Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan teori

2.1.1 Manajemen Keuangan

Manajemen keuangan, sebagaimana dijelaskan oleh Sundjaja dan Barlian (2003) dalam Fauzan & Rusdiyanti, (2022) merupakan cabang manajemen yang berfokus pada tugas-tugas manajer keuangan di berbagai jenis organisasi. Tugas ini mencakup pengelolaan keuangan secara aktif, baik untuk perusahaan profit maupun non-profit, entitas publik maupun swasta, serta berbagai skala bisnis. Aktivitas yang dilakukan meliputi penyusunan anggaran, perencanaan finansial, pengelolaan kas, administrasi kredit, dan analisis investasi. Mereka melakukan berbagai kegiatan, seperti anggaran, perencanaan keuangan, manajemen kas, administrasi kredit, analisa investasi dan usaha memperoleh dana". Horne dan Wochowiez (2012) memandang manajemen keuangan sebagai praktik pengelolaan yang meliputi tiga fungsi utama, yaitu pengadaan dana, penentuan struktur pendanaan, dan pengelolaan aset, yang keseluruhannya bertujuan untuk mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Menurut Wulandari, (2025) menjelaskan bahwa manajemen keuangan adalah suatu proses terstruktur dalam kegiatan keuangan yang tidak hanya berupaya memperoleh sumber dana dan menekan pengeluaran, tetapi juga mengelola keuangan secara efisien agar tujuan finansial organisasi dapat terwujud.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Menurut Dawir dalam Erfiyana, (2025) dalam kutipan Supriatna *et al.,* (2025) manajemen keuangan merupakan bidang ilmu yang membahas seluruh siklus pengelolaan keuangan korporasi, mulai dari upaya menghimpun dana, mengalokasikannya ke berbagai kebutuhan, hingga membagikan keuntungan yang diperoleh. Mulyawan dalam Mayasari, (2024) dikutip dalam Supriatna *et al.,* (2025) Manajemen keuangan dipahami sebagai serangkaian proses yang bertujuan mengelola seluruh aktivitas keuangan organisasi melalui tiga fungsi utama, yakni perencanaan (planning), analisis, serta pengawasan (pengendalian) terhadap setiap kegiatan finansial yang berlangsung.

Beberapa ahli memandang manajemen keuangan dari sudut pengambilan keputusan. Musthafa dalam Rosmayati, (2025) dikuti dalam Supriatna *et al*., (2025) mengemukakan bahwa manajemen keuangan berpusat pada tiga keputusan strategis, yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan, dan keputusan kebijakan dividen. Menurut pendapat lain, Sudana dalam Maulana, (2025) dikutip dalam Supriatna *et al.*, (2025) menambahkan bahwa manajemen keuangan merupakan penerapan prinsip-prinsip keuangan dalam perusahaan yang bertujuan menciptakan dan mempertahankan nilai perusahaan, yang diwujudkan melalui pengambilan keputusan dan pengelolaan sumber daya secara tepat.

2.1.2 Literasi Keuangan

Menurut Lusardi (2012) dalam kutipan Zetri & Octavera, (2025) Para ahli menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan keterampilan mendasar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

yang wajib dimiliki setiap individu untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya, yaitu dengan memahami cara merencanakan dan mengalokasikan sumber daya keuangan secara baik dan efisien. Huston (2010) dalam kutipan Buderini *et al.*, (2023) Literasi keuangan didefinisikan sebagai keahlian yang dimiliki individu dalam mengelola pendapatannya guna mencapai peningkatan kesejahteraan finansial. Sementara itu, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memaknai literasi keuangan sebagai tingkat pengetahuan, keterampilan, keyakinan diri, serta pemahaman masyarakat terhadap produk dan layanan keuangan yang diukur melalui indeks literasi. Indeks ini menjadi instrumen penting untuk mengukur kesadaran masyarakat akan manfaat, risiko, hak, dan tanggung jawab dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. Pemahaman literasi keuangan yang baik mendorong seseorang untuk lebih bijak dalam berbelanja, mengatur keuangan, dan merencanakan masa depan secara lebih matang (Mubarokah & Pratiwi, 2022 dalam kutipan Dinanti & Nesneri, 2024).

Menurut Wahyuni, *et al.,* (2023) dalam kutipan Putri *et al.*, (2024) Literasi keuangan memiliki hubungan yang erat dengan manajemen keuangan, di mana peningkatan efektivitas pengelolaan keuangan seseorang akan diikuti oleh peningkatan literasi keuangannya. Literasi keuangan itu sendiri merupakan perpaduan antara kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku seseorang dalam mengelola keuangan secara bijaksana untuk mengambil keputusan yang tepat, baik dalam hal pengaturan pengeluaran, kebiasaan menabung, aktivitas investasi, maupun pengelolaan

utang. Individu dengan literasi keuangan yang memadai akan lebih mampu memahami risiko dan peluang finansial, menyusun perencanaan tujuan jangka pendek maupun panjang, serta menghindari permasalahan keuangan yang berpotensi merugikan. Pada akhirnya, kemampuan ini menjadi fondasi penting bagi seseorang untuk mencapai kesejahteraan finansial dan meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan (Heret et al., 2022 dalam kutipan Damayanti & Fathihani, (2026).

2.1.2.1 Faktor-Faktor Pada Literasi Keuangan

Menurut Rismawati, (2025) Faktor-faktor yang berdampak pada literasi keuangan yaitu:

a. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan sangat penting untuk memahami literasi keuangan. Hal ini ditegaskan karena pendidikan harus memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman, termasuk kemampuan manajemen keuangan.

b. Kondisi Mukim

Faktor utama penyebab tingginya literasi keuangan seseorang adalah status tempat tinggl mereka. Menurut penelitian yang diterbitkan dalam Jejama Management Malahayati Journal, seseorang yang tinggal jauh dari lingkungan keluarganya sendiri memiliki jiwa yang tangguh dan mampu untuk urusan finansial dibandingkan orang yang tinggal serumah dengan keluarganya.

c. Pendapatan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tingkat penghasilan seseorang ternyata memengaruhi tingkat pemahaman mereka tentang keuangan. Hal ini pada akhirnya cenderung berdampak pada inklusi keuangan, untuk mencapai kestabilan finansial. Jumlah uang yang dimiliki sebaiknya disimpan di tempat yang aman, seperti menabung di bank atau berinvestasi di pasar modal.

2.1.3 Perilaku Konsumtif

Ancok (1995) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan seseorang untuk melakukan konsumsi secara berlebihan, yang lebih didorong oleh faktor emosional daripada pertimbangan yang rasional. Individu dengan perilaku ini cenderung mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan yang sesungguhnya Setiyorini & Yudiantoro, (2025). Rismayanti dan Oktapiani (2020) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai pola perilaku individu dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang atau jasa yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan. Perilaku ini sering kali ditandai dengan pembelian impulsif, misalnya tergoda oleh promosi menarik, kemasan produk yang memikat, atau dorongan emosional sesaat. Selain itu, seperti yang dikemukakan oleh Putri dan Iriani (2020), keinginan untuk menjaga penampilan dan menunjukkan status sosial juga mendorong individu untuk membeli produk bermerek Rahmayani *et al*., (2025).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.
Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia.
Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

2.1.3.1 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Menurut sumartono dalam kutipan Rismawati, (2025) penyebab terjadinya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor utama diantaranya yaitu:

1) Faktor internal

Kepuasan yang diperoleh dari pembelian suatu produk dipengaruhi secara signifikan oleh berbagai faktor, seperti motivasi, harga diri, pengamatan, proses pembelajaran, kepribadian, serta konsep diri individu (Kotler, 1995).

a) Motivasi

Motivasi adalah faktor yang mendorong tindakan seseorang, baik dalam hal melakukan pembelian atau penggunaan layanan yang tersedia di pasar.

b) Harga diri

Harga merupakan salah satu hal yang mempengaruhi tingkat perilaku pembelian seseorang, orang yang selalu merasa memiliki harga diri rendah akan sangat mudah terpengaruh dibandingkan dengan orang yang berprinsip memiliki harga diri yang tinggi. Hal tersebut dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

c) Observasi

Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, konsumen umumnya akan mempertimbangkan keputusan tersebut berdasarkan

proses pengamatan. Pengamatan dapat didasarkan pada pengalaman orang lain atau pengalaman pribadi di masa lalu terkait produk tersebut.

d) Proses belajar

Howard menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan bagian dari proses pembelajaran. Pengalaman positif dari seseorang di masa lalunya dengan suatu produk akan akan mendorong konsumen untuk membeli barang yang sama di masa depan. produk di masa lalu akan memberikan pelajaran bagi konsumen untuk menghindari pembelian produk yang dikonsumsi. Dalam konteks perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan bahwa pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalunya, baik dalam bentuk kepuasan maupun kekecewaan terhadap

2) Faktor eksternal.

Menurut Kotler (1995) faktor eksternal dari perilaku konsumtif yaitu:

a) Peran Budaya

Budaya menjadi faktor utama yang membentuk keinginan dan perilaku individu. Seseorang memperoleh nilai, persepsi, preferensi, serta pola perilaku melalui keluarga dan lembaga sosial lainnya. Dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, budaya berfungsi sebagai pedoman yang menentukan preferensi, prioritas, dan cara individu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Perbedaan norma budaya turut memengaruhi tingkat konsumtivitas seseorang, termasuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

gaya hidup, kebiasaan berbelanja, dan keputusan pembelian produk tertentu.

b) Sub budaya

Setiap budaya memiliki subkultur-subkultur yang lebih kecil dengan karakteristik sosialisasi yang khas bagi setiap anggotanya. Subkultur ini juga memengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek-merek tertentu.

c) Kelas sosial

Subkultur mencakup kelompok etnis, agama, ras, dan wilayah geografis. Dalam perilaku konsumtif, subkultur dapat menentukan preferensi produk serta pola pembelian. Faktor utama dari kelas sosial yang paling memengaruhi perilaku konsumtif adalah peran dan status. Setiap peran mencakup aktivitas yang diharapkan dari seseorang dan disertai dengan status tertentu, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku pembelian. Individu cenderung memilih produk yang mencerminkan peran dan status sosial mereka di masyarakat.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu berperan sebagai bahan pembanding antara studi sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan, serta menjadi sumber inspirasi bagi pengembangan penelitian selanjutnya. Pada bagian ini, peneliti menyajikan beberapa studi terdahulu yang relevan dengan topik yang akan dikaji, sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelti	Judul Penelitian	Variabel Dan Alat Uji	Hasil Penelitian
1	Citra & Komara, (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment dan Perilaku Konsumtif terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z di Jawa Barat	X:Literasi Keuangan, Fintech Payment, Perilaku Konsumtif Y:Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Alat Uji: Regresi Linear Berganda	Literasi keuangan, *fintech payment*, dan perilaku konsumtif masing-masing berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z di Jawa Barat. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut juga memberikan pengaruh positif.
2	Rahmayani *et al.,* (2025)	Pengaruh Literasi Keuangan dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Politeknik Negeri Tanah Laut	X:Literasi Keuangan, Uang Saku Y:Perilaku Konsumtif Alat Uji: Regresi Linear Berganda (SPSS 26)	menemukan bahwa secara terpisah, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sedangkan uang saku memiliki pengaruh yang signifikan. Namun, secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3	Dinanti & Nesneri, (2024)	Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri dan Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Pekanbaru	X:Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Kontrol Diri, Penggunaan E-Money Y:Perilaku Konsumtif Alat Uji: SEM-PLS	di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa literasi keuangan dan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, sedangkan gaya hidup dan penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4	Rismawati, (2025)	Pengaruh Literasi	X:Literasi Keuangan, Gaya	literasi keuangan secara individual tidak

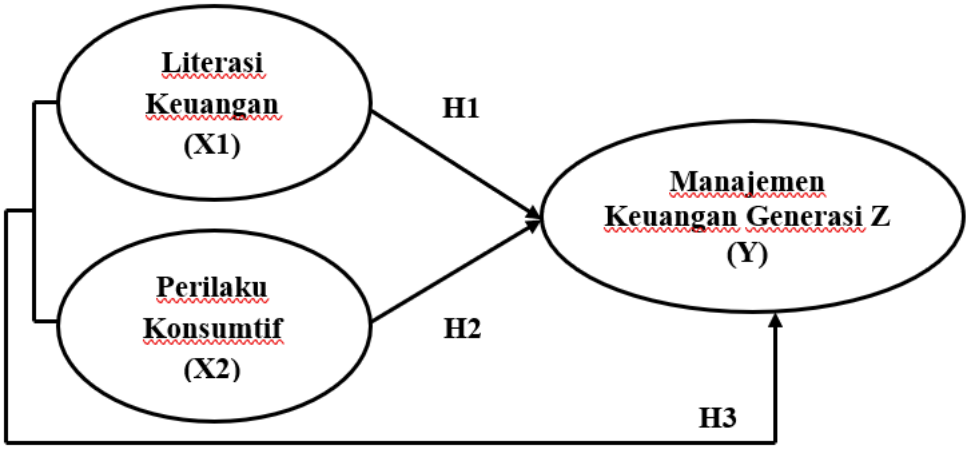
No	Nama Penelti	Judul Penelitian	Variabel Dan Alat Uji	Hasil Penelitian
		Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna TikTok Shop pada Generasi Z Desa Maramba, Kecamatan Wotu, Kabupaten Luwu Timur	Hidup Y:Perilaku Konsumtif Alat Uji: Regresi Linear Berganda (SPSS)	menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *TikTok Shop* pada Generasi Z, berbeda halnya dengan gaya hidup yang berpengaruh positif dan signifikan. Meskipun demikian, apabila literasi keuangan dan gaya hidup diuji secara simultan, kedua variabel tersebut terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *TikTok Shop* pada Generasi Z.
5	Rahmadani & Safitri, (2025)	Pengaruh Belanja Online, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z	X:Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup Hedonisme Y:Pengelolaan Keuangan Pribadi Alat Uji: Regresi Linear Berganda (SPSS 25)	Belanja *online* dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z, sedangkan gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z.

Sumber: Data Diolah Peneliti Dari Berbagai Sumber Penelitian, 2026

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori, maka kerangka teoritik atas penelitian ini sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri



Gambar 2. 1
Kerangka Pemikiran
Sumber: Diolah Peneliti, 2026

2.4 Hipotesis

Hipotesis yang terdampak dilihat dari kerangka pemikiran di atas Adalah sebagai berikut:

H1 : Diduga Literasi Keuangan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Manajemen Keuangan Generasi Z di Desa Pengalihan Keritang.

H2 : Diduga Perilaku Konsumtif Berpengaruh Signifikan Terhadap Manajemen Keuangan Generasi Z di Desa Pengalihan Keritang.

H3 : Diduga Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Secara Simultan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Manajemen Keuangan Generasi Z di Desa Pengalihan Keritang.

2.5 Defenisi Operasional Variabel

Pada penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan 3(tiga) variabel yang dimana terdiri dari Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif dan Manjemen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Keuangan Generasi Z. Untuk memperjelas setiap variabel, perlu di jelaskan sebagai berikut:

a) Variabel Independen (Bebas)

1) Literasi keuangan (X1)

Menurut Wahyuni, *et al.,* (2023) dalam kutipan Putri *et al.*, (2024) Literasi keuangan dan manajemen keuangan memiliki hubungan yang saling berkorelasi. Semakin efektif seseorang dalam mengelola keuangannya, semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya.

2) Perilaku Konsumtif (X2)

Perilaku konsumtif merupakan pola konsumsi yang tidak terkendali, di mana keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan emosional pertimbangan logis. Ciri utamanya adalah kecenderungan untuk memprioritaskan hasrat atau keinginan di atas kebutuhan pokok. (Ancok, 1995 kutipan Setiyorini & Yudiantoro, (2025).

b) Variabel Dependen (Terikat)

1) Manajemen Keuangan Generasi Z (Y)

Menurut Wulandari, (2025) mendefinisikan manajemen keuangan sebagai serangkaian proses dalam aktivitas finansial perusahaan yang mencakup upaya pengadaan dana, pengendalian biaya, serta pengelolaan keuangan secara menyeluruh guna mencapai sasaran keuangan yang telah ditetapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri

Tabel 2. 2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Item	Skala
1	Literasi Keuangan (X1)	Menurut Wahyuni, *et al.,* (2023) dalam kutipan Putri *et al.*, (2024) Literasi keuangan dan manajemen keuangan memiliki hubungan yang saling berkorelasi. Semakin efektif seseorang dalam mengelola keuangannya, semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya	Pengetahuan Dasar Keuangan	1	Likert
			Perencanaan dan Penganggaran	2	Likert
			Tabungan dan Investasi	3	Likert
			Pemahaman Pinjaman dan Utang	4	Likert
			Literasi Keuangan Digital	5	Likert
2	Perilaku Konsumtif (X2)	Perilaku konsumtif merupakan pola konsumsi yang tidak terkendali, di mana keputusan pembelian lebih banyak dipengaruhi oleh dorongan emosional pertimbangan logis. Ciri utamanya adalah kecenderungan untuk memprioritaskan hasrat atau keinginan di atas kebutuhan pokok (Ancok, 1995 dalam kutipan Setiyorini & Yudiantoro, (2025).	Pembelian Impulsif	1	Likert
			Pengaruh Tren dan Gaya Hidup	2	Likert
			Pengaruh Diskon dan Promosi	3	Likert
			Kepuasan Sesaat	4	Likert
			Keinginan Mengikuti Orang Lain	5	Likert
3	Manajemen Keuangan Generasi Z (Y)	Menurut Wulandari, (2025) mendefinisikan manajemen keuangan sebagai serangkaian proses dalam aktivitas finansial perusahaan yang mencakup upaya pengadaan dana, pengendalian biaya, serta pengelolaan keuangan secara menyeluruh guna mencapai sasaran keuangan yang telah ditetapkan.	Perencanaan Keuangan	1	Likert
			Penganggaran	2	Likert
			Pengendalian Pengeluaran	3	Likert
			Pencatatan Keuangan	4	Likert
			Menabung dan Investasi	5	Likert

Sumber: Diolah Peneliti, 2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.
Universitas Islam Indragiri