

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *FINANCIAL ATTITUDE*, PENDAPATAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI MILENIAL PENGGUNA *E-COMMERCE* DI KOTA BEKASI

SKRIPSI

Oleh :

Taufiq Hidayatullah

201710325287



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2021**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, Pendapatan, dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Pengguna *E-commerce* di Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Taufiq Hidayatullah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325287

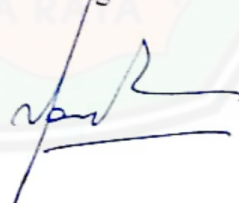
Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENYETUJUI,

Pembimbing



Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M

NIDN : 0314118601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude*,
Pendapatan dan Media Sosial terhadap Perilaku
Konsumtif Pada Generasi Milenial Pengguna
E-commerce di Kota Bekasi.

Nama Mahasiswa : Taufiq Hidayatullah


Nomor Pokok Mahasiswa : 201710325287


Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

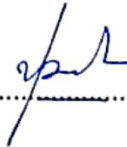
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 28 Januari 2021

Jakarta, 08 Februari 2021

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Adi Wibowo Noor Fikri, S.Kom., MBA 
NIDN : 0325027901

Penguji I : Eri Bukhari, S.E., M.T 
NIDN : 0309097005

Penguji II : Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M 
NIDN : 0314118601

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen



M. Fadhli Nursal, S.E., M.M

NIDN : 0325057908

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Istianingsih, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP

NIDN : 0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul

Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, Pendapatan, dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Pengguna *E-commerce* di Kota Bekasi.

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Januari 2021

Yang membuat pernyataan



Taufiq Hidayatullah

201710325287

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh *financial literacy*, *financial attitude*, pendapatan, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pengguna *e-commerce* di Kota Bekasi. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif dimana objek yang digunakan merupakan generasi milenial di Kota Bekasi. Penelitian ini dilakukan dengan Teknik *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 158 orang sampel responden. Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengujian hipotesis (*hypothesis testing*) dengan menggunakan *structural equation model* (SEM) – SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian ini memberikan penjelasan bahwa variabel *financial attitude*, pendapatan, dan media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kota Bekasi. Namun variabel *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dalam penelitian ini. Penelitian ini memberikan rekomendasi bahwa generasi milenial harus meningkatkan pengetahuan keuangan, mengatur pendapatan dan menggunakan media sosial dengan bijak.

Penelitian ini memiliki keterbatasan objek penelitian yang hanya dilakukan pada generasi milenial dan khususnya di Kota Bekasi. Hal ini dapat menjadi saran untuk peneliti selanjutnya. Kebaharuan dalam penelitian ini menggabungkan variabel *financial literacy*, *financial attitude*, pendapatan, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pada satu model penelitian yang dilakukan pada generasi milenial di Kota Bekasi.

Kata kunci : *financial literacy*, *financial attitude*, pendapatan, media sosial, dan perilaku konsumtif.

ABSTRACT

This study is a research used to measure the effect of financial literacy, financial attitude, income, and social media on the consumptive behavior in millennial generation of e-commerce users in Bekasi City. This research is a quantitative research where the object used is the millennial generation in Bekasi City. This research was conducted by using nonprobability sampling technique with purposive sampling method. The number of samples used in this study were 158 samples of respondents. The design used in this research is hypothesis testing using structural equation model (SEM) - SmartPLS 3.0.

The results of this study provide an explanation that the variables of financial attitude, income, and social media have a positive effect on the consumptive behavior in the millennial generation in Bekasi City. However, the financial literacy variable has no effect on consumptive behavior in this study. This study provides recommendations that the millennial generation must improve their financial knowledge, manage their income and use social media wisely.

This study has limited research objects that are only conducted on the millennial generation and especially in Bekasi City. This can be a suggestion for future researchers. The novelty in this study combines financial literacy, financial attitude, income, and social media variables towards consumptive behavior in one research model conducted on the millennial generation in Bekasi City.

Keywords: financial literacy, financial attitude, income, social media, and consumptive behavior.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah swt, atas rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan perkuliahan dan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude*, Pendapatan, dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Pengguna *E-commerce* di Kota Bekasi”**. Maka untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini banyak pihak yang memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terimakasih kepada :

1. Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Istianingsih Sastrodihardjo, M.S.Ak., CA., CSRA., CACP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. M. Fadhli Nursal, S.E., M.M selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Dr. Muhammad Richo Rianto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., M.M., MBA selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan maupun motivasi kepada peneliti selama perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah mendidik dan memberikan ilmu-Nya kepada peneliti selama mengikuti perkuliahan.
7. Untuk kedua orang tua saya, Bapak Masdar Mansyur dan Ibu Marnis beserta kedua kakak kandung saya yang bernama Aprilyta Rahmi dan Reny Meydiastuti telah memberikan dukungan secara moral maupun material.

8. Untuk Yohanes, Tita, Yonathan, dan Sania yang telah memberikan semangat dan motivasi yang besar dalam penelitian ini.
9. Untuk Anggota Granat 2017 Universitas Bhayangkara yang telah mengajarkan peneliti dalam berorganisasi.
10. Untuk teman-temanku Nisa, Mahesha, Debby yang selalu memberikan arahan kepada peneliti.
11. Untuk teman-teman seperjuangan A7 Manajemen yang telah berjuang bersama-sama dari awal perkuliahan sampai akhir perkuliahan.

Peneliti menyadari bahwa pada skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu peneliti meminta untuk kritik serta saran dari semua pihak yang sangat diharapkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap skripsi ini berguna bagi bagi semua pihak.

Jakarta, 14 Januari 2021



Taufiq Hidayatullah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	v
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Batasan Penelitian	11
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behaviour Theory</i>).....	13
2.1.2 Perilaku Konsumtif	13
2.1.2.1 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	14
2.1.2.2 Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
2.1.3 <i>E – Commerce</i>	15

2.1.3.1	Jenis - Jenis <i>E-commerce</i>	16
2.1.3.2	Manfaat <i>E – commerce</i>	17
2.1.4	<i>Financial Literacy</i>	17
2.1.4.1	Indikator <i>Financial Literacy</i>	18
2.1.4.2	Manfaat <i>Financial Literacy</i>	19
2.1.5	<i>Financial Attitude</i>	20
2.1.5.1	Komponen <i>Financial Attitude</i>	21
2.1.5.2	Faktor – Faktor <i>Financial Attitude</i>	21
2.1.5.3	Indikator <i>Financial Attitude</i>	22
2.1.6	Pendapatan	22
2.1.6.1	Jenis – Jenis Pendapatan	24
2.1.6.2	Sumber – Sumber Pendapatan	24
2.1.7	Media Sosial	25
2.1.7.1	Jenis – Jenis Media Sosial.....	26
2.1.7.2	Karakteristik Media Sosial.....	27
2.2	Penelitian Terdahulu	27
2.3	Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya.....	32
2.4	Kerangka Pemikiran.....	33
2.5	Hipotesis.....	34
2.5.1	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif	35
2.5.2	Pengaruh <i>Financial Attitude</i> terhadap Perilaku Konsumtif.....	35
2.5.3	Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif.....	36
2.5.4	Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Desain Penelitian.....	38
3.2	Tahapan Penelitian	38
3.2.1	Tahap Pelaksanaan.....	39
3.2.2	Tahap Penulisan	39
3.3	Tempat dan Waktu Penelitian	39

3.4	Metode Konseptual Penelitian	40
3.5	Variabel Penelitian	41
3.6	Definisi Operasional Variabel	41
3.7	Pengukuran Variabel Penelitian	45
3.7.1	Financial Literacy	45
3.7.2	Financial Attitude	45
3.7.3	Pendapatan	46
3.7.4	Media Sosial	46
3.7.5	Perilaku Konsumtif	47
3.8	Metode Pengambilan Populasi dan Sampel	48
3.8.1	Populasi	48
3.8.2	Sampel	48
3.8.3	Teknik Pengambilan Sampling	48
3.8.4	Teknik Penentuan Jumlah Sampel	49
3.9	Jenis dan Sumber Data	49
3.10	Teknik Pengumpulan Data	50
3.11	Metode Analisis Data	50
3.11.1	Outer Model	52
3.11.1.1	Uji Validitas	52
3.11.1.2	Uji Reliabilitas	53
3.11.2	Inner Model	53
3.12.2.1	<i>R-Square</i>	53
3.12.2.2	<i>Q-Square</i>	53
3.12.2.3	<i>F-Square</i>	54
3.12	Pengujian Hipotesis	54
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		55
4.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	55

4.1.1 Peta Kondisi Geografis Wilayah Kota Bekasi	56
4.1.2 Visi dan Misi Kota Bekasi.....	57
4.2 Identitas Responden	58
4.3 Analisis Data	66
4.3.1 Hasil Analisis Pengukuran Model (Outer Model).....	66
4.3.1.1 <i>Convergent Validity</i> (Uji Validitas Konvergen)	67
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity</i> (Uji Validitas Diskriminan)	71
4.3.1.3 <i>Composite Reliability</i>	75
4.3.1.4 <i>Cronbach Alpha</i>	75
4.3.2 Model Struktural (Inner Model)	76
4.4 Pengujian Hipotesis.....	78
4.5 Pembahasan.....	80
4.5.1 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif.....	80
4.5.2 Pengaruh <i>Financial Attitude</i> terhadap perilaku Konsumtif.....	81
4.5.3 Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif	81
4.5.4 Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif.....	82
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Implikasi Manajerial	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persaingan <i>E-commerce</i> di Indonesia.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 2.2	Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Sebelumnya.....	32
Tabel 3.1	Definisi Operasional Penelitian.....	42
Tabel 3.2	Variabel Pernyataan <i>Financial Literacy</i>	45
Tabel 3.3	Variabel Pernyataan <i>Financial Attitude</i>	45
Tabel 3.4	Variabel Pernyataan Pendapatan	46
Tabel 3.5	Variabel Pernyataan Media Sosial.....	47
Tabel 3.6	Variabel Pernyataan Perilaku Konsumtif.....	47
Tabel 3.7	Proses Penyebaran dan Penerimaan Kuisisioner	49
Tabel 3.8	Skala Penilaian Likert	50
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	60
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	62
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna <i>E-commerce</i>	63
Tabel 4.7	Karakteristik Berdasarkan Wilayah	64
Tabel 4.8	Hasil <i>Outer Loading Financial Literacy</i>	68
Tabel 4.9	Hasil <i>Outer Loading Financial Literacy</i> Tidak Valid.....	68
Tabel 4.10	Hasil <i>Outer Loading Financial Attitude</i>	68

Tabel 4.11	Hasil <i>Outer Loading Financial Attitude</i> Tidak Valid	69
Tabel 4.12	Hasil <i>Outer Loading</i> Pendapatan	69
Tabel 4.13	Hasil <i>Outer Loading</i> Pendapatan Tidak Valid.....	70
Tabel 4.14	Hasil <i>Outer Loading</i> Media Sosial.....	70
Tabel 4.15	Hasil <i>Outer Loading</i> Media Sosial Tidak Valid	70
Tabel 4.16	Hasil <i>Outer Loading</i> Perilaku Konsumtif.....	71
Tabel 4.17	Hasil <i>Outer Loading</i> Perilaku Konsumtif Tidak Valid	71
Tabel 4.18	Hasil <i>Cross Loading Financial Literacy</i>	72
Tabel 4.19	Hasil <i>Cross Loading Financial Attitude</i>	72
Tabel 4.20	Hasil <i>Cross Loading</i> Pendapatan	73
Tabel 4.21	Hasil <i>Cross Loading</i> Media Sosial.....	73
Tabel 4.22	Hasil <i>Cross Loading</i> Perilaku Konsumtif.....	74
Tabel 4.23	Hasil <i>Average Variant Extracted (AVE)</i>	74
Tabel 4.24	Hasil <i>Composite Reliability</i>	75
Tabel 4.25	Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	76
Tabel 4.26	Hasil <i>R – Square</i>	77
Tabel 4.27	Hasil <i>F – Square</i>	78
Tabel 4.28	Hasil Uji Hipotesis dan Pembahasan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Proporsi Pengeluaran Keluarga Millennial di Kota Bekasi	2
Gambar 1.2	Perkembangan <i>E-commerce</i>	3
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 3.1	Model Konseptual Penelitian	40
Gambar 4.1	Peta Wilayah Kota Bekasi	56
Gambar 4.2	Diagram Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4.3	Diagram Berdasarkan Usia	60
Gambar 4.4	Diagram Berdasarkan Pendidikan.....	61
Gambar 4.5	Diagram Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Gambar 4.6	Diagram Berdasarkan Pendapatan	63
Gambar 4.7	Diagram Berdasarkan Pengguna <i>E-commerce</i>	64
Gambar 4.8	Diagram Berdasarkan Wilayah.....	65
Gambar 4.9	Model Awal Penelitian.....	66
Gambar 4.10	Outer Model Testing	67
Gambar 4.11	Inner Model Testing.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Plagiarisme
2. Hasil Uji Turnitin
3. Uji Referensi Skripsi
4. Kuisisioner Penelitian
5. Data Tabulasi Kuisisioner
6. Hasil Uji Smart PLS 3.0
7. Daftar Riwayat Hidup

