

SKRIPSI – MG1SK46

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN
KESEJAHTERAAN KEUANGAN TERHADAP
KETERGANTUNGAN BELANJA ONLINE PADA GENERASI
Z (STUDI KASUS DI GRESIK)**

OLEH:

GABRILA AYU SUSANTI

NIM: 1011610036

DOSEN PEMBIMBING

ALFINA, S.M., M.M

DEPARTEMEN MANAJEMEN

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

TAHUN 2020

SKRIPSI – MG1SK46

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN
KESEJAHTERAAN KEUANGAN TERHADAP
KETERGANTUNGAN BELANJA *ONLINE* PADA GENERASI
Z (STUDI KASUS DI GRESIK)**

OLEH:

GABRILA AYU SUSANTI

1011610036

DOSEN PEMBIMBING

ALFINA, S.M., M.M.

DEPARTEMEN MANAJEMEN

UNIVERSITAS INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA

TAHUN 2020

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KESEJAHTERAAN
KEUANGAN TERHADAP KETERGANTUNGAN BELANJA ONLINE PADA
GENERASI Z (STUDI KASUS DI GRESIK)
SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada

Program Studi S-1
Departemen Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Internasional Semen Indonesia

Oleh:

GABRILA AYU SUSANTI

NIM 1011610036

DEWAN PENGUJI

1. Rosa Rilantiana, S.E., M.M.

Penguji I

(.....)

NIDN. 0717048401

2. Astri Wening Perwitasari, S.M., M.M.

Penguji II

(.....)

NIP. 2020008

Disetujui oleh Pembimbing Skripsi

1. Alfina, S.M., M.M.

Pembimbing I

(.....)

NIDN. 0727019001

Gresik, 10 Agustus 2020

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Internasional Semen Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabrila Ayu Susanti
NIM : 1011610036
Departemen : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Internasional Semen Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN
KESEJAHTERAAN KEUANGAN TERHADAP KETERGANTUNGAN
BELANJA ONLINE PADA GENERASI Z
(STUDI KASUS DI GRESIK)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Internasional Semen Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Gresik
Pada tanggal : 10 Agustus 2020
Yang menyatakan



(Gabrila Ayu Susanti)

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan
semua sumber baik yang dikutip maupun
dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Gabrila Ayu Susanti

NIM : 1011610036

Tanda Tangan : 

Tanggal : 10 Agustus 2020



**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KESEJAHTERAAN
KEUANGAN TERHADAP KETERGANTUNGAN BELANJA ONLINE PADA
GENERASI Z (STUDI KASUS DI GRESIK)**

Nama : Gabrila Ayu Susanti
NIM : 1011610036
Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2018. Dengan adanya hal tersebut dapat meningkatkan standar hidup masyarakat dan mendorong masyarakat untuk lebih konsumtif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara parsial dan simultan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Penelitian ini termasuk penelitian kausal asosiatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 58 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan (1) pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja online, (2) kesejahteraan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja online, (3) pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja online.

Kata Kunci: Pengetahuan Keuangan, Kesejahteraan Keuangan, Ketergantungan Belanja Online.

**THE ANALYSIS OF FINANCIAL KNOWLEDGE AND FINANCIAL WELLBEING
TOWARDS ADDICTION ONLINE SHOPPING OF Z GENERATION
(CASE STUDY IN GRESIK CITY)**

Student Name : Gabrila Ayu Susanti
Student Identify Number : 1011610036
Supervisor : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRACT

The Indonesian economy has increase in 2018. With this, it can improve people's living standards and encourage people to be more consumptive. The purpose of this research was to identify the influence of financial knowledge and financial wellbeing of partially and simultaneously on addiction online shopping on Z Generation. The type of reseacrh used in this research is assosiative causal The sampling technique was purposive sampling. The data used are primary data was obtained directly from respondents. The sample of this reseacrh are 58 respondents. The data analysis technique used was multiple linear regression with SPSS program version 20. The results of this research are (1) the financial knowledge has a positive influence on addiction online shopping, (2) the financial wellbeing has a positive influence on addiction online shopping, (3) the financial knowledge dan financial wellbeing simultaneously have a positive influence on addiction online shopping.

Keywords: financial knowledge, financial wellbeing, and addiction online shopping.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z”. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Internasional Semen Indonesia.

Dalam penelitian ini peneliti menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, peneliti secara khusus menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang selalu memberikan kelancaran dan kemudahan kepada peneliti sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan doa, restu dan dukungan semangat supaya penulis segera menyelesaikan tugas skripsi.
3. Bapak Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM. selaku Kepala Program Studi Manajemen.
4. Ibu Alfina, S.M., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah merelakan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membimbing, memberikan motivasi, kritik dan saran serta ilmu kepada penulis sehingga skripsi ini selesai dengan baik dan lancar.
5. Ibu Rosa Rilantiana, S.E., M.M., selaku dosen penguji 1 yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Astri Astri Wening Perwitasari, S.M., M.M., selaku dosen penguji 2 yang telah membantu membimbing pada sidang akhir peneliti.
7. Ibu Nur Elisa Faizaty, S.E., M.Si., selaku dosen telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia, khusus dosen Manajemen yang telah membagikan ilmu, pengetahuan, dan pengalamannya kepada penulis, serta seluruh pegawai

Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studinya.

9. Seluruh mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Internasional Semen Indonesia angkaran 2016 yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi dan wisuda bersama.
10. Kakak penulis yang telah membantu dan memberikan saran serta mendengarkan keluh kesah penulis.
11. Sahabat-sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, motivasi dan saran yaitu Delia, Wulan, Anggita, Ademon, Desi, dan Ria.
12. Semua pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas bantuannya selama penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna dengan keterbatasan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritikan dan saran yang membangun dari pembaca guna menyempurnakan penelitian ini. Peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi bahan referensi bagi peneliti lain dalam penyusunan skripsi.

Gresik, 10 Agustus 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PUBLIKASI	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Konsumerisme.....	9
2.1.2 Perilaku Manajemen Keuangan.....	9
2.1.3 Pengetahuan Keuangan.....	11
2.1.4 Kesejahteraan Keuangan.....	13
2.1.5 Ketergantungan Belanja Online	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Berfikir	19
2.4 Paradigma Penelitian	22
2.4 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Design Penelitian.....	25

3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3.1 Ketergantungan Belanja Online	26
3.3.2 Pengetahuan Keuangan.....	26
3.3.3 Kesejahteraan Keuangan	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.5 Instrumen Penelitian.	28
3.6 Uji Coba Instrumen	29
3.6.1 Uji Validitas	29
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif	31
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	33
3.7.4 Uji Hipotesis.....	33
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Deskripsi Data	37
4.2 Analisis Data	40
4.2.1 Pengujian Instrumen	40
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif	44
4.2.3 Hasil Uji Asumsi Klasik	50
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	53
4.2.5 Hasil Uji Hipotesis.....	53
4.3 Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	59
5.3 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Skor Skala Likert Variabel X_1 & Y.....	28
Tabel 2. Skor Skala Likert 6 Item Pernyataan Variabel X_2	28
Tabel 3. Skor Skala Likert 4 Item Pernyataan Variabel X_2	29
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian.....	29
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Keuangan.....	40
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kesejahteraan Keuangan.....	41
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Ketergantungan Belanja Online	42
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 9. Statistik Deskriptif Pengetahuan Keuangan	43
Tabel 10. Kategori Pengetahuan Keuangan	44
Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pengetahuan Keuangan	44
Tabel 12. Statistik Deskriptif Kesejahteraan Keuangan	45
Tabel 13. Kategori Kesejahteraan Keuangan	46
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Kesejahteraan Keuangan	46
Tabel 15. Statistik Deskriptif Ketergantungan Belanja Online	47
Tabel 16. Kategori Ketergantungan Belanja Online.....	47
Tabel 17. Distribusi Frekuensi Ketergantungan Belanja Online.....	48
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas.....	49
Tabel 19. Hasil Uji Linearitas	50
Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas	50
Tabel 21. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	51
Tabel 22. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	52
Tabel 23. Hasil Uji F.....	53
Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Pertumbuhan E-commerce	2
Gambar 2. Kerangka Berfikir	22
Gambar 3. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 5. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
Gambar 6. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Item Barang.....	39
Gambar 7. Diagram Lingkaran Pengetahuan Keuangan.....	45
Gambar 8. Diagram Lingkaran Kesejahteraan Keuangan.....	46
Gambar 9. Diagram Lingkaran Ketergantungan Belanja Online	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Uji Instrumen	65
Lampiran 2. Tabel Informasi Responden.....	70
Lampiran 3. Tabulasi Data Hasil Penelitian.....	72
Lampiran 4. Hasil Perhitungan Uji Validitas	81
Lampiran 5. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas	86
Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas	87
Lampiran 7. Hasil Uji Linearitas	87
Lampiran 8. Hasil Uji Multikolerasi.....	88
Lampiran 9. Hasil Uji Heterokedastisitas	88
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Berganda	88
Lampiran 11. Hasil Uji F	89
Lampiran 12. Hasil Koefisien Determinasi.....	89



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

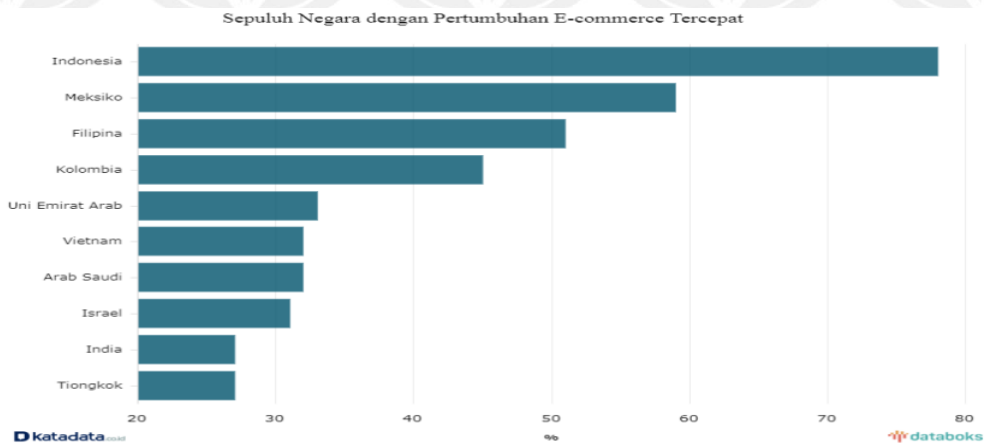
Perekonomian Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2018. Berdasarkan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistika (BPS), bahwa pada tahun 2018 perekonomian Indonesia mengalami peningkatan 5,17% dibandingkan pencapaian pada tahun 2017, peningkatan tersebut dapat diukur dari Produk Domestik Bruto (PDB). Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh adanya Lapangan Usaha Lainnya sebesar 8,99% dilihat dari sisi produksi, sedangkan dari sisi pengeluaran dicapai oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Nonprofit yang mengalami Rumah Tangga (PK-LNPRT) sebesar 9,08%. Pulau Jawa dan Pulau Sumatera merupakan provinsi yang memiliki kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 58,48% dan 21,58% berdasarkan informasi pada (kemenkeu.go.id). Seiring dengan berkembangnya perekonomian global sebuah negara dapat mengakibatkan perubahan terhadap pola hidup masyarakat pada negara tersebut, berdasarkan informasi dari (kompasiana.com).

Menurut (Tanoto & Evelyn, 2019) dengan adanya kemajuan perekonomian di Indonesia dapat meningkatkan standar hidup masyarakat dan lebih mendorong masyarakat untuk lebih konsumtif. Kemajuan perekonomian juga didukung dengan adanya perubahan era globalisasi yang semakin canggih, salah satunya dibidang digital teknologi komunikasi. Perkembangan teknologi internet dapat mengakibatkan perilaku konsumtif seseorang mengalami perubahan (geotimes.co.id). Perkembangan teknologi internet terjadi sejak generasi Z, sehingga generasi Z merupakan orang-orang yang lahir pada generasi internet atau generasi yang sudah menikmati adanya teknologi internet. Menurut Badan Statistika Kanada menyatakan bahwa seseorang yang lahir tahun 1993 sampai 2004 merupakan generasi Z. Sedangkan, Mc Crindle Research Centre di Australia menyatakan bahwa yang tergolong generasi Z adalah orang-orang yang lahir tahun 1995 sampai 2009. Berdasarkan tahun kelahiran generasi Z tersebut, maka dapat diketahui bahwa rentang usia generasi Z saat ini berkisar 10-26 tahun.

Generasi Z memiliki 7 karakteristik yang membedakan dari generasi lainnya antara lain: memiliki ambisi besar untuk sukses, berperilaku instan, cinta kebebasan, percayadiri, menyukai hal yang detail, keinginan untuk mendapatkan pengakuan, dan mahir dalam menggunakan digital teknologi (kumparan.com).

Pada era globalisasi saat ini, bisnis belanja online (*online shopping*) sangat diminati oleh masyarakat. Menurut Public Relations and Communications Manager CupoNation, Olivia Putri Bisnis bahwa pembeli secara online atau *online shopper* di Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun (kompas.com). Belanja *online (online shopping)* merupakan bisnis yang menawarkan produk barang atau jasa secara *online*, sehingga masyarakat dapat melakukan pemesanan produk atau layanan tersebut dimana saja dan kapan saja, nantinya pesanan tersebut akan dikirim sesuai alamat pemesanan. Hal tersebut juga didukung dengan kebiasaan dari generasi Z dalam berbelanja, dimana generasi tersebut dalam mendapatkan produk dan jasa sangat memanfaatkan keberadaan smartphonenya. Disisi lain Generasi Z juga aktif di berbagai sosial media misalnya Facebook, Instagram, Youtube dan Twitter (kumparan.com). Bisnis *online shopping* yang ada di Indonesia seperti Tokopedia, Shopee, Zalora, Bukalapak, Lazada, OLX, Blili.com, dan sebagainya.

Banyaknya minat dari masyarakat terhadap bisnis belanja *online shopping*, mengakibatkan bisnis *e-commerce* atau *online shopping* mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal tersebut terjadi karena banyak para pengusaha mendirikan bisnis *online shopping*. Berdasarkan riset yang dirilis oleh Merchant Marcine dari Inggris, bahwa Indonesia menjadi pemimpin jajaran dari 10 negara dalam pertumbuhan *e-commerce* tercepat di dunia tahun 2018 sebesar 78%. Pertumbuhan bisnis *online shopping* atau *e-commerce* meningkat juga disebabkan adanya faktor teknologi yang semakin berkembang.



Gambar 1. Grafik Pertumbuhan E-commerce

Adanya perkembangan bisnis belanja *online* dapat mengakibatkan bisnis belanja *offline* tergeser. Sebelum adanya bisnis *online shopping*, budaya masyarakat dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya yaitu dengan mendatangi pasar-pasar atau toko yang dituju. Peralihan perilaku tersebut menyebabkan pusat-pusat belanja sepi dari pengunjung, karena pengunjung lebih memilih belanja *online* dibandingkan belanja *offline*. Menurut (Nofri & Hafifah, 2018) bahwa peralihan perilaku masyarakat yang semula berbelanja *offline* ke *online* mengakibatkan fenomena *destructive innovation* di pusat-pusat belanja di beberapa kota, Indonesia. Peralihan perilaku tersebut juga menimbulkan perbedaan tingkat konsumtif seseorang sebelum dan sesudah adanya bisnis *online shopping*. Berdasarkan informasi dari (kompasiana.com) bahwa peningkatan bisnis *online shopping* ini menunjukkan pesatnya perkembangan konsumerisme di Indonesia. Konsumerisme yaitu seseorang melakukan konsumsi terhadap produk secara berlebihan. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa dengan maraknya bisnis *online shopping* dapat meningkatkan perilaku konsumtif individu lebih tinggi dibandingkan sebelumnya.

Berdasarkan Laporan Digital In 2017 Growth Overview bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam 16 menit per hari untuk media sosial. Sementara, lama waktu masyarakat Indonesia berkunjung ke situs belanja online sekitar 4 menit 9 detik dalam sekali kunjungan. Menurut (Tanoto & Evelyn, 2019) Rata-rata lama waktu masyarakat Indonesia dalam berbelanja online sekitar 4-6

jam. Pada tahun 2014, Riset Singpost menyatakan bahwa 5,9 juta dari 83 juta pengguna internet melakukan berbelanja *online*. Kemudian pada tahun 2017, menurut Gubernur BI Agus Martowajodo, bahwa terdapat peningkatan pengguna internet yang melakukan berbelanja *online* sekitar 24,73 juta. Semakin tinggi pengguna dalam berbelanja *online* maka semakin tinggi pula jumlah transaksi *online*. Jumlah transaksi belanja online ditahun sebelumnya mencapai Rp 75 triliun berdasarkan data yang dirilis oleh Bank Indonesia. (Minanda, Roslan, dan Anggraini, 2018) menyatakan bahwa kegiatan berbelanja *online* tidak didasari untuk memenuhi kebutuhan individu, melainkan hanya untuk kesenangan dan gaya hidup. Menurut (Minanda, Roslan, dan Anggraini, 2018), seseorang yang tidak dapat mengendalikan dirinya untuk berbelanja *online*, akan menimbulkan kecanduan dalam belanja dan lebih mendorong seseorang berperilaku konsumtif.

Saat ini seluruh dunia mengalami pandemi *Corona Virus Disease (COVID-19)* terutama yang dialami Negara Indonesia. Hal tersebut dapat menimbulkan aktivitas masyarakat terganggu, karena pemerintah membatasi kegiatan di luar rumah kecuali adanya kepentingan mendesak. Pemerintah mengeluarkan aturan tersebut guna untuk memutus rantai penyebaran COVID-19 di Indonesia. Upaya tersebut dilakukan karena penyebaran virus tersebut sudah merajalela. Menurut data yang disampaikan oleh Juru Bicara Pemerintah untuk penanganan COVID-19, Achmad Yurianto, bahwa penyebaran COVID-19 semakin meluas dan telah mencapai angka lima ribu kasus di Indonesia. Terkait adanya peraturan tersebut, masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau berbelanja yang biasanya mereka lakukan secara langsung (*offline*) ke pasar atau super market, saat ini lebih memilih untuk berbelanja *online*. Hal ini dilakukan karena dengan berbelanja online mereka dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga dengan mudah, cepat, terdapat banyak pilihan, dan yang paling penting tidak berkumpul dengan orang banyak sehingga tetap mematuhi peraturan pemerintah. Peluang ini sangat menguntungkan bagi *e-commerce* atau *online shop*, yang mana mereka berlomba-lomba dalam menyediakan berbagai macam produk yang dibutuhkan saat ini, mulai dari kebutuhan rumah tangga, pakaian, elektronik, dan sebagainya.

Berdasarkan informasi dari (suara.com), bahwa dengan adanya anjuran pemerintah untuk berdiam diri di rumah dapat mengakibatkan terjadinya

peningkatan penjualan yang signifikan pada *online shop*. Akan tetapi, dengan adanya *online shop* ini dapat memunculkan perilaku konsumtif dari masyarakat. Pada banyak kasus bahwa perilaku konsumtif ini tidak didasarkan pada kebutuhan tetapi adanya dorongan oleh hasrat dan keinginan. Menurut (Tanoto & Evelyn, 2019) menyatakan biasanya seseorang dalam berbelanja tanpa adanya perencanaan dan tidak ada hal yang mendasarinya atau dikenal sebagai belanja kompulsif, terutama saat sedang berbelanja *online*. Dampak dari pembelian kompulsif dapat mengakibatkan psikolog seseorang terganggu, seperti timbul rasa gelisah, depresi, frustrasi dan lain sebagainya (Wulandari, 2018). Psikolog seseorang terganggu akibat dari perencanaan keuangan yang kurang baik, sehingga sering kali seseorang mengalami kebangkrutan akibat pengeluaran keuangan yang tidak terkendali untuk berbelanja. Pernyataan tersebut juga dinyatakan oleh (Melina & Wulandari, 2018) bahwa kesulitan ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan seseorang, melainkan kesalahan dalam mengelola keuangan (*miss-management*).

Hal itu menunjukkan, bahwa pengetahuan keuangan dan keterampilan dalam mengelola keuangan sangat penting di kehidupan sehari-hari (Yushita, 2017). Individu yang tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik akan menimbulkan suatu permasalahan pada keuangannya. Dalam perilaku belanja generasi Z memiliki perbedaan dari generasi sebelumnya dalam hal mencari produk atau jasa yang ingin dibeli. Pada generasi Z, cenderung dalam menggunakan uangnya untuk keperluan fashion, makan, dan traveling (kumparan.com). Generasi tersebut sangat memanfaatkan keberadaan smartphone/gadget untuk mendapatkan barang yang diinginkan, menyukai produk yang menurut mereka keren atau lebih trend, dan gen Z lebih meminta loyalitas dari produsen produk yang bermerek tersebut serta berharap produsen tersebut memberikan lebih dari sekadar yang mereka harapkan. Kegemaran yang dimiliki oleh generasi Z dalam berbelanja *online* dapat mengakibatkan mereka kecanduan atau ketergantungan, sehingga mengakibatkan keuangan mereka terganggu dan tidak teratur. Pengetahuan keuangan juga memiliki hubungan terhadap kesejahteraan keuangan, yang mana jika individu dapat mengelola keuangannya dengan baik maka kesejahteraan individu dapat dirasakan.

Kesejahteraan keuangan berhubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan dalam kondisi keuangan tiap individu (Tanoto & Evelyn, 2019). Kesejahteraan keuangan seseorang akan timbul, ketika seseorang dapat mengatur literasi keuangannya dengan baik (Yushita, 2017). Seseorang yang ingin memiliki kesejahteraan dalam keuangan harus mengurangi gaya hidup yang konsumtif agar literasi keuangan individu tersebut dapat teratur. Berdasarkan hal tersebut bahwa ketergantungan online shopping mempunyai kaitan dengan pengetahuan dan kesejahteraan keuangan individu, sehingga dari permasalahan itu penulis ingin melakukan penelitian tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang penelitian di atas, peneliti memiliki beberapa rumusan masalah yang akan dijadikan pembahasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Apakah pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z?
2. Apakah kesejahteraan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z?
3. Apakah pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan berpengaruh positif secara simultan terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Peneliti dalam melakukan penelitian memiliki beberapa tujuan yang berdasarkan pada rumusan masalah di atas, antara lain:

1. Untuk menganalisa pengaruh pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z.
2. Untuk menganalisa pengaruh kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z.
3. Untuk menganalisa pengaruh pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan terhadap ketergantungan *online shopping* pada generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat antara lain:

1. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian selanjutnya. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah literatur dan referensi yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian lain untuk pengembangan ilmu pengetahuan dibidang manajemen keuangan mengenai pengaruh pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada kaum anak muda.

2. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini akan memberikan informasi bagi masyarakat khususnya kaum anak muda agar selalu memperhatikan dan mengontrol pengeluaran dalam berbelanja serta kaum anak muda dapat memahami pentingnya pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti memiliki batasan penelitian dalam pengambilan data untuk dijadikan sebuah penelitiannya antara lain:

1. Penelitian ini diperuntukkan untuk responden yang termasuk dalam kategori generasi Z yang melakukan belanja online.



Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsumerisme

Meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perubahan dan inovasi seperti produk baru, pengalaman baru, dan citra baru mengakibatkan munculnya konsumerisme. Konsumerisme menurut Zygmunt Bauman adalah situasi dimana orang membeli berbagai barang semata-mata untuk kesenangan membeli, bukan karena memerlukan kebutuhan tersebut. Kemudian, menurut Collin Campbell konsumerisme adalah kondisi sosial yang terjadi saat konsumsi menjadi pusat kehidupan banyak orang dan bahkan menjadi tujuan hidup. Berdasarkan pengertian konsumerisme beberapa pendapat para ahli, maka dapat disimpulkan bahwa konsumerisme adalah ideologi atau paham yang merubah individu, kelompok, atau komunitas menjalankan proses konsumsi secara berlebihan yang hanya melihat melalui nilai simbol bukan nilai gunanya. Adapun tujuan dari konsumerisme adalah untuk mencapai kepuasan diri dengan membeli barang-barang tanpa melihat nilai guna dari barang yang dikonsumsinya tersebut.

Menurut hasil riset yang dirilis oleh Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) bahwa masyarakat Indonesia tergolong sebagai tipe masyarakat yang memiliki kepercayaan diri tinggi dalam perilaku konsumtifnya. Konsumerisme dalam tinjauan ekonomi, muncul dikarenakan adanya penyimpangan orientasi kegiatan konsumsi. Hal tersebut dapat terjadi akibat dari perkembangannya aktivitas konsumsi masyarakat yang kemudian mengalami pergeseran orientasi. Pergeseran orientasi tersebut juga didukung dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin pesat, sehingga menyebabkan perubahan dari perilaku konsumtif seseorang (geotimes.co.id)

2.1.2 Perilaku Manajemen Keuangan

Perilaku manajemen keuangan adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengatur keuangannya sehari-hari yang meliputi perencanaan, penganggaran, pemeriksaan, pengelolaan, pengendalian, pencarian, dan penyimpanan (Kholilah

dan Iramani, 2013). Perilaku manajemen keuangan disebabkan dengan adanya besar hasrat seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Kegagalan seseorang dalam mengelola keuangannya dapat menimbulkan konsekuensi yang besar bagi dirinya sendiri maupun perusahaan. Menurut Amanah (2016) perilaku manajemen keuangan merupakan ilmu yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam mengatur keuangannya berdasarkan sudut pandang dari psikolog dan kebiasaan orang tersebut. Ilmu tersebut juga menjelaskan tentang pengambilan keputusan yang irasional terhadap keuangan individu tersebut (Humaira, 2017). Menurut Hilgert, Hogarth, dan Beverly (2003) bahwa *financial behavior* dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. Cash flow management
2. Credit management
3. Saving
4. Investment

Perilaku manajemen keuangan berkaitan dengan tanggung jawab keuangan dan cara manajemen keuangan yang individu miliki. Menurut (Humaira, 2017) terdapat beberapa elemen yang termasuk dalam manajemen uang antara lain pengaturan anggaran dan pengeluaran serta dana cadangan seperti dana pensiun, asuransi, dan investasi dalam waktu yang wajar. Menurut (Kholilah dan Iramani, 2013) Perilaku manajemen terbagi menjadi 3 hal utama yaitu:

1. Konsumsi
Pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga yang berupa barang dan jasa (kecuali rumah baru).
2. Tabungan
Bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi oleh sebuah rumah tangga pada periode tertentu.
3. Investasi
Mengalokasikan atau menanamkan sebagian dana dengan tujuan mendapatkan manfaat dimasa mendatang.

Menurut (Humaira, 2017) dengan adanya perilaku manajemen keuangan yang baik, seseorang akan terhindar dari perilaku konsumerisme yang berlebihan atau tidak terbatas. Perilaku manajemen keuangan yang dimiliki setiap individu

berbeda sesuai dengan kondisi keuangan dan target yang ingin dicapainya. Menurut (Aprilia, 2015) terdapat beberapa indikator dari perilaku manajemen keuangan antara lain:

1. Jenis-jenis perencanaan dan anggaran keuangan yang dimiliki individu dan keluarga.
2. Teknik dalam menyusun perencanaan keuangan.
3. Kegiatan asuransi, pensiun, dan pengeluaran tidak terduga.
4. Kegiatan investasi, kredit/hutang, dan tagihan.
5. Monitoring pengelolaan keuangan.
6. Evaluasi pengelolaan keuangan.

2.1.3 Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan (*Financial knowledge*) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan yang digunakan dalam membuat suatu keputusan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan (Halim & Astuti, 2015). Menurut (Andrew & Nanik, 2014) pengetahuan keuangan didefinisikan sebagai penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan antara lain alat keuangan dan keterampilan keuangan. Keterampilan keuangan (*financial skill*) terkait dengan individu dalam menyiapkan suatu anggaran, memilih investasi, rencana asuransi, dan penggunaan kredit. Sedangkan, alat keuangan (*financial tools*) merupakan sarana yang digunakan untuk membuat suatu keputusan manajemen keuangan pribadi seperti cek, kartu kredit, dan kartu debit (Humaira, 2017). Upaya dalam memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka memerlukan pengembangan keahlian keuangan dimana teknik yang bertujuan untuk membuat keputusan manajemen keuangan (Yulianti & Silvy, 2013). (Yushita, 2017), menyatakan bahwa pengetahuan keuangan pribadi dan pemahaman dalam mengelolah keuangan sangat dibutuhkan individu agar individu dapat membuat sebuah keputusan yang benar dalam keuangan, sehingga dapat secara optimal dalam menggunakan instrumen-instrumen dan produk-produk keuangan yang tepat.

Pengelolaan keuangan pribadi sangat penting bagi individu, karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Dengan melakukan pengelolaan keuangan secara

disiplin dan terencana, akan memudahkan suatu tujuan dapat terealisasi (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Selain itu, pengetahuan keuangan dapat memberikan manfaat pada ekonomi (Yulianti & Silvy, 2013).

Menurut Nababan dan Sadalia bahwa pengetahuan keuangan terdiri dari beberapa aspek keuangan antara lain:

1. *Basic Personal Financial*

Dalam aspek pertama adalah pemahaman beberapa hal yang berkaitan dengan pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi individu seperti perhitungan tingkat bunga sederhana dan majemuk, pengaruh *inflasi*, *opportunity cost*, likuiditas, nilai waktu, dan lain-lain.

2. Manajemen uang

Dalam aspek ini mencakup seseorang dalam mengelolah keuangannya dan kemampuan untuk menganalisis sumber pendapatan pribadi. Manajemen uang juga terkait dengan seseorang dalam membuat prioritas penggunaan dana serta anggaran.

3. Kredit dan utang

Pengetahuan tentang manajemen kredit dan utang terdiri dari beberapa faktor yang mempengaruhi kelayakan kredit, pertimbangan dalam peminjaman, karakteristik kredit, tingkat bunga pinjaman, serta jangka waktu pinjaman. Dalam mendapatkan kredit dan utang membutuhkan pengetahuan keuangan agar dapat menggunakan kredit dan utang dengan bijak.

4. Tabungan

Seseorang dalam memilih tabungan harus mempertimbangkan beberapa faktor antara lain: tingkat pengembalian, inflasi, pertimbangan pajak, likuiditas keamanan, dan penarikan deposito.

5. Investasi

Investasi merupakan bagian dari tabungan berfungsi untuk kegiatan ekonomi dalam menghasilkan barang dan jasa yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Investasi berkaitan dengan pengetahuan tentang suku bunga pasar, risiko investasi, serta produk-produk investasi itu sendiri seperti saham, reksa dana, dan lain-lain.

6. Manajemen Risiko

Risiko dapat didefinisikan sebagai ketidakpastian atau memungkinkan terjadinya kerugian. Proses manajemen risiko meliputi tiga langkah yaitu:

- a. Mengidentifikasi eksposur dari risiko yang dihadapi.
- b. Mengidentifikasi dampak dari keuangan.
- c. Memilih cara yang tepat dalam mengatasi risiko tersebut.

Kurangnya pengetahuan keuangan disebabkan oleh pendidikan tiap individu (Humaira, 2017), sehingga berdampak pada literasi keuangan tiap individu yang mengakibatkan seseorang mengalami kesulitan dalam mengatur keuangannya (Yushita, 2017). Menurut (Robb & Woodyard, 2011) bahwa pendidikan dapat meningkatkan pengetahuan keuangan seseorang yang akan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih efisien. Pendidikan pengetahuan keuangan dapat diperoleh dari pendidikan formal seperti kuliah, seminar, dan lain-lain atau diperoleh dari sumber-sumber informal (lingkungan sekitar) seperti orang tua, teman, dan rekan kerja, maupun pengalaman diri sendiri (Humaira, 2017). Maka, pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai kesejahteraan (Wiharno, 2018). Kegagalan dalam pengelolaan keuangan akan menimbulkan masalah kesulitan keuangan dan kemudian akan berdampak pada kegagalan dalam mencapai kesejahteraan. (Melina & Wulandari, 2018) menyatakan bahwa pemahaman tentang *financial knowledge* semakin berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia yang semakin kompleks.

2.1.4 Kesejahteraan Keuangan

Menurut (Kim, Garman, & Sorhaindo, 2003) menyatakan bahwa kesejahteraan keuangan adalah fungsi karakteristik individu, perilaku keuangan, dan peristiwa keuangan yang stres. Kesejahteraan keuangan individu mempunyai hubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan terhadap kondisi keuangan dari individu tersebut. Kesejahteraan seseorang tidak hanya dilihat dari fisik atau kesehatannya melainkan juga dilihat dari spiritualnya. Seseorang akan sejahtera, ketika kebutuhan-kebutuhannya dapat terpenuhi dan sejalan dengan indikator kesejahteraan keuangannya. Indikator kesejahteraan keuangan dibagi menjadi 2 yaitu kesejahteraan secara obyektif dan subyektif. Pada indikator obyektif

mengacu pada status ekonomi seseorang seperti tingkat pendapatan dan tingkat hutang (Bruggen dkk, 2017). Tiap individu memiliki tingkat pendapatan yang sama akan tetapi memiliki tingkat kesejahteraan keuangan dan nilai-nilai yang berbeda (Tanoto & Evelyn, 2019). Hal tersebut juga dinyatakan oleh (Bruggen dkk, 2017) bahwa individu memiliki tingkat pendapatan sama namun tingkat kesejahteraan yang didapatkan berbeda tergantung pada preferensi pribadi mereka. Selain itu, indikator subyektif juga dipengaruhi oleh kepuasan *financial* dan perilaku keuangan (Muhammad, 2018). Kepuasan *financial* merupakan hal yang penting dari kesejahteraan keuangan pribadi yang dapat diukur dengan beberapa item seperti kepuasan dengan pendapatan, jumlah uang untuk liburan, jumlah tabungan, jumlah dana darurat. Tiap individu juga perlu menunjukkan perilaku keuangan dalam pengelolaan uang tunai, pengelolaan hutang, merencanakan berbagai aktivitas hidup (Muhammad, 2018). Penelitian ini lebih menggunakan indikator subyektif dalam mengukur kesejahteraan keuangan. Hal tersebut dikarenakan model subjektif lebih mudah untuk dihitung atau diukur. Menurut Tanoto & Evelyn (2019) bahwa model subjektif lebih disukai karena model tersebut lebih komprehensif karena dapat mencakup hal-hal non-keuangan dan lebih cocok untuk memahami konsep keuangan secara pribadi.

Penilaian kesejahteraan keuangan seseorang dapat dipengaruhi oleh pendidikan, usia, jenis kelamin, status pernikahan, dan keluarga. Selain itu, pengetahuan keuangan, sikap keuangan, perilaku keuangan, dan kemauan individu dalam mengambil risiko juga dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan. Seseorang akan merasakan kesejahteraan keuangan, ketika kondisi keuangannya baik dan teratur. Dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang baik, seseorang harus memiliki pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan (Agustine, 2017). Semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi kesejahteraan yang didapatkannya. Kesejahteraan keuangan dipengaruhi oleh adanya perilaku setiap individu, dimana seseorang yang memiliki gaya hidup konsumtif maka tingkat kesejahteraan keuangan orang tersebut rendah. Begitu pula, dengan Individu yang mengalami kegelisahan dan kecemasan akibat keuangannya yang semakin menurun, maka kesejahteraan individu tersebut terganggu.

2.1.5 Ketergantungan Belanja *Online*

a. Belanja *Online* (*Online Shopping*)

Belanja online (*online shopping*) adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontak secara fisik (www.hestanto.web.id). Nama lain dari kegiatan tersebut adalah *web store*, toko *online*, *web-shop*, toko virtual, dan lain sebagainya (lenterakecil.com). Dengan adanya toko online tersebut dapat membangkitkan pembelian produk atau jasa pada pengecer atau pusat pembelanjaan. Dalam berbelanja online, *customer* harus memiliki akses internet untuk mengunjungi situs belanja yang ingin dikunjungi. Transaksi pembayaran belanja online dapat melalui transfer, COD (*Cash On Delivery*), dan lain sebagainya.

Kegiatan tersebut sangat diminati oleh masyarakat karena bisnis tersebut memberikan kemudahan dalam berbelanja, lebih praktis tanpa menghabiskan banyak waktu dan tenaga (Nazaruding & Pela, 2016). Belanja *online* juga memiliki keuntungan dan kekurangannya. Keuntungan dari *online shopping* antara lain:

1. Pembeli tidak perlu datang ke toko, mall, dan sebagainya cukup mengakses website toko yang ingin dikunjungi serta memilih barang yang ingin di beli.
2. Dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja selama koneksi internet tetap menyambung.
3. Penjual dapat memasarkan produknya melalui internet.
4. Pemasaran produk dapat menjangkau seluruh dunia.

Dengan adanya kemudahan dari *online shopping* tersebut akan berdampak pada perubahan gaya hidup seseorang. Awalnya, seseorang ketika ingin berbelanja harus datang ke pusat pembelajaan (mall, pasar, dll) atau disebut belanja *offline*. Namun, adanya perubahan zaman dimana teknologi komunikasi saat ini berkembang pesat dan lebih canggih, sehingga masyarakat menggunakan teknologi komunikasi sebagai sarana untuk memasarkan produknya. Akibat adanya perubahan dari belanja *offline* ke *online* yaitu seseorang akan mengalami ketergantungan atau kecanduan.

Ketergantungan yang dialami seseorang seperti sering melakukan kegiatan belanja, membeli produk yang mungkin tidak menjadi kebutuhannya, belanja online memberikan kemudahan dan tidak membuang waktu. Akan tetapi, hal tersebut akan mengakibatkan kesulitan dalam keuangannya. Jika seseorang mengalami kesulitan dalam keuangannya akan berdampak pada kesejahteraannya. Kesejahteraan seseorang mungkin dapat terganggu akibat adanya ketidakpuasan dalam produk yang dibeli, tidak sesuai dengan apa yang diinginkan, mengalami penipuan, dan lain-lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa belanja *online* memiliki kekurangan antara lain:

1. Kualitas produk tidak sesuai dengan keinginan.
2. Rentan aksi penipuan ketika pembeli telah melakukan pembayaran namun barang yang dibeli tidak dikirim.
3. Risiko barang yang diterima rusak akibat jasa pengirimannya.
4. Rentan aksi pembobolan rekening akibat pembayaran melalui internet.

b. Pengertian Ketergantungan (*Addiction*)

Addiction (Adiktif) merupakan suatu pola perilaku seseorang yang dapat meningkatkan masalah personal maupun masalah social. Menurut Marlitt dkk, (1998) secara subjektif perilaku adiktif sebagai “loss of control” dimana perilaku tersebut terus muncul meskipun telah adanya suatu usaha untuk menghentikannya. Sehingga *Addiction* adalah suatu perilaku ketergantungan yang dapat memicu berbagai macam konsekuensi buruk bagi individu tersebut. Adapun 10 ciri-ciri adiktif menurut Carnes antara lain:

1. Pola perilaku yang tidak terkontrol.
2. Adanya konsekuensi-konsekuensi sebagai akibat dari perilaku.
3. Ketidakmampuannya untuk menghentikan perilaku.
4. Terjadinya *self-destructive* yang terus menerus.
5. Keinginan atau usaha terus menerus untuk meminimalisir perilaku.
6. Menggunakan perilaku sebagai strategi *coping*.
7. Bertambahnya tingkat perilaku dikarenakan tingkat aktivitas dari perilaku selama ini sudah tidak memuaskan lagi atau tidak cukup.
8. Perubahan mood.

9. Banyaknya waktu yang digunakan untuk melakukan perilaku tersebut atau berusaha untuk menghilangkannya.

10. Aktivitas bekerja, rekreasi, dan social yang penting menjadi terabaikan karena perilaku tersebut.

c. Pengertian Ketergantungan Belanja (*Shopping Addiction*)

Ketergantungan Belanja Online (*Shopping Addiction*) merupakan suatu bentuk dalam berbelanja yang abnormal dimana konsumen yang bermasalah memiliki kekuatan yang kuat, tidak terkontrol, kronis, dan keinginan yang berulang untuk berbelanja (Edwards, 1993). Menurut para peneliti di Jerman, bahwa ketergantungan belanja online dapat menyebabkan tingkat kecemasan dan depresi yang lebih tinggi. Masalah ketergantungan belanja *online* sebagian besar disebabkan dari lingkungan seperti pekerjaan, keluarga, pasangan, dan lain sebagainya, sehingga pengaruh sosial sangat mempengaruhi psikologis dan sikap tiap individu dan dapat membuat seseorang menjadi *shopaholic*. Dalam mengukur ketergantungan tiap individu dalam kegiatan belanja dapat menggunakan Skala BSAS (*The Bergen Shopping Addiction*). Skala berbelanja melibatkan satu dari beberapa gejala, salah satunya teknologi baru yang berhubungan dengan internet, sehingga dapat dengan mudah munculnya permasalahan perilaku belanja. Faktor-faktor yang menyebabkan perilaku belanja yaitu aksesibilitas, keterjangkauan, anominitas, kenyamanan, dan penolakan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan referensi antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tanoto dan Evelyn (2019) dengan judul “*Financial Knowledge, Financial Welbeing, And Online Shopping Addiction Among Young Indonesians*”. Objek dari penelitian ini adalah anak muda Indonesia yang berusia antara 18-22 tahun. Pengambilan sampel dengan teknik *purposive sampling*. Terdapat dua varibel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *financial knowledge* (X_1) dan *financial wellbeing* (X_2) terhadap *online shopping addiction* (Y). Dalam menganalisis, penelitian

ini menggunakan SPSS 24,0, tabulasi silang, dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kecanduan belanja online akan bervariasi sesuai dengan financial knowledge dan financial wellbeing. Dengan demikian *financial knowledge* dan *financial wellbeing* memiliki hubungan positif terhadap *online shopping addiction*.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Tanoto dan Evelyn (2019) dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Perbedaan tersebut terletak pada objek penelitian, dimana objek yang dilakukan peneliti adalah kaum anak muda yang termasuk kategori generasi Z dan bertempat tinggal di Gresik.

2. Penelitian oleh Wahyuni dkk (2019) yang berjudul “*Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang*”. Objek dari penelitian ini yakni ibu rumah tangga di Kecamatan Begalung Kota Padang. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausalitas yang memiliki 2 variabel independen yaitu Gaya Hidup (X_1) dan Literasi Keuangan (X_2), serta variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif (Y_1). Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda yang terdiri dari uji determinasi, uji t, uji f. Hasil dalam penelitian ini adalah gaya hidup dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif berbelanja online pada ibu rumah tangga di Kecamatan Begalung Kota Padang.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni dkk (2019) dan penelitian yang dilakukan peneliti memiliki perbedaan yaitu terletak pada variabel independen dan objek penelitian. Variabel independen yang digunakan peneliti adalah pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan. Objek yang digunakan oleh peneliti adalah kaum anak muda yang bertempat tinggal di Gresik.

3. Peneliti oleh Nofri dan Hafifah (2018) dengan judul “*Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping di Kota Makassar*”. Penelitian ini termasuk dalam penelitian korelasional karena data yang dikumpul untuk

menginvestigasi seberapa kuat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Online Shopping* (Y_1), sedangkan variabel independennya adalah Perilaku Konsumen (X_1) yang terdiri dari faktor kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah teknik *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan yang bertemu dengan peneliti bila mana cocok maka akan dijadikan responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Teknik Analisis Regresi Berganda dan uji hipotesis yang digunakan adalah uji f (Uji Simultan) dan uji t (Uji Parsial). Terdapat dua hasil yang di peroleh dalam penelitian ini yaitu pertama, faktor kebudayaan, sosial, kepribadian, dan psikologis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *online shopping* di Kota Makassar baik secara simultan maupun parsial. Kedua, bahwa faktor sosial merupakan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi *online shopping* di Kota Makassar.

Berdasarkan penjelasan penelitian dari Nofri dan Hafifah (2018), bahwa ditemukan perbedaan dalam penelitian yang dilakukan peneliti yaitu obyek dari penelitian. Kemudian, teknik dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel independen yang digunakan oleh peneliti juga memiliki perbedaan. Peneliti menggunakan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan untuk variabel independen.

2.3 Kerangka Berfikir

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online*

Menurut (Andrew & Nanik, 2014) pengetahuan keuangan didefinisikan sebagai penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan antara lain alat keuangan dan keterampilan keuangan. Keterampilan keuangan yang harus dimiliki oleh tiap individu adalah menyiapkan suatu anggaran, memilih investasi, rencana asuransi, dan penggunaan kredit. Sedangkan, alat keuangan yang bisa digunakan dalam membuat suatu

keputusan manajemen keuangan antara lain cek, kartu kredit, dan kartu debit (Humira, 2017). Untuk memiliki pengetahuan yang baik, seseorang memerlukan pengembangan keahlian keuangan dan bisa diperoleh melalui kuliah, seminar, rekan kerja, orang tua, dan lain sebagainya.

Pengelolaan keuangan pribadi sangat penting bagi individu, karena dapat menentukan kehidupan jangka pendek maupun jangka panjang (Udayanthi, Herawati, dan Julianto, 2018). Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan dengan baik, maka orang tersebut tidak akan mengalami kesulitan dalam keuangannya atau kebangkrutan. Hal tersebut dapat terjadinya karena mereka dapat mengontrol emosionalnya dalam menggunakan uangnya. Salah satunya penggunaan dalam melakukan kegiatan belanja online yang mana kegiatan tersebut dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja. Kemudahan yang diberikan dari belanja online dapat membuat seseorang sering melakukan kegiatan belanja secara terus menerus. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan akan berpengaruh terhadap ketergantungan belanja online.

2. Pengaruh Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online.

Kesejahteraan keuangan individu mempunyai hubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan terhadap kondisi keuangan dari individu tersebut. Seseorang dapat dikatakan sejahtera, ketika semua kebutuhannya terpenuhi dan sejalan dengan 2 indikator dari kesejahteraan keuangan. Indikator tersebut adalah kesejahteraan secara obyektif mengacu pada status ekonomi seseorang seperti tingkat pendapatan dan tingkat hutang (Bruggen dkk, 2017). Tiap individu memiliki tingkat pendapatan sama akan tetapi memiliki tingkat kesejahteraan yang berbeda dan tergantung pada preferensi pribadi mereka (Bruggen dkk, 2017). Sedangkan, subyektif dipengaruhi oleh kepuasan *financial* dan perilaku keuangan (Muhammad, 2018).

Dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang baik, seseorang harus memiliki pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan (Agustine, 2017). Kesejahteraan seseorang dapat dipengaruhi oleh adanya pengelolaan keuangan yang baik, dimana seseorang yang memiliki

kemampuan dalam pengelolaan keuangan dengan baik maka kesejahteraannya tidak akan terganggu. Berdasarkan penjelasan tersebut, seseorang harus dapat mengatur pendapatan dan pengeluaran dengan baik. Salah satunya pengeluaran yang digunakan untuk kegiatan belanja online. Biasanya seseorang yang pernah melakukan belanja online akan mengakibatkan kecanduan atau ketagihan, karena belanja online merupakan kegiatan yang sangat mudah, efisien, praktis dan tidak membuat waktu dan tenaga. Hal tersebut mungkin dapat menjadi penyebab seseorang tidak bisa mengatur keuangannya dan menimbulkan kesejahteraan keuangannya terganggu, sehingga kesejahteraan keuangan akan berpengaruh terhadap ketergantungan belanja *online*.

3. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online*.

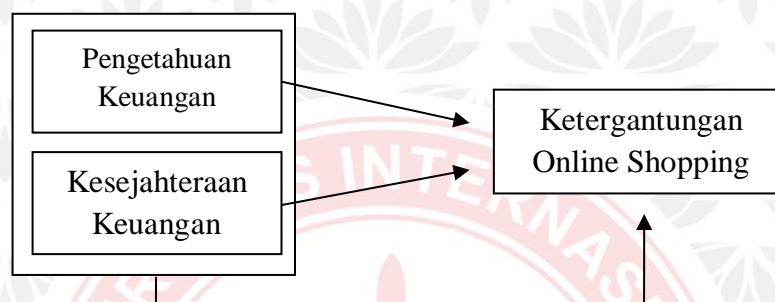
Seseorang dapat dikatakan memiliki pengetahuan keuangan yang baik ketika orang tersebut dapat mengelolah keuangannya dengan baik. Pengelolaan keuangan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya mencapai kesejahteraan (Wiharno, 2018). Seseorang akan merasakan kesejahteraan dalam keuangannya ketika kondisi keuangannya dalam keadaan baik. Hal tersebut menjelaskan bahwa pengetahuan keuangan dapat mempengaruhi kesejahteraan keuangan seseorang. Semakin tinggi pengetahuan keuangan yang dimiliki seseorang tersebut, maka semakin tinggi kesejahteraan yang didapatkannya. Pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan juga dapat dilihat dari bagaimana orang tersebut dalam mengatur pengeluarannya, salah satunya pengeluaran untuk berbelanja secara *online*.

Kegiatan belanja online merupakan kegiatan yang sangat digemari oleh masyarakat khususnya anak muda. Biasanya anak muda dalam berbelanja tidak melihat seberapa penting produk yang ingin dibelinya melainkan hanya ingin mengikuti *trend*. Dengan adanya belanja online masyarakat tidak perlu keluar ke pusat pembelanjaan karena semua produk yang diinginkan masyarakat sudah ada di *website* belanja *online* tersebut. Kemudahan dari belanja online dapat membuat seseorang ketergantungan, sehingga orang tersebut sering melakukan kegiatan belanja. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat

disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan akan berpengaruh terhadap ketergantungan belanja *online*.

2.4 Paradigma Penelitian

Berdasarkan kerangka berfikir yang telah dijelaskan diatas, maka dapat digambarkan mengenai paradigma penelitian ini, sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

2.5 Hipotesis Penelitian

Penelitian ini memiliki 2 variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah ketergantungan online shopping, dimana ketergantungan online shopping dipengaruhi oleh variabel independen. Terdapat 2 variabel independen pada penelitian ini yaitu pengetahuan keuangan (X_1) dan kesejahteraan keuangan (X_2). Pada penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan gambar kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian ini antara lain:

H_0H_1 : Tidak terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H_1H_1 : Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H_0H_2 : Tidak terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H_1H_2 : Terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H₀H₃: Tidak terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H₁H₃: Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.





Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal asosiatif, dimana penelitian asosiatif adalah sebuah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:51). Penelitian ini mengambil bentuk hubungan kausal yaitu hubungan yang memiliki sifat sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Sumber data penelitian ini menggunakan data primer, dimana data tersebut diperoleh dari responden secara langsung. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif karena data yang disajikan berhubungan dengan angka. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan positivisme dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2018:15). Dalam penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu pengetahuan keuangan (X_1) dan kesejahteraan keuangan (X_2) terhadap variabel dependen yaitu ketergantungan online shopping (Y_1).

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2011), Definisi populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah kaum generasi Z di Kota Gresik yang berusia 20-26 tahun yang melakukan kegiatan belanja online. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, dimana teknik dalam penentuan sampelnya terdapat pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018). Terdapat tiga kriteria dalam penelitian ini yang pertama responden yang berusia 20-26 tahun. Menurut (detikfinance) bahwa seseorang yang mengalami ketergantungan belanja online, dimana seseorang memiliki kriteria seperti sering melihat fitur-fitur belanja online minimal 3 jam dalam sehari dan sering melakukan transaksi belanja online minimal 1x dalam seminggu.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel yaitu variabel independen yaitu pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dan variabel dependen yaitu ketergantungan belanja online. Definisi operasional dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

3.3.1 Ketergantungan Belanja Online (Y)

Seseorang yang telah mengalami ketergantungan terhadap belanja online akan menimbulkan beberapa masalah salah satunya kesejahteraan individu tersebut. Skala berbelanja melibatkan satu dari beberapa gejala, salah satunya teknologi baru yang berhubungan dengan internet, sehingga dapat dengan mudah munculnya permasalahan perilaku belanja. Adapun skala yang digunakan untuk mengukur variabel ini yaitu Skala BSAS (*The Bergen Shopping Addiction Scale*). Skala BSAS memiliki beberapa indikator yaitu:

1. Arti-penting
2. Modifikasi suasana hati
3. Konflik
4. Toleransi
5. Penarikan
6. Relapse
7. Permasalahan

3.3.2 Pengetahuan Keuangan (X₁)

Pengetahuan keuangan (*Financial knowledge*) adalah kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola keuangan yang digunakan dalam membuat suatu keputusan yang tepat agar terhindar dari masalah keuangan (Halim & Astuti, 2015). Pengetahuan keuangan juga didefinisikan sebagai penguasaan seseorang tentang berbagai hal yang berkaitan dengan keuangan antara lain alat keuangan (*financial tools*) dan keterampilan keuangan (*financial skills*). Menurut Australian Securities & Investment Commission untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengetahuan keuangan seseorang dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator dan berdasarkan informasi dari (sarjanaekonomi.co.id) sebagai berikut:

1. Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya.
2. Penganggaran, tabungan, dan bagaimana mengelola keuangan.
3. Pengelolaan kredit.
4. Pentingnya asuransi dan melindungi terhadap risiko.
5. Dasar investasi.
6. Perencanaan pensiun.
7. Pemanfaatan dari belanja dan membandingkan produk serta mencari saran dan informasi tambahan tentang barang yang akan dibeli.
8. Bagaimana mengenali potensi konflik atas kegunaan (prioritasi).

3.3.3 Kesejahteraan Keuangan (X₂)

Kesejahteraan keuangan individu mempunyai hubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan terhadap kondisi keuangan dari individu tersebut. Kesejahteraan seseorang tidak hanya dilihat dari fisik atau kesehatannya melainkan juga dilihat dari spiritualnya. Seseorang akan sejahtera, ketika kebutuhan-kebutuhannya dapat terpenuhi dan sejalan dengan indikator kesejahteraan keuangannya. Dalam penelitian ini untuk mengukur kesejahteraan keuangan seseorang menggunakan indikator subjektif yang mana indikator tersebut berkaitan dengan kepuasan *financial* dan perilaku keuangan (Muhammad, 2008) dan indikator objektif yang mana berkaitan dengan tingkat pendapatan dan hutang. Skala yang digunakan untuk mengukur kesejahteraan keuangan adalah dengan menggunakan Skala CFPB. Terdapat 10 item pernyataan dalam Skala CFPB.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer, dimana data tersebut diperoleh dengan teknik penelitian lapangan. Data primer diperoleh dari instrumen penelitian berupa kuesioner. Peneliti akan mencari responden yang sesuai dengan kriteria dalam pengambilan sampel tersebut. Kemudian, peneliti akan membagikan kuesioner kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Kuesioner tersebut diisi oleh responden yang merupakan kaum generasi Z yang berusia 20-26 tahun di Gresik.

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah kuesioner. Peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup, dimana kuesioner tertutup adalah suatu bentuk angket yang mengharapkan jawaban singkat dari responden untuk memilih salah satu alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang tersedia (Sugiyono, 2018:221). Dalam kuesioner tersebut, responden dapat memberikan checklist (✓) untuk memilih jawaban yang tersedia. Kuesioner penelitian ini dibagi menjadi 2 bagian yaitu bagian pertama berisi tentang data karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan pengeluaran. Bagian kedua berisi pernyataan yang berkaitan dengan variabel independen (Pengetahuan Keuangan dan kesejahteraan keuangan) dan variabel dependen (ketergantungan belanja online). Variabel-variabel tersebut diukur skala *likert*. Menurut (Sugiyono, 2018:152) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala *likert* yang digunakan menggunakan skala likert 5 point sebagai berikut.

Tabel 1. Skor Skala Likert Variabel X₁ dan Y

Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	0
Tidak Setuju (TS)	1
Cukup Tidak Setuju (CTS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

**Tabel 2. Skor Skala Likert Variabel X₂
(6 item pertanyaan)**

Jawaban	Skor
Sama Sekali Tidak Baik	0
Cukup Buruk	1
Terkadang Baik	2
Sangat Baik	3
Sepenuhnya Baik	4

**Tabel 3. Skor Skala Likert Variabel X₂
(4 Item pernyataan)**

Jawaban	Skor
Tidak Pernah	0
Jarang	1
Terkadang	2
Sering	3
Selalu	4

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator
Pengetahuan Keuangan (X ₁)	Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya.
	Penganggaran, tabungan, dan bagaimana mengelola keuangan.
	Pengelolaan kredit.
	Pentingnya asuransi dan melindungi terhadap risiko.
	Dasar investasi.
	Perencanaan pensiun.
Kesejahteraan Keuangan (X ₂) Skala CFPB	Indikator Subjektif
	Indikator Objektif
Ketergantungan Belanja Online (Y) Skala BSAS	1. Arti-penting
	2. Modifikasi suasana hati
	3. Konflik
	4. Toleransi
	5. Penarikan
	6. Relapse
	7. Permasalahan

3.6 Uji Coba Instrumen

3.6.1 Uji Validitas Instrumen

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas tersebut dilakukan untuk mengetahui kevalidan suatu instrument. Menurut (Sugiyono, 2018) bahwa suatu instrument dapat dikatakan valid jika alat

ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu juga valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Dalam melakukan uji validitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} atau disebut dengan *Product Moment (Person)*. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan satu sisi (*one tailed*) dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0.05. Kriteria dalam pengujian ini antara lain:

1. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka item tersebut dikatakan valid.
2. Jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} maka item tersebut dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian tersebut. Ketika responden menjawab pernyataan dari kuesioner dengan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel (Ghozali, 2011). Dengan kata lain reliabel menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam pengukur gejala yang sama. Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka *Alpha Cronbach* dengan ketentuan nilai *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan valid jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 (Ghozali, 2011). Apabila nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 maka dapat dikatakan variabel dalam penelitian tersebut tidak reliabel. Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program SPSS yang digunakan untuk mengolah data statistik.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk generalisasi (Sugiyono, 2018). Penyajian data dalam analisis statistik deskriptif dapat dijelaskan melalui table, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui perhitungan rata-rata dan standart deviasi, dan perhitungan prosentase (Sugiyono, 2018).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

- Apabila nilai Signifikansi > 0.05 atau 5% maka data tersebut berdistribusi normal.
- Apabila nilai signifikansi < 0.05 atau 5% , maka data tersebut tidak berdistribusi normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependen. Kolerasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji linearitas dapat dilakukan dengan analisis *compare means*. Dalam beberapa referensi menyatakan bahwa uji linearitas ini merupakan syarat atau asumsi sebelum dilakukannya analisis regresi linear.

Dalam uji linearitas terdapat dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Membandingkan nilai deviasi dengan 0,05

- Jika nilai deviasi > 0,05 maka adanya hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- Jika nilai deviasi < 0,05 maka tidak adanya hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara mendeteksi ada atau tidaknya hubungan multikolinearitas dapat melakukan beberapa cara antara lain:

- Melihat nilai korelasi antar variabel independen.
- Melihat nilai condition index dan eigenvalue.
- Melihat nilai tolerance dan variance inflating factor (VIF)

Berikut rumus dalam mencari VIF:

$$VIF = \frac{1}{Tolerance\ Value}$$

Terdapat dua dasar dalam pengambilan keputusan pada uji multikolinearitas sebagai berikut:

1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai tolerance.
 - Jika nilai tolerance > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
 - Jika nilai tolerance < 0,10 maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
2. Pengambilan keputusan berdasarkan VIF
 - Jika VIF < 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.
 - Jika VIF > 10,00 maka terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variasi dari nilai

residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas. Sedangkan, jika variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Uji glejser dapat dilakukan dengan meregresikan variabel independen terhadap nilai absolute residual dengan rumus persamaan regresinya adalah $|Ut| = a + BXt + vt$

Terdapat dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas antara lain:

1. Jika nilai Sig > 0,05 maka tidak terjadi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.
2. Jika nilai Sig < 0,05 maka terjadi adanya heteroskedastisitas.

3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, \dots) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Berikut persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

- Y = Ketergantungan Belanja Online
- X_1 = Pengetahuan Keuangan
- X_2 = Kesejahteraan Keuangan
- a = Harga Y jika $X = 0$ (Konstanta)
- b = Koefisien linear berganda

3.7.4 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t dikenal sebagai uji parsial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk

mengetahui apakah hipotesis dalam sebuah penelitian diterima atau ditolak.

Berikut rumus untuk menghitung uji t:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{1-r^2}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi

n = jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan uji t parsial dapat dilihat berdasarkan nilai signifikan dan membandingkan antara nilai t hitung dan t tabel.

1. Berdasarkan nilai signifikansi (Sign)

- Jika nilai signifikansi (Sign) < probabilitas 0,05 maka ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) atau hipotesis diterima.
- Jika nilai signifikansi (Sign) > probabilitas 0,05 maka tidak ada pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

2. Berdasarkan Perbandingan nilai t hitung dengan t tabel

- Jika nilai t hitung > t tabel maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- Jika nilai t hitung < t tabel maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila model regresi dalam penelitian ini menunjukkan signifikan maka model tersebut dapat digunakan dan jika tidak menunjukkan signifikan maka model regresi tersebut tidak dapat digunakan (statistikian.com). Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, dimana F_{hitung} dapat dilihat pada tabel ANOVA. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada regresi linear dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Adjusted R²* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun dengan adanya penambahan satu variabel baru (fatkhan.web.id). Jika nilai *Adjusted R²* sama dengan 1 maka variasi variabel dependen dapat dijelaskan 100%. Namun, jika nilai *Adjusted R²* sama dengan 0 maka variasi variabel dependen tidak dapat dijelaskan.





Halaman ini sengaja dikosongkan

BAB IV

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data memberikan sebuah gambaran umum tentang hasil penyebaran kuesioner. Deskripsi data dalam penelitian mencakup jumlah responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, pengeluaran, dan item barang yang sering dibeli melalui online. Data responden seluruhnya yang didapatkan dalam penelitian ini sebanyak 174 responden. Akan tetapi, responden yang memenuhi kriteria dari penelitian ini sebanyak 58 responden, sehingga responden tersebut yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini.

1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

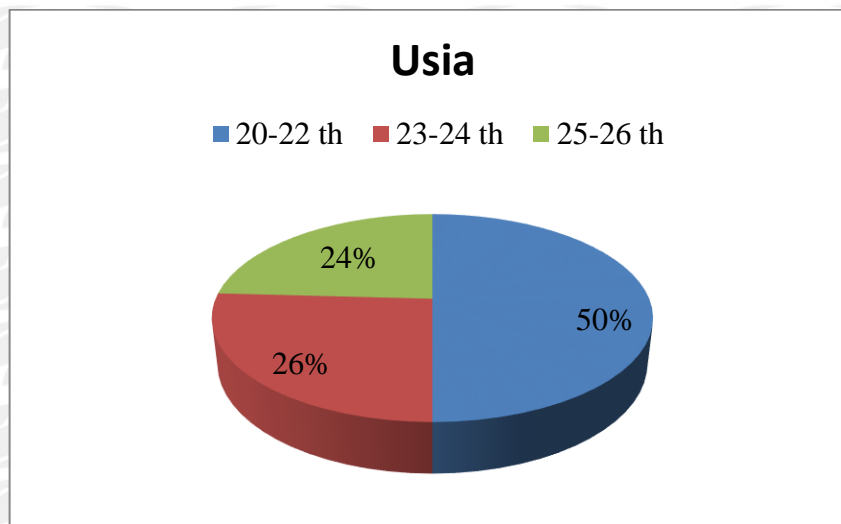
Jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 38 orang, sedangkan responden laki-laki sejumlah 21 orang. Berdasarkan hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin, maka dapat dilihat bahwa jumlah responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan dengan presentase 64% dan 36% untuk presentase laki-laki. Data responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam diagram lingkaran di bawah ini:



Gambar 3. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Data responden berdasarkan usia

Jumlah responden yang berusia 20-22 tahun sebanyak 29 orang. Lalu untuk jumlah responden yang berusia 23-24 tahun sebanyak 15 orang dan untuk responden yang berusia 25-26 tahun sebanyak 14 orang. Hasil distribusi frekuensi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-22 tahun sebesar 50%, lalu responden yang berusia 23-24 tahun sebesar 26% dan untuk responden yang berusia 25-26 tahun sebesar 24%. Data responden tersebut dapat dilihat dalam diagram lingkaran di bawah ini:

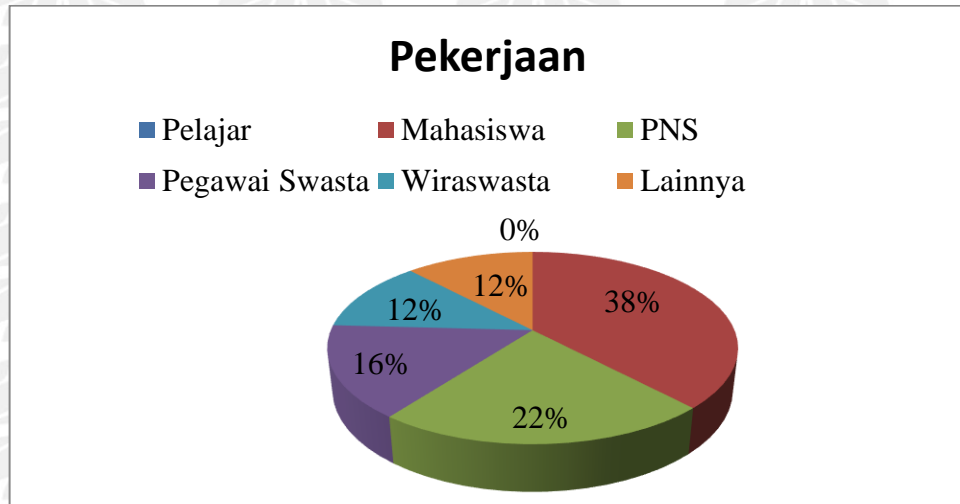


Gambar 4. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

3. Data responden berdasarkan pekerjaan

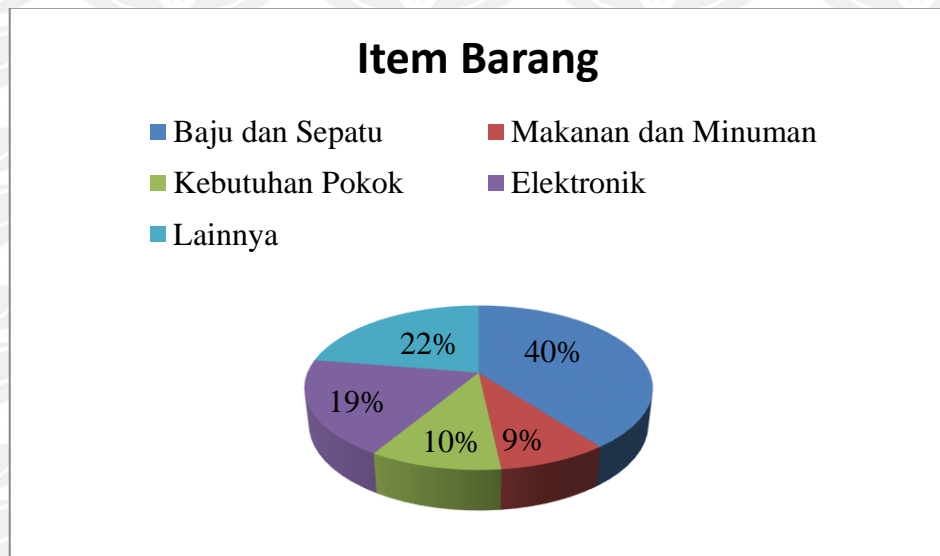
Jumlah responden berdasarkan pekerjaan digolongkan menjadi 6 antara lain pelajar, mahasiswa, pegawai negeri sipil, pegawai swasta, wiraswasta, dan lainnya. Jumlah responden sebagai pelajar tidak ada dan sebagai mahasiswa sebanyak 22 orang. Lalu jumlah responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 13 orang, pegawai swasta sebanyak 9 orang, wiraswasta sebanyak 7 orang, dan untuk responden yang bekerja selain yang telah disebutkan sebanyak 7 orang. Berdasarkan data tersebut maka hasil distribusi frekuensi untuk responden sebagai pelajar sebesar 0%, untuk mahasiswa sebesar 38%, untuk responden bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebesar 22%, untuk pegawai swasta sebesar 16 %, Untuk wiraswasta 12%, dan

responden yang berkerja selain sebagai pegawai negeri sipil, pegawai swasta, dan wiraswasta sebanyak 12%. Data reponden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dalam diagram lingkaran di bawah ini:



Gambar 5. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan

- Data responden berdasarkan item barang yang sering dibeli.
Terdapat beberapa pilihan item barang dalam kuesioner penelitian ini seperti baju dan sepatu, makanan dan minuman, kebutuhan pokok, dan elektronik. Responden akan memilih diantara beberapa item tersebut, akan tetapi responden dapat mengisi pada pilihan lainnya ketika jawaban responden tidak ada pada pilihan tersebut. Jumlah responden yang memilih item baju dan sepatu sebanyak 23 orang, makanan dan minuman sebanyak 5 orang, kebutuhan pokok sebanyak 6 orang, dan elektronik sebanyak 11 orang. Lalu, untuk responden yang memilih selain pada pilihan item tersebut sebanyak 13 orang. Berdasarkan data tersebut, maka hasil distribusi frekuensi untuk responden yang memilih item baju dan sepatu sebesar 44%, makanan dan minuman sebesar 9%, kebutuhan pokok sebesar 10%, Elektronik sebesar 19%, serta responden yang memilih selain item barang yang tersebut sebesar 22%.



Gambar 6. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Item Barang

4.2 Analisis Data

4.2.1 Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian tersebut valid dan reliabel. Pengujian instrumen terdiri dari uji validitas yang digunakan untuk menguji ke validitasan sebuah kuesioner dan uji reliabilitas yang digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya serta menghasilkan hasil yang reliabel. Adapun hasil uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji Validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2011). Dalam menguji validitas instrumen penelitian menggunakan program SPSS versi 20. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan satu sisi (*one tailed*) dengan taraf signifikansi (α) = 5% atau 0.05. Perhitungan uji validitas ini dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} atau disebut dengan *Product Moment (Person)*. Cara mengetahui r_{tabel} dapat dihitung dengan menggunakan rumus $r_{tabel}(a, n-2)$, dimana a = nilai

signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, sedangkan $n =$ jumlah sampel dalam penelitian ini yang kemudian dikurangi 2. Dalam uji instrument ini, diketahui jumlah sampel atau $n = 58$ responden dan $\alpha = 5\%$ atau 0.05, maka $r_{\text{tabel}} [0.05, (58-2)] = 0.2181$, sehingga setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari 0.2181. Adapun hasil dari uji validitas instrument setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Pengetahuan Keuangan

Kuesioner pengetahuan keuangan terdiri dari 15 item pernyataan yang terdiri dari beberapa indikator dalam pengetahuan keuangan antara lain:

- Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya.
- Penganggaran, tabungan, dan bagaimana mengelola keuangan.
- Pengelolaan kredit.
- Pentingnya asuransi dan melindungi terhadap risiko.
- Dasar investasi
- Perencanaan pengsiun
- Pemanfaatan dari belanja dan membandingkan produk serta mencari saran dan informasi tambahan tentang barang yang akan dibeli.

Kuesioner tersebut diuji menggunakan uji validitas, dimana bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Hasil uji validitas pengetahuan menunjukkan bahwa kuesioner tersebut dinyatakan valid, karena $r_{\text{hitung}} > 0.2181$ atau r_{tabel} . Berikut tabel hasil uji validitas pengetahuan keuangan.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Keuangan (X₁)

Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
X1.1	0.511	0.2181	Valid
X1.2	0.346	0.2181	Valid
X1.3	0.465	0.2181	Valid
X1.4	0.583	0.2181	Valid
X1.5	0.553	0.2181	Valid
X1.6	0.605	0.2181	Valid

X1.7	0.447	0.2181	Valid
X1.8	0.500	0.2181	Valid
X1.9	0.477	0.2181	Valid
X1.10	0.374	0.2181	Valid
X1.11	0.425	0.2181	Valid
X1.12	0.329	0.2181	Valid
X1.13	0.357	0.2181	Valid
X1.14	0.559	0.2181	Valid
X1.15	0.375	0.2181	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

b) Kesejahteraan Keuangan

Kuesioner kesejahteraan keuangan sebanyak dari 10 pernyataan, dimana pernyataan tersebut terdiri dari 2 indikator yaitu indikator subjektif dan objektif. Kemudian, kuesioner tersebut di uji dengan menggunakan uji validitas, sehingga dapat memunculkan hasil valid atau tidaknya kuesioner tersebut. Berikut hasil uji validitas dari kesejahteraan keuangan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kuesioner kesejahteraan keuangan dinyatakan valid.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kesejahteraan Keuangan (X₂)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.623	0.2181	Valid
X2.2	0.394	0.2181	Valid
X2.3	0.617	0.2181	Valid
X2.4	0.418	0.2181	Valid
X2.5	0.410	0.2181	Valid
X2.6	0.514	0.2181	Valid
X2.7	0.606	0.2181	Valid
X2.8	0.552	0.2181	Valid
X2.9	0.550	0.2181	Valid
X2.10	0.648	0.2181	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

c) Ketergantungan Belanja Online

Kuesioner ketergantungan belanja online sebanyak 18 item pernyataan dan terdiri dari 7 indikator ketergantungan belanja online yaitu arti-penting, modifikasi suasana hati, konflik, toleransi, penarikan, relapse, permasalahan. Kuesioner tersebut diuji ke validitasnya guna untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut valid atau tidak. Berdasarkan uji validitas tersebut kuesioner ketergantungan belanja online dinyatakan valid. Berikut hasil uji validitas ketergantungan belanja online.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Ketergantungan Belanja Online (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.397	0.2181	Valid
Y2	0.320	0.2181	Valid
Y3	0.476	0.2181	Valid
Y4	0.393	0.2181	Valid
Y5	0.640	0.2181	Valid
Y6	0.519	0.2181	Valid
Y7	0.696	0.2181	Valid
Y8	0.553	0.2181	Valid
Y9	0.428	0.2181	Valid
Y10	0.662	0.2181	Valid
Y11	0.541	0.2181	Valid
Y12	0.348	0.2181	Valid
Y13	0.638	0.2181	Valid
Y14	0.542	0.2181	Valid
Y15	0.252	0.2181	Valid
Y16	0.316	0.2181	Valid
Y17	0.548	0.2181	Valid
Y18	0.502	0.2181	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2020

2. Hasil Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian tersebut. Ketika responden menjawab pernyataan dari kuesioner dengan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat

dikatakan reliabel (Ghozali, 2011). Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka *Alpha Cronbach* dengan ketentuan nilai *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan valid jika nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 (Ghozali, 2011). Adapun hasil uji reliabilitas instrument setiap variabel dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria <i>cronbach alpha</i>	Keterangan
Pengetahuan Keuangan	0.60	0.725	Reliabel
Kesejahteraan Keuangan	0.60	0.715	Reliabel
Ketergantungan Belanja Online	0.60	0.817	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil perhitungan reliabilitas yang ditunjukkan pada tabel 8, bahwa diketahui nilai *crobach alpha* pada variabel pengetahuan keuangan sebesar 0.725. Lalu untuk nilai *crobach alpha* pada variabel kesejahteraan keuangan sebesar 0.715 sedangkan pada variabel ketergantungan belanja online sebesar 0.817. Hal tersebut menunjukkan bahwa jawaban-jawaban responden dari variabel penelitian tersebut dapat digunakan untuk penelitian.

4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif

a. Pengetahuan Keuangan

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel pengetahuan keuangan yang dihitung dengan menggunakan program aplikasi SPSS mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Statistik Deskriptif Pengetahuan Keuangan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Pengetahuan Keuangan	58	30	59	44.45	5.804
Valid N (listwise)	58				

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Berdasarkan data yang dijelaskan pada tabel 9, bahwa diketahui dari 58 orang yang menjadi sampel dalam penelitian ini, terdapat skor minimum sebesar 30 dan skor maksimum sebesar 59, dimana skor tersebut menunjukkan skor terendah dan tertinggi responden. Terdapat juga skor *mean* atau rata-rata skor responden sebesar 44,45 dan standar deviasi sebesar 5,8 yang menunjukkan penyebaran data dari nilai tengah.

Lalu, cara menghitung kategori pengetahuan keuangan dan batasan kriteria pengetahuan keuangan dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

Tabel 10. Kategori Pengetahuan Keuangan

Kategori	Keterangan
Tinggi	$M + 1SD \geq X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Sumber: Azwar (2005)

Keterangan:

M : Mean

SD: Stadar Deviasi

Berdasarkan ketentuan diatas, maka dapat diketahui batasan skor pada variabel pengetahuan keuangan di bawah ini:

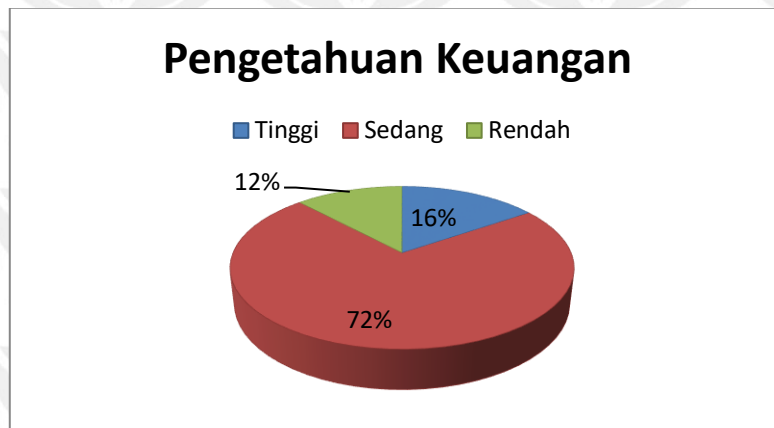
1. $50 \geq X$ untuk kategori tinggi
2. $39 \leq X < 50$ untuk kategori sedang
3. $X < 39$ untuk kategori rendah

Adapun hasil distribusi frekuensi yang didapatkan dari perhitungan kategori pengetahuan keuangan dapat dilihat pada tabel dan gambar diagram lingkaran di bawah ini:

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pengetahuan Keuangan

No	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	≥ 50	9	16%	Tinggi
2	39 – 49	42	72%	Sedang
3	< 39	7	12%	Rendah

Sumber: Data Primer diolah, 2020



Gambar 7. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Pengetahuan Keuangan

Berdasarkan data pada tabel dan gambar diagram lingkaran maka dapat dilihat bahwa dari 58 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini terdapat 9 orang (16%) memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi, 42 orang (72%) memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang sedang, dan 7 orang (12%) memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang rendah.

b. Kesejahteraan Keuangan

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel kesejahteraan keuangan yang dihitung dengan menggunakan program aplikasi SPSS mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 12. Statistik Deskriptif Kesejahteraan Keuangan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kesejahteraan Keuangan	58	21	40	29.84	4.645
Valid N (listwise)	58				

Sumber: Data Primer dikelola, 2020

Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif yang dijelaskan pada tabel 12, bahwa diketahui dari 58 responden sebagai sampel dalam penelitian ini. Skor minimum pada variabel kesejahteraan keuangan sebesar 21 dan skor maksimum sebesar 40. Skor minimum dan maksimum menunjukkan skor

terendah dan tertinggi responden. Skor mean atau skor rata-rata pada variabel tersebut sebesar 29,84 dan standar deviasi sebesar 4,65.

Adapun cara dalam menghitung kategori kesejahteraan keuangan dan batasan kriteria kesejahteraan keuangan dapat menggunakan rumus di bawah ini.

Tabel 13. Kategori Kesejahteraan Keuangan

Kategori	Keterangan
Tinggi	$M + 1SD \geq X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Sumber: Sumber: Azwar (2005)

Keterangan:

M : Mean

SD: Stadar Deviasi

Bedasarkan rumus yang telah ditentukan, maka dapat diketahui batasan kesejahteraan keuangan sebagai baeriku:

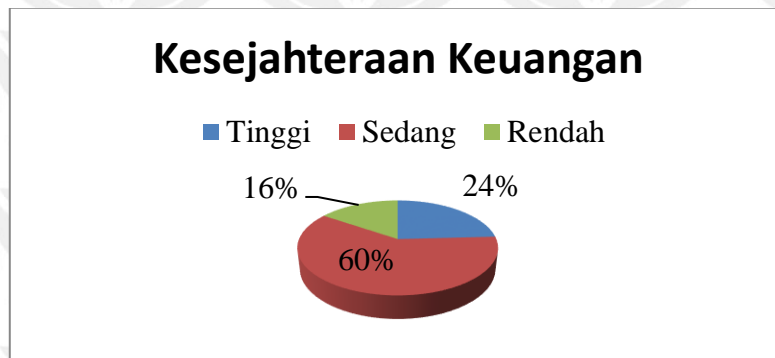
1. $34 \geq X$ untuk kategori tinggi
2. $25 \leq X < 34$ untuk kategori sedang
3. $X < 25$ untuk kategori rendah

Hasil distribusi freskuensi yang didapatkan dari perhitungan kategori kesejahteraan keuangan dapat dilihat pada tabel 14 dan diagram lingkaran di bawah ini.

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Kesejahteraan Keuangan

No	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	≥ 34	14	24%	Tinggi
2	25 – 33	35	60%	Sedang
3	< 25	9	16%	Rendah

Sumber: Data primer diolah, 2020



Gambar 8. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Kesejahteraan Keuangan

Pada tabel 14 dan gambar diagram lingkaran menunjukkan bahwa dari 58 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini terdapat 14 orang (24%) memiliki kesejahteraan keuangan yang tinggi, 35 orang (60%) memiliki tingkat kesejahteraan keuangan yang sedang, dan 9 orang (16%) memiliki tingkat kesejahteraan keuangan yang rendah.

c. Ketergantungan Belanja Online

Hasil analisis statistik deskriptif pada variabel ketergantungan belanja online yang dihitung dengan menggunakan program aplikasi SPSS mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 15. Statistik Deskriptif Ketergantungan Belanja Online

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ketergantungan Belanja Online	58	30	67	44.60	8.549
Valid N (listwise)	58				

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pada tabel 15 dapat diketahui bahwa dari 58 responden memiliki skor minimum sebesar 30 dan skor maksimum sebesar 67, skor tersebut menunjukkan skor terendah dan tertinggi responden. Dalam tabel tersebut juga menunjukkan *mean* atau rata-rata skor sebesar 44,60 dan standar deviasi sebesar 8,55. Cara menghitung kategori kesejahteraan keuangan dan batasan kriteria kesejahteraan keuangan dapat menggunakan rumus sebagai berikut.

Tabel 16. Kategori Kesejahteraan Keuangan

Kategori	Keterangan
Tinggi	$M + 1SD \geq X$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$X < M - 1SD$

Sumber: Azwar (2005)

Keterangan:

M : Mean

SD: Standar Deviasi

Berdasarkan rumus yang telah ditentukan, maka dapat diketahui kategori dan batasan kriteria variabel ketergantungan belanja online sebagai berikut:

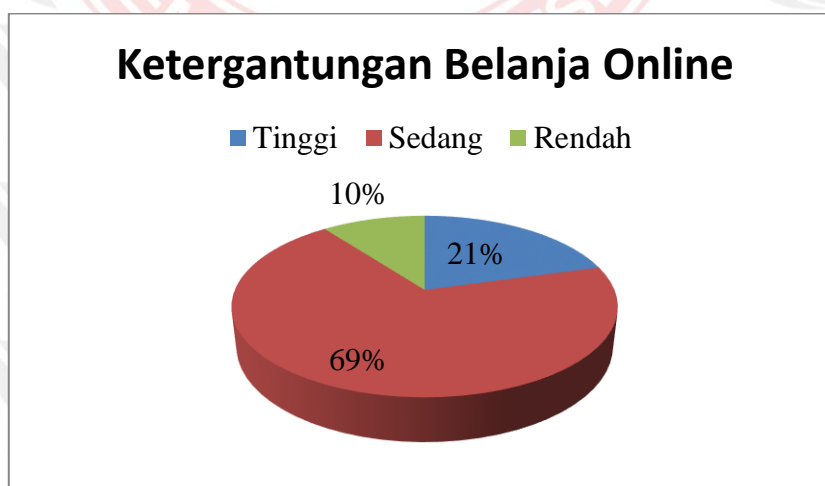
1. $53 \geq X$ untuk kategori tinggi
2. $36 \leq X < 53$ untuk kategori sedang
3. $35 <$ untuk kategori rendah

Adapun hasil distribusi frekuensi ketergantungan belanja online yang ditunjukkan pada tabel 17 dan gambar 9 di bawah ini.

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Ketergantungan Belanja Online

No	Kriteria	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	≥ 53	12	21%	Tinggi
2	$36 - 52$	40	69%	Sedang
3	< 36	6	10%	Rendah

Sumber: Data primer diolah, 2020



Gambar 9. Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Ketergantungan Belanja Online

Berdasarkan data pada tabel 17 dan gambar 9 diatas menunjukkan bahwa 58 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, diketahui 12 responden (21%) memiliki ketergantungan belanja online yang tinggi, 40 responden (65%) memiliki ketergantungan belanja online yang sedang, dan 6 responden (10%) lainnya memiliki ketergantungan belanja online yang rendah.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dan dibantu dengan program aplikasi SPSS versi 20. Untuk mengetahui suatu data tersebut dapat dikatakan memiliki distribusi normal jika nilai signifikansi > 0.05 dan jika nilai signifikansi < 0.05 maka dapat dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas

N	Kolmogorov Smirnov Z	Asymp. Sig (2-tailed)
58	0.734	0.654

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa variabel pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0.654. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data berdistribusi normal karena nilai signifikansi > 0.05 .

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing dari variabel independen memiliki hubungan dengan variabel dependen. Kolerasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel independen dengan variabel dependen. Uji linearitas dapat dilakukan dengan analisis *compare means* dengan menggunakan bantuan program aplikasi

SPSS versi 20 dan dapat dilihat pada tabel ANOVA. Apabila nilai deviasi > 0.05 maka adanya hubungan linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil uji linearitas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut

Tabel 19. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Ketergantungan Belanja Online * Pengetahuan Keuangan	Between Groups	(Combined)	2521.565	23	109.633	2.267	.015
		Linearity	1475.534	1	1475.534	30.510	.000
		Deviation from Linearity	1046.031	22	47.547	.983	.506
		Within Groups	1644.314	34	48.362		
		Total	4165.879	57			

Sumber: Data primer diolah,2020

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dengan ketergantungan belanja online dapat diketahui nilai deviasi sebesar 0.506. Hal tersebut menunjukkan adanya hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen yaitu pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dengan variabel dependen yaitu ketergantungan belanja online, karena nilai deviasi > 0.05.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011). Model regresi yang baik semestinya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Dalam mengetahui ada tidaknya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai *tolerance* > 0.10 dan nilai VIF < 10 tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas untuk model regresi pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
Pengetahuan Keuangan	0.848	1.179	Tidak terjadi multikolinearitas
Kesejahteraan Keuangan	0.848	1.179	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 19 dapat diketahui bahwa semua variabel mempunyai nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

4. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji asumsi klasik yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance (variasi) dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik, tidak seharusnya terjadi heterokedastisitas. Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melakukan uji glejser. Dalam mengetahui ada atau tidaknya gejala heterokedastisitas yaitu dengan melihat nilai signifikan pada variabel independen. Apabila nilai signifikan > 0.05 maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas pada model regresi tersebut. Hasil uji heterokedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 21. Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sign.	Kesimpulan
Pengetahuan Keuangan	0.418	Tidak terjadi heterokedastisitas
Kesejahteraan Keuangan	0.200	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan pada tabel 20 dapat dilihat bahwa variabel independen dalam penelitian ini mempunyai nilai signifikan > 0.05 . pada variabel pengetahuan keuangan sebesar 0.418 dan variabel kesejahteraan keuangan sebesar 0.200, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, X_3, \dots) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen. Hasil analisis regresi linear berganda melalui bantuan program aplikasi SPSS versi 20 sebagai berikut.

Tabel 22. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.543	6.818		-1.106	.273
1 Pengetahuan Keuangan	.619	.149	.420	4.164	.000
Kesejahteraan Keuangan	.825	.186	.448	4.440	.000

Sumber: Data primer diolah, 2020

a. Dependent Variable: Ketergantungan Belanja Online

4.2.5 Hasil Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t dikenal sebagai uji parsial yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen serta untuk mengetahui apakah hipotesis dalam sebuah penelitian diterima atau ditolak. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut penjelasan hasil uji t untuk masing-masing variabel independen antara lain:

1. Pengetahuan Keuangan (X_1)

Hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 22 bahwa dapat diketahui statistik uji t variabel pengetahuan keuangan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.164 dan dibandingkan dengan t_{tabel} pada signifikan 0.05 yaitu 1.673, maka $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($4.164 > 1.673$).

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z. Dengan demikian hipotesis H_1 yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z ” diterima.

2. Kesejahteraan Keuangan (X_2)

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 22 dapat diketahui nilai t_{hitung} variabel kesejahteraan keuangan sebesar 4.440. nilai tersebut dibandingkan dengan nilai t_{tabel} pada signifikan 0.05 sebesar 1.673. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($4.440 > 1.673$).

Berdasarkan hasil uji hipotesis tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kesejahteraan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z. Dengan demikian hipotesis H_1 yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z” diterima.

b. Uji F

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk melihat bag **Diagram Lingkaran Distribusi Frekuensi Ketergantungan Belanja Online**

aimana pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} pada taraf signifikansi 5%, dimana F_{hitung} dapat dilihat pada tabel ANOVA. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima, sedangkan jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak. Uji F dapat dihitung menggunakan program aplikasi SPSS versi 20 berikut hasil uji F yang diperoleh sebagai berikut:

Tabel 23. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2185.376	2	1092.688	30.345	.000 ^b
	Residual	1980.504	55	36.009		
	Total	4165.879	57			

Sumber: Data primer diolah, 2020

- a. Dependent Variable: Ketergantungan Belanja Online
- b. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Keuangan , Pengetahuan Keuangan

Berdasarkan tabel 23 dapat diketahui nilai signifikansi yang diperoleh sebesar 0.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 < 0.05$), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja online.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada regresi linear dapat diartikan sebagai seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Adjusted R²* untuk mengukur besarnya koefisien determinasi. Adapun hasil yang didapat dari analisis koefisien determinasi sebagai berikut :

Tabel 24. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.724 ^a	.525	.507	6.001

Sumber: Data primer diolah, 2020

- a. Predictors: (Constant), Kesejahteraan Keuangan , Pengetahuan Keuangan
- b. Dependent Variable: Ketergantungan Belanja Online

Berdasarkan hasil dari analisis koefisien determinasi pada tabel 24 dapat dilihat nilai *Adjusted R²* yang diperoleh sebesar 0.507. hal tersebut menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebesar 50.7 %, sedangkan sisanya sebesar 49,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh positif Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online* Pada Generasi Z secara parsial dan simultan. Data dalam penelitian ini diambil mulai bulan April 2020. Pada bulan April 2020, Indonesia telah mengalami

pandemi COVID-19, sehingga penelitian ini dilakukan saat pandemi COVID-19. Dengan adanya pandemi ini, perekonomian Indonesia sedang diguncang dan menimbulkan banyaknya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) yang dilakukan oleh beberapa perusahaan di Indonesia. Hal tersebut dilakukan karena penjualan perusahaan menurun akibat adanya pandemi tersebut. Masyarakat yang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) oleh perusahaan tempat mereka bekerja berpindah profesi atau mencari pekerjaan baru untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, seperti berjualan *online* atau *online shop*.

Berikut hasil analisis mengenai penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z

Hasil dari analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal ini dapat dijelaskan dengan hasil statistik uji t pada variabel pengetahuan keuangan diperoleh t_{hitung} sebesar 4.164 dan t_{tabel} 1.673. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.164 > 1.673$), nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 < 0.05$), dan nilai koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0.619, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang berbunyi “Terdapat Pengaruh Positif Pengetahuan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja *Online* Pada Generasi Z”.

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan belanja online. Hal ini dapat memberikan makna bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan tiap individu maka semakin tinggi pula tingkat ketergantungan dalam belanja online. Berdasarkan hal tersebut, maka seseorang harus dapat mengendalikan keuangannya dengan baik dan bijaksana. Menurut (Yulianti & Silvy, 2013) bahwa dalam memiliki pengetahuan keuangan yang baik, maka memerlukan pengembangan keahlian keuangan dimana teknik yang bertujuan untuk membuat keputusan manajemen keuangan. Apabila seseorang tidak dapat membuat keputusan manajemen keuangannya, maka individu tersebut akan mengalami kendala dalam masalah ekonomi keuangannya. Menurut Amanah (2016) perilaku manajemen keuangan

merupakan ilmu yang menjelaskan tentang perilaku seseorang dalam mengatur keuangannya berdasarkan sudut pandang dari psikolog dan kebiasaan orang tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan Tanoto & Evelyn (2019) yang menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap kecanduan belanja online meskipun tidak signifikan. Sering kali seseorang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi maka seseorang tersebut dapat menemukan penawaran yang terbaik saat melakukan belanja online. Menurut (Minanda, Roslan, dan Anggraini, 2018), bahwa seseorang yang tidak dapat mengendalikan dirinya untuk berbelanja *online*, akan menimbulkan kecanduan dalam belanja dan lebih mendorong seseorang berperilaku konsumtif.

2. Pengaruh Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z

Hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja online. Hal tersebut dapat dijelaskan dengan melihat hasil statistik uji t untuk variabel kesejahteraan keuangan. Nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 4.440 dan t_{tabel} sebesar 1.673, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.440 > 1.673$). Nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0.825. Berdasarkan hasil yang didapat maka dapat dijelaskan bahwa ada pengaruh positif secara signifikan antara kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja online, sehingga hipotesis kedua terbukti.

Dalam penelitian kesejahteraan keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan belanja online. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesejahteraan keuangan yang dimiliki seseorang maka semakin tinggi pula tingkat ketergantungan belanja online. Seseorang akan merasakan kesejahteraan keuangan, ketika kondisi keuangannya baik dan teratur. Dalam mencapai tingkat kesejahteraan yang baik, seseorang harus memiliki pengetahuan dan keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan (Agustine, 2017). Penelitian ini mendukung penelitian dari Tanoto & Evelyn (2018) yang menyatakan bahwa kesejahteraan keuangan berpengaruh positif

signifikan terhadap ketergantungan belanja online. Setiap individu yang memiliki kesejahteraan keuangan yang tinggi maka mereka akan cenderung memiliki perilaku belanja yang meningkat (Tanoto & Evelyn, 2019). Hal tersebut menunjukkan bahwa dengan kesejahteraan yang meningkat seseorang cenderung merasa aman dalam keuangannya.

3. Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z

Hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian yaitu terdapat pengaruh positif signifikan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan F_{hitung} dan F_{tabel} pada tabel ANOVA. Nilai F_{hitung} sebesar 30.345 dan F_{tabel} sebesar 4.01 ($30.354 > 4.01$) dengan signifikan < 0.05 ($0.000 < 0.05$). Berdasarkan hasil yang didapat maka dapat disimpulkan bahwa pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara silmutan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z.

Menurut Tanoto & Evelyn, (2019) bahwa kesejahteraan keuangan berhubungan dengan sikap, perilaku dan perasaan dalam kondisi keuangan tiap individu. Kesejahteraan keuangan seseorang akan timbul, ketika seseorang dapat mengatur literasi keuangannya dengan baik (Yushita, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa setiap individu yang memiliki tingkat pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan yang tinggi maka seseorang tersebut cenderung dalam kecanduan belanja online. Pernyataan tersebut juga didukung oleh penelitian Tanoto & Evelyn (2019) yang menyatakan bahwa pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan berpengaruh positif terhadap ketergantungan belanja online, dimana jika semakin tinggi tingkat pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan seseorang maka semakin tinggi juga tingkat kecanduangan tiap individu dalam berbelanja online.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terhadap Ketergantungan Belanja Online Pada Generasi Z. Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil analisis data dalam penelitian ini, dimana nilai t_{hitung} sebesar 4.164 dan t_{tabel} sebesar 1.673, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.164 > 1.673$) dan tingkat nilai signifikansi < 0.05 ($0.000 < 0.05$).
2. Terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil statistik uji t untuk variabel kesejahteraan keuangan, dimana nilai t_{hitung} sebesar 4.440 dan t_{tabel} sebesar 1.673, sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.440 > 1.673$) dan tingkat nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0,05$).
3. Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan secara simultan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat pada tabel ANOVA diatas, dimana .nilai F_{hitung} sebesar 30.354 dan F_{tabel} sebesar 4.01, sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($30.354 > 4.01$).

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Waktu yang dimiliki oleh peneliti terbatas sehingga dalam mencari data responden tidak dapat maksimal.
2. Peneliti dalam mencari data pada saat adanya pandemi Covid-19, sehingga peneliti mengalami kesulitan dalam penyebaran kuesioner.

3. Peneliti hanya mengambil sampel yang sesuai dengan kriteria atau ketentuan dalam penelitian ini, sehingga responden yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut maka responden tidak dapat melanjutkan dalam mengisi kuesioner.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Untuk peneliti selanjutnya dapat membandingkan pengetahuan keuangan dan kesejahteraan keuangan dengan ketergantungan belanja online antara dua generasi yang berbeda seperti generasi Z dan Y.
2. Memperluas ruang lingkup penelitian dengan melakukan penelitian pada daerah lain.
3. Menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi ketergantungan belanja online.



DAFTAR PUSTAKA

Andrew & Nanik, (2014), “Hubungan Faktor Demografi dan Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Keuangan Karyawan Swasta di Surabaya”, Vol. 2, No. 2.

Bergen Shopping Addiction Scale. Diakses dari <https://psychology-tools.com/test/bergen-shopping-addiction-scale>

Bruggen, Elisabeth C., Hogreve, Jens, Holmlund, Maria, Kabadayi, Sertan and Lofgren, Martin,(2017), “Financial Well-Being: A Conceptualization and Research Agenda”, Vol. 79, hal. 228-237.

Cermati.com. Kecanduan Belanja Online, Ini Tanda2nya dan Cara Pencegahannya. Diakses dari <https://www.google.com/amp/s/www.cermati.com/artikel/amp/kecanduan-belanja-online-ini-tanda2nya-dan-cara-pencegahannya>

Detikfinance. Tanda Ketergantungan Belanja Online. Diakses dari <https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d-4096921/bahaya-ini-5-tanda-ketergantungan-belanja-online>.

DosenSosiologi.com. Pengertian Konsumerisme, Ciri, Dampak, dan Contohnya. Diakses dari https://dosensosiologi.com/pengertian-konsumerisme/#Uang_tidak_lagi_memiliki_arti.

Frontiers in Psychology. The Bergen Shopping Addiction Scale. Diakses dari <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2015.01374/full>

Geotimes. Konsumerisme dan Falsafah Hidup Masyarakat Indonesia. Diakses dari

<https://geotimes.co.id/opini/konsumerisme-pergeseran-falsafah-hidup-masyarakat-indonesia/>.

Halim & Astuti, (2015), “Financial Stressors, Financial Behavior, Risk Tolerance, Financial Solvency, Financial Knowledge, dan Kepuasan Financial”, Vol. 3, No.1, hal. 19-23.

Kumparan. Karakter Keuangan Setiap Generasi. Diakses dari <https://kumparan.com/millennial/karakter-keuangan-setiap-generasi-mana-yang-paling-bagus-1541393161982774793>.

Kholilah & Iramani, (2013), “Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya”, Vol. 3, No. 1, hal. 69-80.

Kim, Garman, dan Sorhaindo, (2003), “Relationships Among Credit Counseling Clients’ Financial Wellbeing, Financial Behavior, Financial Stressor Events, and Health”, Vol.14, No. 2, hal. 75-87.

Kompas.com. Jumlah Pembeli “Online” Indonesia Capai 11,9 Persen dari Populasi. Diakses dari <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.com/ekonomi/read/2018/09/07/164100326/jumlah-pembeli-online-indonesia-capai-119-persen-dari-populasi>.

Kompasiana. Fenomena Belanja Online dan Gaya Hidup Konsumtif. Diakses dari <https://www.kompasiana.com/kheyene75297/5cd44f9d3ba7f70fa641de24/belanja-sampai-mati-fenomena-belanja-online-dan-gaya-hidup-konsumtif?page=all>

Kumparan. 7 Karakteristik Generasi Z. Diakses dari <https://kumparan.com/kumparannews/7-karakteristik-generasi-z-yang-perlu-kamu-tahu>.

Lentera Kecil. Belanja Online. Diakses dari

<https://lenterakecil.com/belanja-online-belanja-daring/>.

Minanda, Roslan, & Anggraini, (2018), “Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Halu Oleo Kendari”, Vol. 3, No. 2, hal. 433-440.

Melina & Wulandari, (2018), “Pengaruh Literasi Ekonomi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Pendidikan Ekonomi Stkip Ypm Bangko”, Vol. 2, No. 1, hal. 141-152.

Norvilitis & Maclen, (2010) “The Role Of Parents In College Student’s Financial Behaviors and Attitudes”, hal. 55-63.

Seputar Pengetahuan. Pengertian Literasi Keuangan, Tingkat, Aspek, dan Indikator. Diakses dari

<https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/05/pengertian-literasi-keuangan-tingkat-aspek-indikator.html>.

Silabus.web.id. Generasi Z berdasarkan Teori Generasi. Diakses dari

<https://www.google.com/amp/s/www.silabus.web.id/generasi-z-berdasarkan-teori-generasi/amp/>.

Suara.com. Minat Belanja Online Meningkat di Tengah Pandemi. Diakses dari

<https://www.suara.com/yoursay/2020/04/18/110712/minat-belanja-online-meningkat-di-tengah-pandemi>.

Tanoto & Evelyn, (2019), “Financial Knowledge, Financial Wellbeing, And Online Shopping Addiction Among Young Indonesians”, Vol. 21, No. 1, hal. 32-40.

Udayanthi, Herawati, & Julianto, (2018), “Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif(Studi

Empiris Pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha)”, Vol. 9, No. 2, hal. 195-208.

Yulianti & Silvy, (2013), “Sikap Pengelola Keuangan dan Perilaku Perencanaan Investasi Keluarga di Surabaya”, Vol. 3, No.1, hal. 57-68.

Yushita, (2017), “Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi”, Vol. VI, N0. 1, hal. 11-26.

Wiharno, (2018), “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Behavior dan Financial Attitude Terhadap Personal Financial Management”, Vol. 4, No.1, hal. 64-76.



Lampiran 1

Kuesioner Uji Instrumen

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/Sdra/I

Di Kota Gresik

Dengan hormat, bersama kuesioner ini saya:

Nama : Gabrila Ayu Susanti

NIM : 1011610036

Prodi/ Fakultas: Manajemen/ Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Universitas Internasional Semen Indonesia

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir skripsi saya. Saya memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Sdra/ I untuk bersedia mengisi kuesioner terkait dengan penelitian yang saya lakukan berjudul:

**ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN
KESEJAHTERAAN KEUANGAN TERHADAP KETERGANTUNGAN
BELANJA ONLINE PADA GENERASI Z
STUDI KASUS DI GRESIK**

Penelitian ini dilakukan untuk persyaratan kelulusan dan guna memperoleh gelar sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Semen Indonesia. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan bapak/ibu/sdra/i untuk mengisi kuesioner sebagai data yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam pengisian kuesioner ini, saya harap jawaban bapak/ibu/sdra/i berdasarkan pengalaman pribadi. Setiap jawaban sangat bermakna, sehingga saya berharap tidak ada jawaban yang terlewat.

Atas waktu dan kesediaannya bapak/ibu/sdra/i saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Gabrila Ayu Susanti

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

Usia Responden : 20-22 tahun
 23-24 tahun
 25-26 tahun

Pekerjaan : Pelajar
 Mahasiswa
 Pegawai Negeri
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta
 Lainnya.

II. ITEM PERNYATAAN

1. Apakah anda pernah melakukan belanja online?
 Ya
 Tidak
2. Berapa jam anda melihat fitur-fitur belanja online dalam sehari?
 1 jam
 2 jam
 3 jam
 > 3 jam
3. Berapa kali anda melakukan belanja online dalam seminggu?
 1 Kali
 2 Kali
 3 Kali
 > 3 Kali
4. Saat berbelanja online item belanja apa yang sering anda beli?
 Pakaian
 Makanan dan minuman
 Kebutuhan pokok
 Elektronik
 Lainnya

A. PENGETAHUAN KEUANGAN

No	Pernyataan	Pilihan				
		STS	TS	CTS	S	SS
1	Saya mengetahui nilai suatu barang dan manfaat dari skala prioritas					
2	Saya akan menyusun terlebih dahulu daftar barang yang dibeli sebelum berbelanja					
3	Saya mengetahui cara mengelola keuangan dengan baik dan bijaksana					
4	Saya memilih menabung daripada membeli barang yang sedang diskon					
5	Saya akan mencatat pengeluaran keuangan dalam berbelanja tiap bulan					
6	Saya selalu membudget uang untuk berbelanja.					
7.	Saya mengetahui cara mengelola kredit atau hutang dengan baik					
8	Saya lebih memprioritaskan untuk membayar hutang daripada berbelanja.					
9	Saya mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih jenis asuransi.					
10	Saya mengetahui macam-macam bentuk investasi					
11	Saya mengetahui risiko dalam berinvestasi					
12	Saya lebih memilih melakukan investasi daripada berbelanja.					
13	Saya akan merencanakan anggaran untuk masa mendatang					
14	Ketika berbelanja saya selalu membandingkan harga produk dan kualitas pada beberapa tempat					
15	Saya memilih produk dengan potongan harga daripada harga normal.					

B. KESEJAHTERAAN KEUANGAN

No	Pernyataan	Pilihan				
		Sepenuhnya	Sangat Baik	Terkadang Baik	Cukup Buruk	Sama Sekali Tidak Baik
1	Saya bisa menangani pengeluaran yang tak terduga.					
2	Saya mengamankan masa depan financial saya.					
3	Saya merasa tidak mendapatkan yang saya inginkan dengan kondisi keuangan saya saat ini.					
4	Saya dapat menikmati hidup karena cara saya dalam mengelola keuangan.					
5	Saya Merasa terpenuhi secara financial					
6	Saya merasa khawatir dengan uang yang saya miliki atau simpan tidak akan bertahan lama.					
		Selalu	Sering	Kadang-Kadang	Jarang	Tidak Pernah
7	Ketika ada pengeluaran tak terduga (undangan pernikahan, memberi hadiah, dll) akan membebani keuangan saya selama sebulan.					
8	Saya memiliki sisa uang di akhir bulan.					
9.	Saya merasa kekurangan dengan keadaan keuangan saya.					
10	Hidup saya sangat tergantung keadaan keuangan saya.					

C. KETERGANTUNGAN BELANJA ONLINE

No	Pernyataan	Pilihan				
		STS	TS	CTS	S	SS
1	Saya berfikir tentang berbelanja / membeli barang setiap saat.					
2	Saya menghabiskan banyak waktu untuk memikirkan atau merencanakan belanja / membeli.					
3	Saya berbelanja agar merasa lebih baik.					
4	Saya berbelanja / membeli barang untuk mengubah suasana hati saya.					
5	Saya berbelanja / membeli barang untuk melupakan masalah pribadi.					
6	Saya berbelanja sangat banyak sehingga secara negative mempengaruhi kewajiban harian saya (mis. Kuliah dan pekerjaan).					
7	Saya sering mengabaikan pasangan cinta, keluarga, dan teman karena berbelanja.					
8.	Saya merasakan kecenderungan yang meningkatkan untuk berbelanja.					
9	Saya berbelanja lebih dari yang saya rencanakan.					
10	Saya lebih banyak menggunakan waktu untuk berbelanja.					
11	Saya telah mencoba mengurangi belanja / pembelian tetapi belum mendapatkan hasil.					
12	Saya telah memutuskan untuk membatasi dalam berbelanja tetapi belum dapat melakukannya.					
13	Saya menjadi stress jika terhambat untuk berbelanja/ membeli barang.					
14	Saya merasa tidak enak jika karena alasan tertentu dicegah untuk berbelanja.					
15	Sejak saya berbelanja, saya merasakan keinginan yang kuat untuk membeli barang.					
16	Saya berbelanja sangat banyak sehingga menyebabkan masalah ekonomi.					
17	Saya berbelanja begitu banyak sehingga mengganggu kesehatan saya.					
18	Saya sangat khawatir tentang belanja saya sehingga terkadang membuat saya tidak bisa tidur.					

Lampiran 2. Tabel Informasi Responden

Gender	Usia	Pekerjaan	Item Belanja
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Lainnya	Lainnya
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Lainnya
Laki-laki	20-22 th	Lainnya	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Makanan dan Minuman
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Elektronik
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Makanan dan Minuman
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Lainnya
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Lainnya
Perempuan	25-26th	Lainnya	Makanan dan Minuman
Perempuan	20-22 th	Pegawai Negeri Sipil	Lainnya
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Lainnya
Perempuan	20-22 th	Pegawai Negeri Sipil	Baju dan Sepatu
Perempuan	25-26 th	Lainnya	Makanan dan Minuman
Perempuan	20-22 th	Lainnya	Lainnya
Perempuan	20-22 th	Pegawai Negeri Sipil	Baju dan Sepatu
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Lainnya
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	23-24 th	Pegawai Negeri Sipil	Kebutuhan Pokok
Laki-laki	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Lainnya
Laki-laki	23-24 th	Pegawai Negeri Sipil	Lainnya
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Kebutuhan Pokok
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Kebutuhan Pokok
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Laki-laki	23-24 th	Pegawai Swasta	Elektronik
Laki-laki	25-26 th	Wiraswasta	Elektronik
Perempuan	23-24 th	Pegawai Swasta	Baju dan Sepatu
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	25-26 th	Wiraswasta	Baju dan Sepatu
Perempuan	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Perempuan	23-24 th	Pegawai Swasta	Kebutuhan Pokok
Laki-laki	23-24 th	Pegawai Swasta	Lainnya

Laki-laki	23-24 th	Pegawai Swasta	Elektronik
Perempuan	23-24 th	Pegawai Swasta	Baju dan Sepatu
Laki-laki	23-24 th	Pegawai Swasta	Elektronik
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Baju dan Sepatu
Perempuan	23-24 th	Pegawai Swasta	Kebutuhan Pokok
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Elektronik
Perempuan	25-26 th	Lainnya	Baju dan Sepatu
Laki-laki	23-24 th	Pegawai Swasta	Elektronik
Laki-laki	23-24 th	Wiraswasta	Kebutuhan Pokok
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Elektronik
Perempuan	23-24 th	Wiraswasta	Baju dan Sepatu
Perempuan	23-24 th	Pegawai Swasta	Baju dan Sepatu
Laki-laki	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Elektronik
Laki-laki	23-24 th	Wiraswasta	Lainnya
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Lainnya
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Baju dan Sepatu
Laki-laki	25-26 th	Wiraswasta	Baju dan Sepatu
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Elektronik
Laki-laki	20-22 th	Mahasiswa	Makanan dan Minuman
Perempuan	25-26 th	Pegawai Negeri Sipil	Elektronik



Lampiran 3

Tabulasi Data Hasil Penelitian

Tabulasi Data Indikator Pengetahuan Keuangan

No	PENGETAHUAN KEUANGAN															Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	
1	3	1	3	1	1	2	1	1	2	3	2	2	3	2	3	30
2	3	2	2	2	4	3	3	2	1	2	2	1	3	4	3	37
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	54
5	4	2	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	46
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	0	4	4	4	56
7	3	3	1	1	2	3	0	3	4	3	4	4	4	4	2	41
8	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
9	4	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	46
10	4	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	48
11	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	1	3	3	2	42
12	4	3	3	1	2	4	4	4	4	2	3	1	4	4	3	46
13	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	40
14	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	38
15	3	4	3	2	1	3	4	3	3	1	1	2	4	4	3	41
16	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	53
17	2	3	3	3	2	4	3	4	2	1	2	3	4	4	4	44

18	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	42
19	3	3	3	1	3	3	3	3	4	1	1	1	4	4	4	41
20	3	3	4	2	1	2	4	0	4	3	3	4	3	3	0	39
21	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	43
22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	48
23	4	4	3	3	3	1	0	2	3	4	3	3	4	3	3	43
24	4	4	3	2	1	2	3	0	1	2	3	3	4	3	4	39
25	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	4	4	3	39
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
27	3	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	4	39
28	4	4	4	2	3	3	0	4	0	1	1	3	3	3	4	39
29	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	4	4	36
30	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	2	2	2	4	36
31	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	52
32	3	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	49
33	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	53
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	46
35	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	41
36	4	3	2	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	49
37	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	48
38	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	50
39	3	2	3	4	4	3	3	3	2	2	3	2	4	4	4	46
40	4	2	3	1	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	44
41	3	4	3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	4	4	4	49
42	2	2	3	1	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	4	40
43	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	45

44	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	50
45	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	42
46	4	3	4	1	2	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	47
47	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	49
48	3	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	3	3	2	3	35
49	3	4	3	2	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	49
50	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	2	1	3	4	3	41
51	3	2	4	3	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	4	42
52	4	2	3	3	2	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	46
53	4	4	3	4	2	2	2	4	2	3	1	3	4	3	3	44
54	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	2	2	1	2	4	45
55	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	55
56	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	2	3	4	4	4	47
57	2	2	2	2	3	1	1	1	1	4	4	3	3	3	2	34
58	4	4	4	4	4	3	4	1	1	1	2	3	4	4	4	47



Tabulasi Indikator Kesejahteraan Keuangan

No	KESEJAHTERAAN KEUANGAN										Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	
1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	23
2	4	4	4	4	1	3	3	2	3	3	31
3	3	3	1	3	3	2	1	3	1	2	22
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
5	3	4	2	2	1	3	4	3	4	3	29
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	3	3	2	3	2	3	1	2	3	1	23
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	34
10	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	28
11	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	34
12	4	3	1	4	2	1	2	4	4	3	28
13	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	26
14	3	3	3	3	1	3	3	4	3	2	28
15	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	30
16	4	4	2	4	2	4	4	3	4	2	33
17	3	2	4	3	4	3	3	1	3	4	30
18	3	3	1	3	3	2	1	3	1	2	22
19	4	3	4	3	2	3	3	4	4	4	34
20	4	4	4	4	0	2	3	4	4	3	32
21	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	28

22	4	1	3	4	4	3	4	4	3	3	33
23	4	4	4	4	2	0	4	4	4	4	34
24	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	35
25	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	34
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	3	4	2	3	3	4	1	3	3	4	30
28	2	3	3	4	3	2	2	3	4	4	30
29	2	3	2	2	2	3	4	3	2	2	25
30	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
31	3	3	2	3	2	1	2	3	2	1	22
32	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	24
33	3	4	2	3	3	2	3	3	2	1	26
34	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	29
35	3	3	2	4	1	3	4	4	4	4	32
36	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
37	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	34
38	4	3	1	4	0	2	4	2	3	3	26
39	3	4	1	2	1	3	4	4	4	4	30
40	3	4	3	3	1	3	4	2	4	4	31
41	3	3	1	3	1	3	3	2	4	3	26
42	4	2	3	1	4	4	4	4	3	2	31
43	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	33
44	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
45	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	32
46	4	1	2	4	3	3	4	3	4	4	32
47	3	4	2	4	3	3	3	4	3	1	30

48	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	25
49	3	4	2	4	3	2	3	4	2	2	29
50	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	27
51	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	25
52	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	23
53	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
54	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	24
55	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	34
56	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	32
57	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
58	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	32



Tabulasi Indikator Ketergantungan Belanja Online

No	KETERGANTUNGAN BELANJA <i>ONLINE</i>																		Jumlah
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	
1	4	1	2	3	2	1	0	1	2	3	2	3	1	2	3	1	1	0	32
2	3	2	4	4	4	2	3	3	4	1	3	3	0	2	3	3	1	0	45
3	2	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	36
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
5	3	2	2	3	2	2	1	3	1	2	3	3	1	2	4	2	1	2	39
6	4	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
7	3	4	2	3	0	1	1	3	2	1	2	2	0	0	2	3	1	0	30
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	51
9	3	3	4	3	4	2	0	3	3	2	4	4	2	3	3	3	3	0	49
10	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	35
11	3	3	3	2	3	3	0	0	1	1	1	0	2	2	4	3	4	4	39
12	4	3	4	4	2	0	0	4	3	2	0	3	2	3	3	0	0	0	37
13	3	3	3	3	4	2	0	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	45
14	1	2	3	3	1	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	1	1	36
15	3	3	3	3	3	4	2	3	2	1	1	0	1	1	2	3	2	3	40
16	3	4	2	3	3	0	0	2	3	3	1	3	0	1	3	4	3	3	41
17	3	4	4	4	1	2	0	2	3	0	2	2	3	3	3	2	1	1	40
18	2	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	36
19	4	4	3	3	3	1	0	1	1	1	3	3	3	3	3	3	0	0	39
20	4	3	2	2	1	1	0	0	1	2	1	4	0	0	2	4	4	4	35
21	3	3	3	2	2	2	0	0	1	2	3	2	0	3	1	4	4	4	39

22	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	45
23	3	3	1	3	2	2	1	1	0	1	2	3	3	1	3	4	4	4	41
24	4	3	3	3	3	3	0	2	1	1	4	3	1	1	3	3	3	3	44
25	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	3	2	1	4	4	1	3	3	37
26	3	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	2	1	3	3	3	4	4	57
27	4	3	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	1	1	48
28	1	1	1	2	1	1	0	0	2	1	3	3	2	2	4	4	4	4	36
29	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	32
30	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	36
31	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	49
32	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	45
33	4	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	50
34	3	3	4	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	48
35	3	3	3	3	3	1	1	3	4	3	2	2	2	2	3	4	3	3	48
36	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	55
37	3	2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	59
38	2	3	2	3	3	1	1	2	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	40
39	1	4	2	3	4	0	1	2	4	2	2	2	1	2	3	4	2	3	42
40	4	3	3	4	4	2	1	3	4	3	3	3	2	2	3	4	3	3	54
41	1	4	2	3	3	1	1	2	3	2	2	1	1	1	2	4	2	1	36
42	3	3	2	1	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	49
43	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	56
44	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	59
45	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	4	54
46	3	4	3	4	2	1	2	3	4	2	3	3	2	2	3	4	3	2	50
47	4	4	3	3	3	1	2	3	4	2	2	2	2	1	3	4	3	3	49

48	2	1	2	3	2	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	31
49	4	4	3	3	3	1	2	3	4	2	2	2	2	1	3	4	3	3	49
50	3	3	3	3	1	0	1	3	4	2	2	2	1	1	3	4	1	2	39
51	3	3	4	2	1	1	0	2	3	2	1	2	0	2	3	3	2	1	35
52	2	2	2	3	1	0	1	2	4	1	2	2	1	2	3	4	3	3	38
53	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	51
54	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	1	4	4	50
55	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	53
56	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	58
57	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	1	41
58	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	58



Lampiran 4

Hasil Perhitungan Uji Validitas Kuesioner Penelitian

Pengetahuan Keuangan

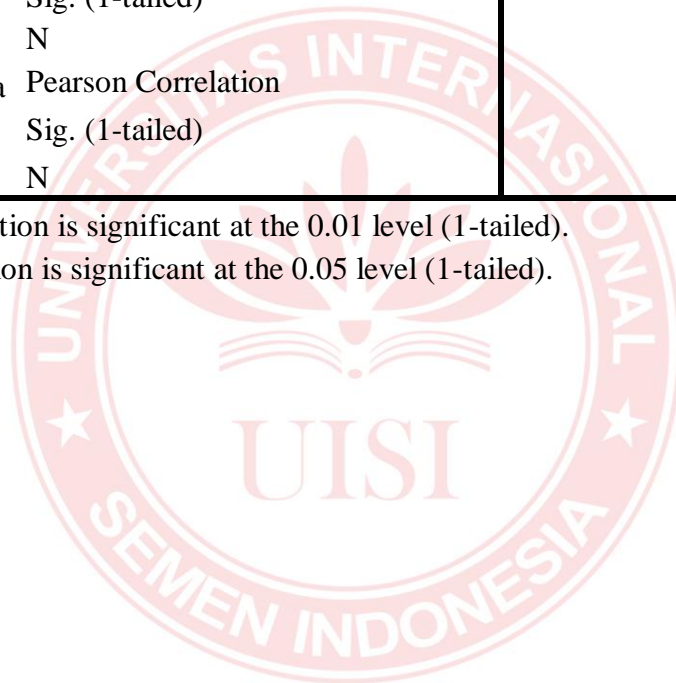
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Indikator Pengetahuan Keuangan

		Pengetahuan Keuangan
X1.1	Pearson Correlation	.511**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.2	Pearson Correlation	.346**
	Sig. (1-tailed)	.004
	N	58
X1.3	Pearson Correlation	.465**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.4	Pearson Correlation	.583**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.5	Pearson Correlation	.553**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.6	Pearson Correlation	.605**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.7	Pearson Correlation	.447**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.8	Pearson Correlation	.500**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.9	Pearson Correlation	.477**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
X1.10	Pearson Correlation	.374**
	Sig. (1-tailed)	.002
	N	58
X1.11	Pearson Correlation	.425**
	Sig. (1-tailed)	.000

	N	58
X1.12	Pearson Correlation	.329**
	Sig. (1-tailed)	.006
X1.13	N	58
	Pearson Correlation	.357**
X1.14	Sig. (1-tailed)	.003
	N	58
X1.15	Pearson Correlation	.559**
	Sig. (1-tailed)	.000
Pengetahuan	N	58
	Pearson Correlation	.375**
n	Sig. (1-tailed)	.002
	N	58
Keuangan	N	58
	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).



Kesejahteraan Keuangan

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Indikator Kesejahteraan Keuangan

		Kesejahteraan Keuangan
	Pearson Correlation	.623**
X2.1	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.394**
X2.2	Sig. (1-tailed)	.001
	N	58
	Pearson Correlation	.617**
X2.3	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.418**
X2.4	Sig. (1-tailed)	.001
	N	58
	Pearson Correlation	.410**
X2.5	Sig. (1-tailed)	.001
	N	58
	Pearson Correlation	.514**
X2.6	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.606**
X2.7	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.552**
X2.8	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.550**
X2.9	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.648**
X2.10	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Kesejahteraan Keuangan	Pearson Correlation	1
	Sig. (1-tailed)	
	N	58

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Ketergantungan Belanja Online

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Indikataor Ketergantungan Belanja Online

		Ketergantungan Belanja Online
Y1	Pearson Correlation	.397**
	Sig. (1-tailed)	.001
	N	58
Y2	Pearson Correlation	.320**
	Sig. (1-tailed)	.007
	N	58
Y3	Pearson Correlation	.476**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y4	Pearson Correlation	.393**
	Sig. (1-tailed)	.001
	N	58
Y5	Pearson Correlation	.640**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y6	Pearson Correlation	.519**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y7	Pearson Correlation	.696**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y8	Pearson Correlation	.553**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y9	Pearson Correlation	.428**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y10	Pearson Correlation	.662**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y11	Pearson Correlation	.541**
	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Y12	Pearson Correlation	.348**
	Sig. (1-tailed)	.004

	N	58
	Pearson Correlation	.638**
Y13	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.542**
Y14	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.252*
Y15	Sig. (1-tailed)	.028
	N	58
	Pearson Correlation	.316**
Y16	Sig. (1-tailed)	.008
	N	58
	Pearson Correlation	.548**
Y17	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
	Pearson Correlation	.502**
Y18	Sig. (1-tailed)	.000
	N	58
Ketergantun	Pearson Correlation	1
gan Belanja	Sig. (1-tailed)	
Online	N	58

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Lampiran 5

Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian

Indikator Pengetahuan Keuangan

		N	%
Valid		58	100.0
Cases Excluded ^a		0	.0
Total		58	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.725	15

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Indikator Kesejahteraan Keuangan

		N	%
Valid		58	100.0
Cases Excluded ^a		0	.0
Total		58	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	10

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Indikator Ketergantungan Belanja Online

		N	%
Valid		58	100.0
Cases Excluded ^a		0	.0
Total		58	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	18

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Lampiran 6

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
	58
Mean	0E-7
Std. Deviation	5.89454664
Absolute Positive	.096
Negative	-.077
	.734
	.654

Lampiran 7

Hasil Uji Linearitas

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	2521.565	23	109.633	2.267	.015
Between Groups	1475.534	1	1475.534	30.510	.000
Deviation from Linearity	1046.031	22	47.547	.983	.506
Within Groups	1644.314	34	48.362		
Total	4165.879	57			

Lampiran 8

Hasil Uji Multikolerasi

	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Pengetahuan Keuangan	.848	1.179
Kesejahteraan Keuangan	.848	1.179

Lampiran 9

Hasil Uji Heterokedastisitas

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.946	3.262		-.290	.773
Pengetahuan Keuangan	.058	.071	.116	.815	.418
Kesejahteraan Keuangan	.115	.089	.184	1.299	.200

Lampiran 10

Hasil Analisis Regresi Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-7.543	6.818		-1.106	.273
Pengetahuan Keuangan	.619	.149	.420	4.164	.000
Kesejahteraan Keuangan	.825	.186	.448	4.440	.000

Lampiran 11

Hasil Uji F

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2185.376	2	1092.688	30.345	.000 ^b
Residual	1980.504	55	36.009		
Total	4165.879	57			

Lampiran 12

Hasil Koefisien Determinasi

	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.724 ^a	.525	.507	6.001



Halaman ini sengaja dikosongkan

BIODATA PENULIS



Saya Gabriela Ayu Susanti, lahir di Gresik, 11 Juni 1998. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN Tlogopatut 2 Gresik (lulus pada tahun 2010), melanjutkan ke SMPN 4 Gresik (lulus pada tahun 2013), dan SMA NU 1 Gresik (lulus pada tahun 2016) lalu melanjutkan pendidikan di Universitas Internasional Semen Indonesia, Fakultas Ekonomi dan Bisnis departemen manajemen. Penulis pernah menjadi panitia dalam acara Foodbank pada tahun 2017 divisi riset. Dengan adanya kerja keras, semangat, dan dorongan dari orang tua serta doanya menjadikan motivasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis berharap bahwa penelitian untuk tugas akhir skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif bagi dunia Pendidikan dan dapat menjadikan referensi untuk penulis berikutnya. Penulis berpesan bahwa segala sesuatu yang kita inginkan harus berlandaskan kerja keras, semangat, dan pantang menyerah serta tekad yang kuat untuk meraihnya. Tidak ada manusia yang sempurna, kesempurnaan hanyalah milik Tuhan Yang Maha Esa. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN DAN KESEJAHTERAAN KEUANGAN TERHADAP KETERGANTUNGAN BELANJA *ONLINE* PADA GENERASI Z (STUDI KASUS DI GRESIK)”**