakmampuan untuk mencegah besarnya pengeluaran dibandingkan pendapatan.
- 2) Enggan menjaga pengeluaran sesuai dengan tingkat pendapatan.
- 3) Bersedia untuk melakukan pengeluaran yang tidak biasa.

2.1.4.2 Indikator Propensity to Indebtedness

Tabel 2.4

Indikator Propensity to Indebtedness

No	Tahun	Sumber	Indikator
1	2021	Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Pengalaman Keuangan Terhadap Propensity to indebtedness (Studi Pada Nasabah Kredit plus Kediri) - Patulak, Sarita, & Hamid	1. Kesiapan membuat pengeluaran yang tidak biasa 2. Ketidakmampuan individu mengatur keuangan
2	2015	Sikap terhadap uang dan perilaku berhutang. - Shohib	1. Debt-to-Income Ratio (DTI) 2. Credit Card Utilization 3. Debt Servicing Ratio (DSR) 4. Debt-to-Asset Ratio 5. Payment Delinquency
3	2019	Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Masyarakat Di Surabaya - Nengtyas	1. Mengontrol pengeluaran 2. Membayar tagihan saya tepat waktu 3. Membuat perencanaan untuk keuangan 4. Menyediakan untuk diri dan keluarga 5. Menyimpan uang

Menurut Shohib (2015:141) seseorang yang berhutang dapat di ukur dengan 4 indikator, sebagai berikut :

1. Debt-to-Income Ratio (DTI)

Rasio hutang terhadap pendapatan merupakan ukuran yang digunakan untuk mengukur kemampuan seseorang untuk melunasi hutang berdasarkan pendapatannya. Anda dapat menggunakan DTI untuk mengukur kecenderungan berhutang individu.

2. Credit Card Utilization

Penggunaan kartu kredit adalah indikator penting dalam mengukur kecenderungan berhutang individu.

3. Debt Servicing Ratio (DSR)

Rasio pembayaran hutang merupakan indikator yang mengukur sejauh mana pendapatan individu digunakan untuk membayar kewajiban hutangnya. DSR dapat digunakan untuk mengukur kecenderungan individu dalam mengalokasikan pendapatannya untuk melunasi hutang.

4. Debt-to-Asset Ratio

Rasio hutang terhadap aset adalah indikator yang mengukur sejauh mana individu atau rumah tangga bergantung pada hutang untuk membiayai aset mereka.

5. Payment Delinquency

Keterlambatan pembayaran merupakan indikator penting dalam mengukur kecenderungan individu untuk gagal membayar hutang.

2.1.5 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.5
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dyanti, D. C. (2019)	Hubungan Antara Compulsive Buying dengan Prilaku Berhutang	Hasil penelitian membuktikan bahwa ada hubungan yang kuat antara compulsive buying dengan perilaku berhutang.	Menggunakan variable compulsive buying sebagai variable X dan prilaku berhutangn sebagai variable Y	Tidak meneliti variabel financial literacy dan variabel materialism
2	Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Prilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Milenial	Literasi keuangan memiliki hubungan yang negatif terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee paylater pada generasi millenial. dengan meningkatnya literasi keuangan maka perilaku konsumtif generasi millenial dalam menggunakan Shopee paylater akan lebih rendah.	Literasi keuangan sebagai variabel X1	Tidak meneliti variabel compulsive buying dan materialism
3	Ardiansyah, M. Y., & Budiani, M. S. (2021)	Hubungan Kontrol Diri Dan Financial Literacy Dengan Compulsive Buying Pada Pengguna Aplikasi Belanja Online	maka didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan financial literacy dengan compulsive buying pada pengguna aplikasi belanja online	Persamaan pada variabel Financial Literacy dan Compulsive Buying	Tidak membahas mengenai kontrol diri
4	Patulak, L.E., Sarita, B., & Hamid, W. (2021)	Pengaruh Emosi, Materialisme, Literasi Keuangan, Persepsi Risiko dan Pengalaman Keuangan Terhadap Propensity to indebtedness (Studi Pada Nasabah Kredit plus Kediri)	Mayoritas responden menyatakan secara keseluruhan kurang memiliki pengalaman keuangan yang banyak yang diukur melalui seberapa sering melakukan transaksi terhadap produk keuangan yang meliputi produk perbankan, produk pinjaman, produk investasi, produk pegadaian, dll.	Persamaan Variabel materialism, literasi keuangan dan propensity to indebtedness	Objek penelitian adalah pengguna paylater kredivo

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Alhakim, N. N., Septiani, S., & Viana, E. D. (2023)	Pengaruh Psychological Factors, Financial Literacy, dan Paylater Misuse terhadap Compulsive Buying pada Pengguna Aplikasi Paylater di Jabodetabek	Alasan utama responden dalam menggunakan paylater adalah untuk membeli kebutuhan mendesak saat uang terbatas.	Persamaan pada variabel X2, Y dan unit penelitian	Perbedaan pada populasi unit penelitian dan tidak meneliti variabel materialism dan propensity to indebtedness
6	Mitta, D., & Pamungkas, A. S. (2022)	PENGARUH Financial Literacy, Materialism, Risk Perception, dan Money Value Terhadap Propensity to Indebtedness	Semakin tinggi financial literacy yang dimiliki maka akan semakin rendah perilaku propensity to indebtedness. Semakin tinggi sifat materialism seseorang maka akan semakin meningkatkan perilaku propensity to indebtedness.	Persamaan pada variabel X1, X2 dan Y	Tidak meneliti variabel X3 dan X4
7	Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019)	Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang	hipotesis pertama, kedua dan ketiga secara empiris ditemukan pengaruh yang signifikan gaya hidup dan literasi keuangan terhadap Perilaku Konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang.	Variabel X2	Objek Penelitian pengguna paylater pad generasi milenial
8	Ditasari, V. (2014)	Pengaruh Materialism Happiness, Materialism Centrality dan Materialism Success Terhadap Impulsive Buying Dan Efeknya Pada Compulsive Buying Behavior	Pengaruh variabel materialism centrality dan materialism success terhadap compulsive buying ditunjukkan dari efek total masing-masing variabel, yaitu dari yang terbesar yaitu variabel materialism centrality dan materialism success.	Persamaan pada variabel Z	X1,X2,X3 sebagai dimensi dari variabel materialism
9	Tuati, N. F. (2020)	Dampak Literasi Keuangan terhadap Kelebihan Berhutang di Kalangan Pekerja Tetap di Kota Kupang	Hasil penelitian mengkonfirmasi pembuktian hipotesis pertama yaitu literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap kelebihan berhutang.	Persamaan pada variabel X1 dan Y	Objek penelitian pengguna kredivo pada generasi milenial
10	Dewi, S., & Muchtar, A. (2023)	Financial Literacy, Educational Background, and Materialistic Among Gen Z in Indonesia	Literasi keuangan berpengaruh signifikan dan negatif terhadap materialisme	Persamaan variabel X1 dan Y	Tidak meneliti Variabel Compulsive Buying dan Propensity to Indebtedness

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
11	Widjaja, R., & Pertiwi, D. (2020)	The Influence of Emotional Factor, Materialism, Risk Perception, and Financial Literacy on The tendency of Debt of Millenial in Surabaya	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, emosi, materialisme, dan persepsi risiko berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan utang generasi milenial di Surabaya	Persamaan pada Variabel X2, X4 dan Y	Tidak meneliti variabel Emotional Factor dan Risk Perception
12	Muflikhati, I. (2023)	The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on Debt Management Behaviour in Young Married Families	Hasil pengujian pengaruh variabel literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan utang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan (dimensi sikap) terhadap perilaku pengelolaan utang.	Persamaan pada X1	Objek penelitian generasil milenial
13	Manafe, J. D., & Fanggidae, J. P. (2021)	Materialism and Individuals' Over-indebtedness: A case of Indonesia	Adanya pengaruh negatif dan signifikan pengendalian diri terhadap utang berlebih	Variabel X1 dan Y sama	Tidak meneliti variabel literasi keuangan dan pembelian kompulsif
14	Abdullah, M., Nordin, S. N., Anwar, I. F., & Salikin, N. (2021)	A Review of the Link between Compulsive Buying and Individual Deb	pembelian kompulsif menjadi faktor yang mempengaruhi hutang individu.	Variabel X1 dengan Y	Tidak meneliti variabel literasi keuangan dan materialism
15	Fielies, H., & Mbukanma, I. (2022)	Relationship between Financial Literacy Variables and Materialism of Millennials in a Selected South Africa Municipality	Peningkatan literasi keuangan generasi milenial dalam PLM menurunkan perilaku materialistis generasi milenial.	Persamaan Variabel X1 dan Y	Tidak meneliti variabel compulsive buying dan propensity to indebtedness
16	Cao-Alvira, J. J., Novoa-Hoyos, A., & Núñez-Torres, A. (2021)	On the Financial Literacy, Indebtedness and Wealth of Colombian Households	hubungan penting yang ada untuk literasi keuangan dengan hutang dan kekayaan	Persamaan variabel X dan Y	Tidak meneliti variabel materialism dan compulsive buying
17	Hassan, H., Hassan, J., Abdullah, S., & Abdullah, A. (2020)	Social commerce in stimulating buying behavior intention, creating compulsive buying and inducing credit card debts among online users	Pembelian kompulsif merupakan salah satu penyumbang utang kartu kredit terbesar	Persamaan variabel Y1 dan Y2	Tidak meneliti variabel financial literacy dan materialism

No	Penulis	Judul	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
18	Ong, Z., Lau, J., & Zainudin, N. (2021)	Money attitude, materialism and compulsive buying among Malaysian young adults	Hasilnya menunjukkan bahwa materialisme menunjukkan efek mediasi pada hubungan antara prestise kekuasaan dan pembelian kompulsif serta pada hubungan antara kecemasan dan pembelian kompulsif	Persamaan variabel X2 dan Z	Tidak meneliti variabel financial literacy dan propensity to indebtedness
19	Prashella, D. A., & Leon, F. M. (2020)	Financial Literacy in Millenials Generation in Indonesia	Tingkat literasi keuangan pada generasi Milenial di Indonesia tergolong tinggi, yaitu sebanyak 274 responden dengan persentase 51,2%, yang termasuk sedang sebanyak 261 responden dengan persentase 48,8% dan tidak ada satupun yang tergolong rendah	Persamaan variabel X dan objek penelitian	Tidak meneliti variabel materialism, compulsive buying, dan propensity to indebtedness
20	Kurowski, L. (2021)	Household's Overindebtedness during the COVID- 19 Crisis: The Role of Debt and Financial Literacy	Menurut hasil yang diperoleh, literasi keuangan Polandia, dibandingkan dengan negara-negara yang dianalisis, harus dianggap baik. Namun, kesadaran akan dampak inflasi terhadap tabungan perlu ditingkatkan.	Persamaan variabel Financial literacy dan debt	Tidak meneliti variabel materialism dan compulsive buying

2.2 KERANGKA BERPIKIR

Literasi keuangan berperan penting terhadap penggunaan utang, yang mana pengetahuan pengelolaan keuangan pribadi, pengelolaan kredit, pengelolaan tabungan dan investasi akan menunjukkan pengaruhnya terhadap penggunaan utang yang terkhusus pada generasi milenial. Dimana generasi milenial masih mementingkan kesenangan diri seperti senang memiliki barang mewah, senang menjadi pusat perhatian, senang mengidolakan seseorang. Untuk menjukan kesenangannya tersebut mereka sering membeli barang - barang seusai keinginan mereka. Karena dorongan akan keinginan yang tinggi untuk pemenuhan kesenangan diri tersebut, yang mana ini di tunjukan dengan seringnya berbelanja maka mereka menjadi sulit mengendalikan diri untuk terus berbelanja atau di sebut

dengan pembelian kompulsif. Saat pembelian kompulsif ini muncul pada pribadi seseorang maka yang terjadi adalah kecenderungan berutang. Utang ini perlu di pahami secara matang karena melibatkan kemampuan diri dalam pelunasan, pembagian pendapatan untuk membayar, dan ketepatan waktu dalam membayar utang. Maka penting bagi individu untuk memiliki literasi keuangan yang tinggi sehingga ia mampu untuk mengelola keuangan secara efektif agar ia tidak cenderung menggunakan utang.

2.2.1 Keterkaitan Variabel Financial Literacy (X1) terhadap Propensity to Indebtedness (Y)

Hasil penelitian menurut Mitta & Pamungkas (2022:6) Variabel *financial literacy* (X1) berpengaruh terhadap *Propensity to Indebtedness* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi financial literacy nasabah maka akan menurunkan propensity to indebtedness. Adanya pengaruh negatif signifikan financial literacy terhadap propensity to indebtedness bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki nasabah kredit akan semakin mengurangi kecenderungan untuk berhutang.



Gambar 2.1 Keterkaitan variabel X1 terhadap Y

2.2.2 Keterkaitan Variabel Materialism (X2) terhadap Propensity to Indebtedness (Y)

Hasil penelitian menurut Widjaja & Pertiwi (2020:6) variabel *materialism* (X2) berpengaruh terhadap *Propensity to Indebtedness* (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *materialism* masyarakat maka akan meningkatkan *Propensity to Indebtedness* secara signifikan. Semakin besar sifat materialisme seseorang semakin mempengaruhi *Indebtedness*. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang sangat menghargai kepemilikan barang cenderung berbelanja tanpa perencanaan yang tepat sehingga rentan terhadap perilaku berhutang.



Gambar 2.2 Keterkaitan variabel X2 terhadap Y

2.2.3 Keterkaitan Variabel Compulsive Buying (Z) terhadap Propensity to Indebtedness (Y)

Hasil penelitian menurut Asri & Leon (2022:758) variabel *compulsive buying* (Z) behaviour berpengaruh terhadap ketergantungan pinjaman (Y) secara signifikan. Ketergantungan pinjaman berpengaruh positif terhadap masalah keuangan secara signifikan.



Gambar 2.3 Keterkaitan variabel Z terhadap Y

2.2.4 Keterkaitan Varabel Financial Literacy (X1) terhadap Materialism (X2)

Hasil penelitian menurut Wahono & Pertiwi (2020) variabel Literasi keuangan (X1) berpengaruh signifikan dan negatif terhadap *materialism* (X2). Artinya, ketika individu memiliki literasi keuangan yang baik, nilai materialisme diyakini akan menurun.



Gambar 2.4 Keterkaitan variabel X1 terhadap X2

2.2.5 Keterkaitan variabel Financial Literacy X1 terhadap Compulsive Buying (Z)

Hasil penelitian menurut Alhakim et al. (2023) dapat dikatakan bahwa variabel *financial literacy* (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel *compulsive buying* (Z).



Gambar 2.5 Keterkaitan variabel X1 terhadap Z

2.2.6 Keterkaitan variabel Materialism (X2) terhadap Compulsive Buying (Z)

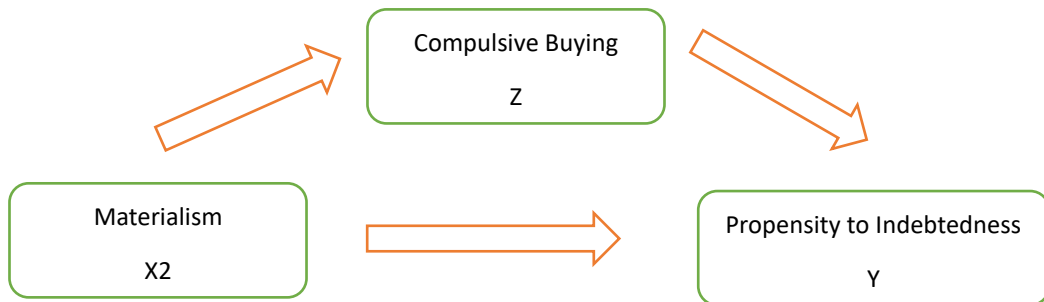
Hasil penelitian menurut Wahono & Pertiwi (2020) variabel *materialism* (X2) terhadap *compulsive buying* (Z) adalah positif atau searah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin rendah *materialism* maka akan semakin rendah *compulsive buying*.



Gambar 2.6 Keterkaitan variabel X2 terhadap Z

2.2.7 Keterkaitan variabel Materialism (X2) terhadap Propensity to Indebtedness (Y) melalui Compulsive Buying (Z)

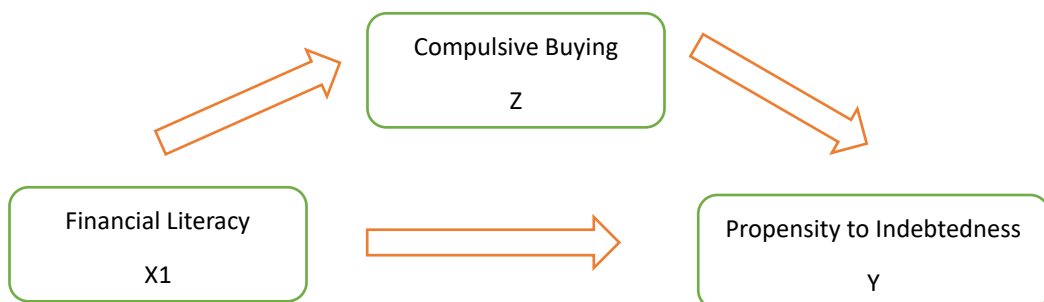
Hasil penelitian menurut Nga, Yong & Sellappan, (2011) pengaruh tidak langsung *Compulsive Buying* (Z) terhadap *Materialism* (X2) dan penggunaan Utang (Y). Ini menunjukkan bahwa belanja kompulsif memberikan pengaruh mediasi antara materialisme dan niat penggunaan utang.



Gambar 2.7 Keterkaitan variabel X2 terhadap Y melalui variabel Z

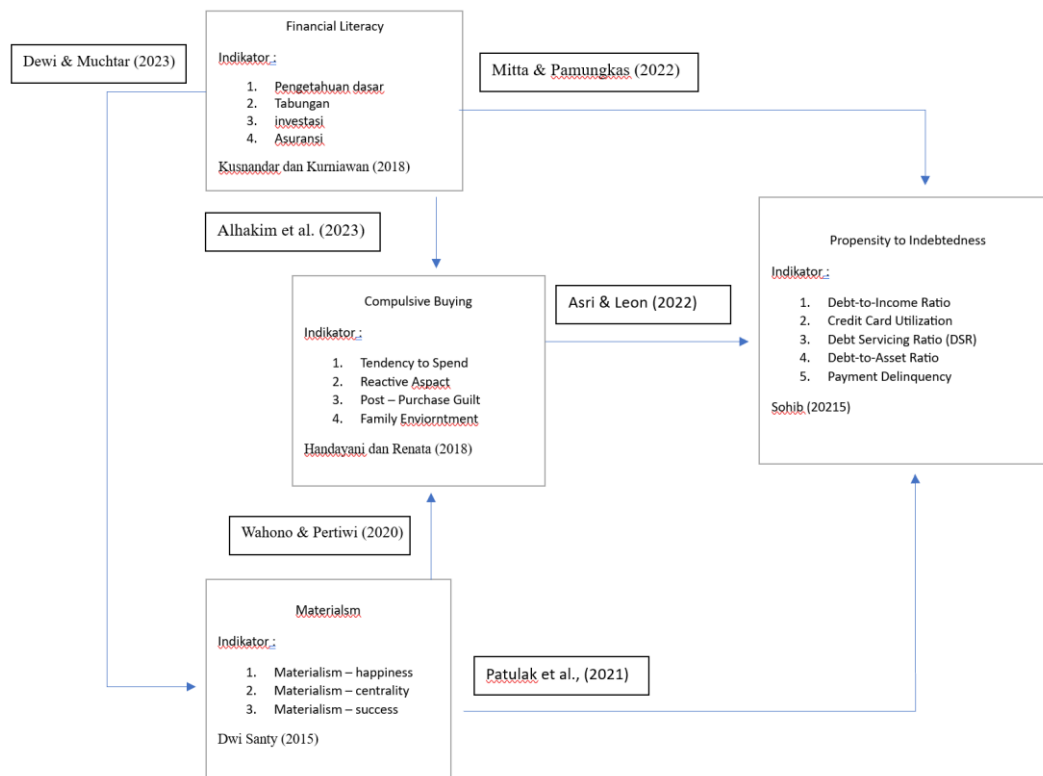
2.2.8 Keterkaitan variabel Financial Literacy (X1) terhadap Propensity to Indebtedness (Y) melalui Compulsive Buying (Z)

Hasil penelitian menurut Potrich & Vieira (2018) pengaruh tidak langsung Compulsive Buying (Z) terhadap Financial Literacy (X1) dan penggunaan Utang (Y). Ini menunjukkan bahwa belanja kompulsif memberikan pengaruh mediasi antara Financial Literacy dan penggunaan utang.



Gambar 2.8 Keterkaitan variabel X1 terhadap Y melalui variabel Z

2.2.9 Paradigma Penelitian



Gambar 2.9 Paradigma

2.3 HIPOTESIS

H1 terdapat pengaruh antara variabel financial literacy (X1) terhadap propensity to indebtedness (Y)

H2 terdapat pengaruh antara variabel materialism (X2) terhadap propensity to indebtedness (Y)

H3 terdapat pengaruh antara variabel compulsive buying (Z) terhadap propensity to indebtedness (Y)

H4 terdapat pengaruh antara variabel financial literacy (X1) terhadap materialism (X2)

H5 terdapat pengaruh antara variabel financial literacy (X1) terhadap compulsive buying (Z)

H6 terdapat pengaruh antara variabel materialism (X2) terhadap Compulsive Buying (Z)

H7 terdapat pengaruh antara variabel materialism (X2) terhadap Propensity to Indebtedness (Y) melalui Compulsive Buying (Z)

H8 terdapat pengaruh antara variabel Financial Literacy (X1) terhadap Propensity to Indebtedness (Y) melalui Compulsive Buying (Z)

