

**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**

**INTERNASIONAL SEMEN INDONESIA**

**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

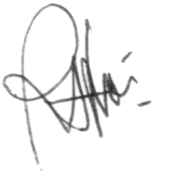
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Internasional Semen Indonesia

Oleh:

**gabrila ayu susanti**

NIM 1011610036



**DEWAN PENGUJI**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Rosa Rilantiana, S.E.,M.M.  NIDN. 0717048401 | **Penguji I** | (.........................) |
| 2. Astri Wening Perwitasari, S.M., M.M.  NIP. 2020008 | **Penguji II** | (.........................) |

Disetujui oleh Pembimbing Skripsi

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Alfina, S.M.,M.M.  NIDN. 0727019001 | **Pembimbing I** | (........................) |

**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- FreeRight*)** 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 HakCipta.

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 ZGeneration. 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, khususnya 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 angkatan 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 Kesejahteran 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 X1& Y 28

Tabel 2. Skor Skala Likert 6 Item Pernyataan Variabel X2 28

Tabel 3. Skor Skala Likert 4 Item Pernyataan Variabel X2 29

Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian 29

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pengetahuan Keuangan 41

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kesejahteraan Keuangan 42

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Ketergantungan Belanja Online 43

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas 44

Tabel 9. Statistik Deskriptif Pengetahuan Keuangan 44

Tabel 10. Kategori Pengetahuan Keuangan 45

Tabel 11. Distribusi Frekuensi Pengetahuan Keuangan 45

Tabel 12. Statistik Deskripif Kesejahteraan Keuangan 46

Tabel 13. Kategori Kesejahteraan Keuangan 47

Tabel 14. Distribusi Frekuensi Kesejahteraan Keuangan 47

Tabel 15. Statistik Deskriptif Ketergantungan Belanja Online 48

Tabel 16. Kategori Ketergantungan Belanja Online 49

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Ketergantungan Belanja Online 49

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas 50

Tabel 19. Hasil Uji Linearitas 50

Tabel 20. Hasil Uji Multikolinearitas 52

Tabel 21. Hasil Uji Heterokedastisitas 52

Tabel 22. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 53

Tabel 23. Hasil Uji F 54

Tabel 24. Hasil Uji Koefisien Determinasi 55

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.Grafik Pertumbuhan E-commerce 3

Gambar 2.Kerangka Berfikir 22

Gambar 3. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 37

Gambar 4. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Usia 38

Gambar 5. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Pekerjaan 39

Gambar 6. Diagram Lingkaran Responden Berdasarkan Item Barang 40

Gambar 7. Diagram Lingkaran Pengetahuan Keuangan 46

Gambar 8. Diagram Lingkaran Kesejahteraan Keuangan 48

Gambar 9. Diagram Lingkaran Ketergantungan Belanja Online 49

**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**

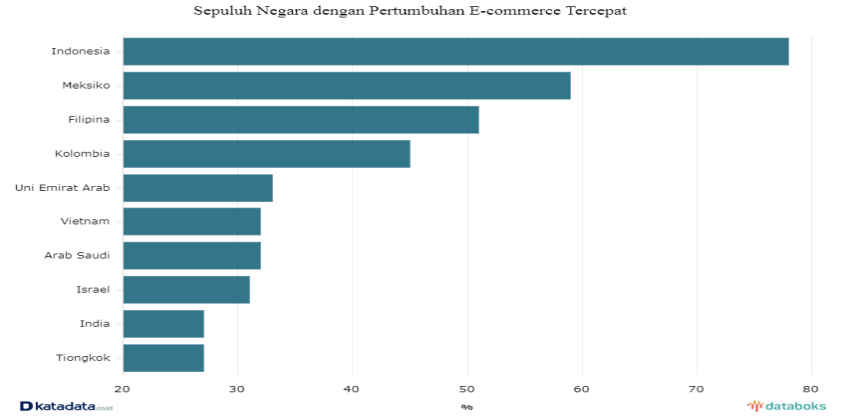
## **Latar Belakang**

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 Zadalah 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 karakteriktik 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 shoppimg*)merupakan bisnis yang menawarkan produk barang atau jasa secara *online*, sehingga masyarakat dapat melakukan pemesan 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, Youtubedan 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.



Sumber. databoks.katadata.co.id

**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 menghabis 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 trilliun 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 Indionesia.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 menguntung 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, frustasi 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 mengelolah keuangan sangat penting di kehidupan sehari-hari (Yushita, 2017). Individu yang tidak dapat mengelolah 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.

## **Rumusan Masalah**

## Berdasarkan darilatar 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?

## **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.

## **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.

1. Bagi Masyarakat

Dalam penelitian ini akan memberikan informasi bagi masyakarat 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.

## **Batasan Penelitian**

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

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

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Landasan Teori**
     1. **Konsumerisme**

Meningkatnya ketertarikan masyarakat terhadap perubahan dan inovasi seperti produk baru, pengalaman baru, dan citra baru mengakibatkan munculnya konsumerisme. Konsumerisme menurut Zygmut Baumant 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 tinjuan 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)

* + 1. **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 katagori 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. Komsumsi

Pengeluaran untuk kebutuhan rumah tangga yang berupa barang dan jasa (kecuali rumah baru).

1. Tabungan

Bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi oleh sebuah rumah tangga pada periode tertentu.

1. 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 berlebih 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.
   * 1. **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 terealisasikan (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.

1. 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.

1. 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.

1. Tabungan

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

1. 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.

1. Manajemen Risiko

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

1. Mengidentifikasi eksposur dari risiko yang dihadapi.
2. Mengidentifikasi dampak dari keuangan.
3. 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 mengakibat 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.

* + 1. **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 obyektifdan subyektif. Pada indikatorobyektif mengacu pada status ekonomi seseorang sepertitingkat 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.

* + 1. **Ketergantungan Belanja*Online***

1. **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](http://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 mengujungi 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 pasa 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.
5. **Pengertian Ketergantungan (*Addiction*)**

*Addiction* (Adiktif) merupakan suatu pola perilaku seseorang yang dapat meningkatkan masalah personal maupun masalah social. Menurut Marltt 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-destructuve* 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.
11. **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.

* 1. **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* (X1) dan *financial wellbeing* (X2) 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 betempat tinggal di Gresik.

1. 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 (X1) dan Literasi Keuangan (X2), serta variabel dependen yaitu Perilaku konsumtif (Y1). 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.

1. 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-varibel indenpenden terhadap variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Online Shopping*(Y1), sedangkan variabel independennya adalah Perilaku Konsumen (X1) 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.

* 1. **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 indivu 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.

1. **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*.

1. **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 khusunya 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*.

* 1. **Paradigma Penelitian**

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

Pengetahuan Keuangan

Kesejahteraan Keuangan

Ketergantungan Online Shopping

**Gambar 2. Kerangka Pemikiran**

* 1. **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 varibel independen. Terdapat 2 variabel independen pada penelitian ini yaitu pengetahuan keuangan (X1) dan kesejahteraan keuangan (X2). Pada penelitian ini, peneliti mengharapkan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berdasarkan gambar kerangka pemikirandiatas, maka hipotesis penelitian ini antara lain:

H0H1: Tidak terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online*pada generasi Z.

H1H1: Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z.

H0H2: Tidak terdapat pengaruh positif kesejahteraan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online*pada generasi Z.

H1H2: 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**

* 1. **Desain Penelitian**

Penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal asosiatif, dimana penelitian asositif 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 yaitupengetahuan keuangan (X1) dan kesejahteraan keuangan (X2) terhadap variabel dependen yaitu ketergantungan online shopping (Y1).

* 1. **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 tahunyang melakukan kegiatan belanja online. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling,* dimana teknik dalam penentuansampelnya 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.

* 1. **Definisi Operasional Variabel Penelitian**

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

* + 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
   * 1. **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 melingdungi 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).
   * 1. **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 mengunakan 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. Teradapat 10 item pernyataan dalam Skala CFPB.

.

* 1. **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.

* 1. **Instrumen Penelitian**

Instrumen yang digunakan oleh penelitidalam penelitian ini adalah kuesioner. Peneliti menggunakan jenis kuesioner tertutup, dimana kuesioner tertutup adalah suatu bentuk angket yang mengharapkan jawaban singkat dari respoden 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 pertanyataan 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 X1dan 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* Varibel 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 (X1) | Pengetahuan seseorang atas nilai suatu barang dan skala prioritas dalam hidupnya. |
| Penganggaran, tabungan, dan bagaimana mengelola keuangan. |
| Pengelolaan kredit. |
| Pentingnya asuransi dan melingdungi terhadap risiko. |
| Dasar investasi. |
| Perencanaan pensiun. |
| Pemanfaatan dari belanja dan membandingkan produk serta mencari saran dan informasi tambahan tentang barang yang akan dibeli. |
| Kesejahteraan Keuangan  ( X2)  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 |

* 1. **Uji Coba Instrumen**
     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 rhitung dengan rtabel 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 rhitung lebih besar dari rtabel maka item tersebut dikatakan valid.
2. Jika rhitung lebih kecil dari rtabel maka item tersebut dikatakan tidak valid.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.

* + 1. **Uji Reliabilitas**

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

* 1. **Teknik Analisis Data**
     1. **Analisis Statistik Deskripsi**

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).

* + 1. **Uji Asusmsi 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*. Adapun dasar dalam pengambilan keputusan dalam uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu:

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

1. **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.

1. **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 kolerasi 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:

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.

1. 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.

1. **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 rersidual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik, seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Cara untuk mendetekasi 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

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.
   * 1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3,….) 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:

Keterangan:

Y = Ketergantungan Belanja Online

X1 = Pengetahuan Keuangan

X2 = Kesejahteraan Keuangan

a = Harga Y jika X = 0 (Konstanta)

b = Koefisien linear berganda

* + 1. **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 hipotesisdalam sebuah penelitian diterima atau ditolak. Berikut rumus untuk menghitung uji t:

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)

1. 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.

1. **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 Fhitung dibandingkan dengan Ftabel pada taraf signifikansi 5%, dimana Fhitung dapat dilihat pada tabel ANOVA. Apabila Fhitung> Ftabel maka Ho ditolak Ha diterima, sedangkan jika Fhitung < Ftabel maka Ho diterima Ha ditolak.

1. **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**

* 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**

1. 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 14orang. Hasil distrisbusi 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**

1. 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, wiraswata sebanyak 7 orang, dan untuk responden yang bekerja selain yang telah disebutkan sebanyak 7 orang. Berdasarkan data tersebut maka hasil distrubusi 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**

1. Data responden berdasarkan item barang yang sering dibeli.

Terdapat beberapa pilihan item barang dalam kuesioner penelitian ini serperti 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**

* 1. **Analisis Data**
     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 rhitung dengan rtabel atau disebut dengan *Product Moment (Person)*. Cara mengetahui rtabel dapat dihitung dengan menggunakan rumus rtabel (a, n-2), dimana a = nilai signifikansi yang digunakan sebesar 5% atau 0.05, sedangkan n = jumlah sampel dalam penelitin ini yang kemudian dikurangi 2.Dalam uji instrument ini, diketahui jumlah sampel atau n = 58 responden dan a = 5% atau 0.05, maka rtabel [0.05, (58-2)] = 0.2181, sehingga setiap item pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid jika rhitung lebih besar dari 0.2181. Adapun hasil dari uji validitas instrument setiap variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **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 rhitung> 0.2181 atau rtabel. 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

1. **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

1. **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 validitasannya 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

1. **Hasil Uji Reliabilitas**

Menurut (Ghozali, 2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian tersebut. Ketika respoden menjawab pernyataan dari kuesioner dengan konsisten dan stabil dari waktu ke waktu, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel (Ghazali, 2011). Uji Reliabilitas dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka *Alpha Cronbach* dengan ketentuan nilai *AlphaCronbach*. 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** | ***Cronbach Alpha*** | **Kriteria *cronbach alpha*** | **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.

* + 1. **Analisis Statistik Deskriptif**

1. **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 | Maximum | 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 ≥ X |
| Sedang | M – 1SD ≤ 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 ≥ X untuk kategori tinggi
2. 39 ≤ 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 diagaram 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.

1. **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 ≥ X |
| Sedang | M – 1SD ≤ 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 ≥ X untuk kategori tinggi
2. 25 ≤ 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 diagaram 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.

1. **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 ketahui bahwa dari 58 responden memiliki skor minimum sebesar 30 dan skor maksimum sebesar 67, skor tersebut menujukkan skor terendah dan tertingga 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 ≥ X |
| Sedang | M – 1SD ≤ 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 ≥ X untuk kategori tinggi
2. 36 ≤ 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.

* + 1. **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.

1. **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 baerikut

**Tabel 19. Hasil Uji Linearitas**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVA Table** | | | | | | | |
|  | | | 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.

1. **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 kolerasi 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 20 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.

1. **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 mendetekasi 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 21 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.

* + 1. **Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X1, X2, X3,….) 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**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | -7.543 | 6.818 |  | -1.106 | .273 |
| 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 | | | | | | |

* + 1. **Hasil 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. Apabila nilai thitung> ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel imdependen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut penjelaskan hasil uji t untuk masing-masing variabel independen antara lain:

1. **Pengetahuan Keuangan (X1)**

Hasil analisis regresi linear berganda yang ditunjukkan pada tabel 21 bahwa dapat diketahui statistik uji t variabel pengetahuan keuangan memperoleh nilai thitung sebesar 4.164 dan dibandingkan dengan ttabel pada signifikan 0.05 yaitu 1.673, maka thitung> nilai ttabel (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 H1 yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja online pada generasi Z ”diterima.

1. **Kesejahteraan Keuangan (X2)**

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan pada tabel 21 dapat diketahui nilai thitung variabel kesejahteraan keuangan sebesar 4.440. nilai tersebut dibandingkan dengan nilai ttabel pada signifikan 0.05 sebesar 1.673. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai thitung> nilai ttabel (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 H1 yang menyatakan “Terdapat pengaruh positif pengetahuan keuangan terhadap ketergantungan belanja *online* pada generasi Z” diterima.

1. **Uji F**

Uji F merupakan uji yang digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Setelah diperoleh hasil perhitungan, kemudian Fhitung dibandingkan dengan Ftabel pada taraf signifikansi 5%, dimana Fhitung dapat dilihat pada tabel ANOVA. Apabila Fhitung> Ftabel maka Ho ditolak Ha diterima, sedangkan jika Fhitung< Ftabel maka Ho diterima Ha ditolak. Uji F dapat dihitung menggunakan program aplikasi SPSS versi 20 berikut hasil uji F yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel 23. Hasil Uji F**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 2185.376 | 2 | 1092.688 | 30.345 | .000b |
| 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.

1. **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 Summaryb** | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .724a | .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.

* 1. **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 Generai 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 thitung sebesar 4.164 dan ttabel 1.673. Apabila thitung > 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.

1. **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 thitung yang diperoleh sebesar 4.440 dan ttabel sebesar 1.673, sehingga thitung> ttabel (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 indvidu 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.

1. **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 Fhitung dan Ftabel pada tabel ANOVA. Nilai Fhitung sebesar 30.345 dan Ftabel 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**

**PENUTUP**

* 1. **Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Kesejahteraan Keuangan Terdahap 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 dibuktikkan dengan hasil analisis data dalam penelitian ini, dimana nilai thitung sebesar 4.164 dan ttabel sebesar 1.673, sehingga thitung> ttabel (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 thitung sebesar 4.440 dan ttabel sebesar 1.673, sehingga thitung > ttabel (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 Fhitung sebesar 30.354 dan Ftabel sebesar 4.01, sehingga nilai Fhitung > Ftabel (30.354 > 4.01).
   1. **Keterbatasan Penelitian**
4. Waktu yang dimiliki oleh peneliti terbatas sehingga dalam mencari data responden tidak dapat maksimal.
5. Peneliti dalam mencari data pada saat adanya pandemi Covid-19, sehingga peneliti mengalami kesulitan dalam penyebaran kuesioner.
6. 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.
   1. **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](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.Diaksesdari

<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 skrispsi 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**

1. **IDENTITAS RESPODEN**

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.

1. **ITEM PERNYATAAN**
2. Apakah anda pernah melakukan belanja online?

( ) Ya

( ) Tidak

1. Berapa jam anda melihat fitur-fitur belanja online dalam sehari?

( ) 1 jam

( ) 2 jam

( ) 3 jam

( ) > 3 jam

1. Berapa kali anda melakukan belanja online dalam seminggu?

( ) 1 Kali

( ) 2 Kali

( ) 3 Kali

( ) > 3 Kali

1. Saat berbelanja online item belanja apa yang sering anda beli?

( ) Pakaian

( ) Makanan dan minuman

( ) Kebutuhan pokok

( ) Elektronik

( ) Lainnya

1. **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. |  |  |  |  |  |

1. **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. |  |  |  |  |  |

1. **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 beberlanja. |  |  |  |  |  |
| 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 *ONLINE*** | | | | | | | | | | | | | | | | | | **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 |
| N | 58 |
| X1.13 | Pearson Correlation | .357\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .003 |
| N | 58 |
| X1.14 | Pearson Correlation | .559\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X1.15 | Pearson Correlation | .375\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .002 |
| N | 58 |
| Pengetahuan Keuangan | Pearson Correlation | 1 |
| Sig. (1-tailed) |  |
| N | 58 |
| \*\*. 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 |
| X2.1 | Pearson Correlation | .623\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .394\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .001 |
| N | 58 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .617\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .418\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .001 |
| N | 58 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .410\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .001 |
| N | 58 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .514\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.7 | Pearson Correlation | .606\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.8 | Pearson Correlation | .552\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.9 | Pearson Correlation | .550\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| X2.10 | Pearson Correlation | .648\*\* |
| 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 Belanaja 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 |
| Y13 | Pearson Correlation | .638\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| Y14 | Pearson Correlation | .542\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| Y15 | Pearson Correlation | .252\* |
| Sig. (1-tailed) | .028 |
| N | 58 |
| Y16 | Pearson Correlation | .316\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .008 |
| N | 58 |
| Y17 | Pearson Correlation | .548\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| Y18 | Pearson Correlation | .502\*\* |
| Sig. (1-tailed) | .000 |
| N | 58 |
| Ketergantungan Belanja Online | Pearson Correlation | 1 |
| Sig. (1-tailed) |  |
| 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**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 58 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 58 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .725 | 15 |

**Indikator Kesejahteraan Keuangan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 58 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 58 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .715 | 10 |

**Indikator Ketergantungan Belanja Online**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Case Processing Summary** | | | |
|  | | N | % |
| Cases | Valid | 58 | 100.0 |
| Excludeda | 0 | .0 |
| Total | 58 | 100.0 |
| a. Listwise deletion based on all variables in the procedure. | | | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .817 | 18 |

**Lampiran 6**

**Hasil Uji Normalitas**

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

**Lampiran 7**

**Hasil Uji Linearitas**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | | | | | | |
|  | | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|  | 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 |  |  |  |

**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 | .000b |
| 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 |
|  | .724a | .525 | .507 | 6.001 |

|  |
| --- |
|  |
|  |

***Halaman ini sengaja dikosongkan***

|  |
| --- |
| **BIODATA PENULIS**  Saya Gabrila Ayu Susanti, lahir di Gresik, 11 Juni 1998. Penulis menempuh pendidikan formal di SDN Tlogopatut 2 Gresik (lulus pada tahun 2010), melanjutkan ke SMPN 4Gresik (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)”** |