

**PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL *HEDONISME* DAN
TRANSAKSI *CASHLESS* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA
GENERASI MUDA DI DESA CEMANI SUKOHARJO**



PROPOSAL PENELITIAN

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas-tugas dan Syarat-syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Program Studi S1 Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun Oleh:

MARA AYU INDAH HERAWATI

20.12.0069

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA

TAHUN 2023

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Mara Ayu Indah Herawati
NIM : 20120069
Program : S1 Manajemen
Studi
Judul : **PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL
HEDONISME DAN TRANSAKSI CASHLESS TERHADAP
MINAT MENABUNG PADA GENERASI MUDA DI DESA
CEMANI SUKOHARJO.**

Disetujui dan Disahkan

Hari :

Tanggal :

Pembimbing,



Ari Susanti, S.Pt., M.M

NIDN. 0323048302

Mengetahui,

Anggota Pembimbing 1



Aditya Lihyan, S.M.B., M.M

NIDN. 0606118902

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Nama : Mara Ayu Indah H
NIM : 20120069
Program Studi : S1 Manajemen
Judul : **PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL
HEDONISME DAN TRANSAKSI CASHLESS
TERHADAP MINAT MENABUNG PADA
GENERASI MUDA DI DESA CEMANI
SUKOHARJO**

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta (STIE Surakarta) dan diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Manajemen.

Hari :

Tanggal :

Tim Penguji

Tanda Tangan

Ketua : Ari Susanti, S.Pt.,M.M.

()

Anggota : Tri Ratna Pamikatsih, S.E.,MBA.

()

Mengetahui,

Ketua STIE Surakarta




Dr. Budi Istivanto, S.E.,M.M.,M.H

NIDN. 0625127401

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul:

**PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL *HEDONISME* DAN
TRANSAKSI *CASHLESS* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA
GENERASI MUDA DI DESA CEMANI SUKOHARJO**

Tidak pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi lain dan tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya. Apabila di kemudian hari saya terbukti melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh perguruan tinggi batal saya terima.

Sukoharjo, 21 Juli 2024

Pembuat pernyataan,



MOTTO

"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah." (HR. Turmudzi)

"Tidak ada satu pun perjuangan yang tidak melelahkan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar, yaitu yang ketika ditimpa musibah mereka mengucapkan: Sungguh kita semua ini milik Allah dan sungguh kepada-Nya lah kita kembali." (QS. Al Baqarah: 155-156)

"Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena, 'Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya'." (QS. Al Baqarah: 286)

Belum mencapai impian bukan berarti Allah tidak memberi keadilan untuk hamba-Nya, karena 'Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui'." (QS. Al Baqarah: 216)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat serta kesempatan yang diberikan, sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Hasil penelitian yang sederhana ini saya persembahkan kepada:

1. Orang tua saya, yang telah memberikan kasih sayang, semangat, motivasi yang sangat besar sehingga saya bisa menyelesaikan kuliah saya di STIE SURAKARTA. Terimakasih atas doa dan dukungannya yang selalu dipanjatkan. Semoga dengan mendapat gelar ini, bisa membanggakan hati dan juga menebus segala jerih payah yang telah dikorbankan selama ini.
2. Dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi ibu Ari Susanti, S.Pt., M.M serta lainnya.
3. Teman teman R2 Manajemen STIE Surakarta angkatan 2020 yang berjuang bersama sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Teman-teman penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.
5. Diri sendiri, terimakasih telah berusaha dan bertahan hingga saat ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur atas kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayah, hingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, berkat rahmat Allah SWT penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Perilaku Konsumtif, Sosial Hedonisme dan Transaksi Cashless Terhadap Minat Menabung pada Generasi Muda di Desa Cemani”. Dengan segala keterbatasan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih sekaligus permohonan maaf jika dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, melalui tulisan ini saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Budi Istiyanto, S.E.,M.M.,M.H selaku ketua STIE Surakarta.
2. Bapak Aditya Liliyan, S.M.B., M.M selaku Wakil Ketua 1 STIE Surakarta.
3. Ibu Ari Susanti, S.PT., M.M selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi, yang telah memberikan pengarahan, petunjuk, serta perhatiannya dalam penyusunan skripsi.
4. Orang tua tercinta yang senantiasa mendukung dan mencurahkan kasih sayang serta doa untuk penulis.
5. Bapak Ibu dosen serta karyawan STIE Surakarta.
6. Generasi muda di desa Cemani yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Sukoharjo, Juni 2024

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	13
C. Kerangka Pikir	14
D. Hipotesis Penelitian	14

BAB III METODE PENELITIAN	17
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	17
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	17
C. Sumber Data Penelitian	17
D. Populasi dan Sampel.....	18
E. Teknik Pengumpulan Data	20
F. Definisi Operasional	21
G. Teknik Analisis Data	25
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
1. Deskripsi Obyek Penelitian	31
2. Uji Instrumen	34
3. Pembahasan	45
BAB V.....	49
PENUTUP.....	49
1. Kesimpulan	49
2. Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Transaksi E-commerce Berdasarkan Usia.....	1
Tabel 2. Nilai Transaksi Uang Elektronik (Mei 2021 – Mei 2023).....	3
Tabel 3. Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 4. Jumlah Penduduk Desa Cemani.....	19
Tabel 5. Skala Likert.	22
Tabel 6. Definisi Operasional.....	23
Tabel 7. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 8. Deskripsi Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	33
Tabel 9. Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	34
Tabel 10. Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	35
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif (X1).....	36
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Sosial Hedonisme (X2).....	36
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Transaksi Cashless (X3).....	37
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Menabung (Y)	37
Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas.....	38
Tabel 16. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	39
Tabel 17. Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 19. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda.....	41
Tabel 20. Hasil uji t.....	43
Tabel 21. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pikir	15
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Tabulasi Data

Lampiran 2. Hasil Olah Data

1. Uji Instrumen data
 - a) Uji Validitas
 - b) Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas
 - b) Uji Multikolinearitas
 - c) Uji Heteroskedastisitas
3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda Dan Uji Parsial (t)

ABSTRAK

MARA AYU INDAH 20120069. PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL HEDONISME DAN TRANSAKSI CASHLESS TERHADAP MINAT MENABUNG PADA GENERASI MUDA DI DESA CEMANI SUKOHARJO

Kemajuan teknologi yang memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda, dalam berperilaku konsumtif, gaya hidup hedonisme dan penggunaan uang elektronik menjadi salah satu latar belakang penelitian ini dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif, sosial hedonisme, dan transaksi cashless terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani Sukoharjo. Objek penelitian ini yaitu generasi muda di desa Cemani, Sukoharjo. Metode yang digunakan merupakan *Proportional Random Sampling*. Jumlah sampel terutama generasi yang tumbuh di era digital yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Analisis data menggunakan metode uji kualitas instrumen data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi perilaku konsumtif dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung, persepsi sosial hedonisme dalam penelitian ini berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat menabung, dan transaksi cashless berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung paa generasi muda di desa Cemani Sukoharjo.

Kata kunci : Persepsi Perilaku Konsumtif, Sosial Hedonisme, Transaksi Cashless dan Minat Menabung.

ABSTRACT

MARA AYU INDAH 20120069. THE INFLUENCE OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR, SOCIAL HEDONISM AND CASHLESS TRANSACTIONS ON THE INTEREST IN SAVING IN THE YOUNGER GENERATION IN CEMANI VILLAGE SUKOHARJO.

Technological advances which have a big influence on the younger generation, in consumer behavior, hedonistic lifestyles and the use of electronic money are one of the backgrounds for this research. This research aims to determine the influence of consumer behavior, social hedonism, and cashless transactions on the interest in saving among the younger generation in Cemani Sukoharjo village. The object of this research is the young generation in Cemani village, Sukoharjo. The method used is Proportional Random Sampling. The number of samples, especially the generation that grew up in the digital era, used in this research was 100 respondents. Data analysis uses data instrument quality testing methods, classical assumption testing, and hypothesis testing. The results of this study indicate that perceptions of consumer behavior in this study have a negative and insignificant effect on interest in saving, perceptions of social hedonism in this study have a negative and insignificant effect on interest in saving, and cashless transactions have a positive and significant effect on interest in saving among the younger generation in the village. Cemani Sukoharjo.

Keywords: Perception of Consumptive Behavior, Social Hedonism, Cashless Transactions and Interest in Saving.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi muda merupakan generasi kreatif dan inovatif yang memiliki hubungan erat dengan perkembangan teknologi informasi. Mereka tumbuh dalam era digital, sehingga memiliki akses yang lebih luas terhadap teknologi informasi dari pada generasi sebelumnya. Peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital merupakan ciri dari generasi millenial Budiati et al., (2018).

Namun teknologi informasi memiliki pengaruh besar terhadap generasi muda, terutama generasi yang tumbuh di era digital. Salah satunya adalah media sosial atau media digital. Melalui media sosial proses pembelian barang dan jasa secara online dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi *e-commerce*. Generasi muda dapat dengan mudah dan cepat membeli barang atau jasa secara online seringkali tanpa berpikir panjang.

Tabel 1. Jumlah Transaksi E-commerce Berdasarkan Usia

Usia	Persentase 2020	Persentase 2021	Persentase 2022
18-25 Tahun	29,3	23,3	23,2
26-35 Tahun	47,8	47,6	46,2
36-45 Tahun	18,8	23	23,5
46-55 Tahun	3,1	5,4	6,3
>55 Tahun	1	0,6	0,8

Jumlah	100	100	100
---------------	------------	------------	------------

Sumber : Data Sekunder diolah, 2023

Menurut sumber data dari Annur, (2023) terlihat dari laporan survei hasil kolaborasi Kredivo bersama Katadata Insight Center (KIC) yang bertajuk Perilaku Konsumen e-Commerce Indonesia 2023: Pemulihan Ekonomi dan Tren Belanja Pasca Pandemi. Tercatat, konsumen berusia 26-35 tahun atau generasi milenial masih menjadi penyumbang terbesar terhadap proporsi jumlah transaksi e-commerce sepanjang 2022 yaitu mencapai 46,2%. Meski demikian, trennya cenderung menurun dalam dua tahun terakhir. Begitu pula dengan konsumen berusia 18-25 tahun atau generasi X yang menjadi penyumbang kedua terbesar terhadap proporsi jumlah transaksi e-commerce pada tahun lalu. Namun, tren proporsi jumlah transaksi pada kelompok usia ini menurun dari 2020-2022.

Hal ini dapat mendorong generasi muda untuk sering berbelanja konsumtif. Belanja secara online dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan dan harga yang beragam dapat menghasilkan perilaku konsumtif Handayani & Nilasari, (2021). Generasi muda yang terperangkap dalam perilaku konsumtif seringkali mengeluarkan uang mereka hanya untuk membeli berbagai barang sesuai keinginan mereka, bukan kebutuhan, seperti handphone, pakaian, makanan, hiburan, dan sejenisnya Remiswal et al., (2021).

Perilaku konsumtif akan terus berkembang karena adanya faktor-faktor pemicu, termasuk gaya hidup. Hal ini sejalan dengan pandangan Muis et al.,

(2019) Gaya hidup *hedonisme* merupakan pola hidup seseorang dalam mengelola keuangan, dan menggunakan waktunya untuk mencari kesenangan semata. Oleh karena itu, perilaku *hedonisme* ini berkaitan dengan perilaku bersenang-senang.

Di zaman perkembangan teknologi ini bahkan untuk melakukan transaksi pembayaran saat ini dapat dilakukan dengan mudah melalui *smartphone*. Penggunaan pembayaran digital atau yang biasa disebut dengan transaksi *cashless*. Menurut Bank Indonesia, *Cashless* adalah suatu sistem pembayaran yang tidak menggunakan uang tunai, melainkan menggunakan instrumen pembayaran berbasis elektronik seperti kartu kredit, kartu debit, *mobile banking*, atau *e-money*. Penggunaan transaksi *cashless* yang membuat pembayaran lebih mudah dan cepat, Hal ini dapat membuat generasi muda lebih mudah melakukan pembelian online tanpa perlu membawa uang tunai.

Tabel 2. Nilai Transaksi Uang Elektronik (Mei 2021 – Mei 2023)

Periode	Nilai Transaksi Uang Elektronik
Jan 22	72,32 Triliun
Feb 22	68,29 Triliun
Mar 22	78,04 Triliun
Apr 22	89,05 Triliun
Mei 22	81,82 Triliun
Jun 22	85,82 Triliun
Jul 22	96,74 Triliun
Agust 22	100,58 Triliun
Sep22	98,55 Triliun
Okt 22	131,21 Triliun
Nov 22	132,41 Triliun
Des 22	142,97 Triliun
Jan 23	134,12 Triliun

Feb 23	126,29 Triliun
Mar 23	143,12 Triliun
Apr 23	152,56 Triliun
Mei 23	152,56 Triliun

(Sumber : Dataindonesia.id)

Nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp152,56 triliun pada Mei 2023. Dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya. Pada Mei 2022, nilai transaksi uang elektronik tercatat sebesar Rp81,82 triliun. Jika dilihat dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai transaksi uang elektronik mulai dari Januari 2022 samapai dengan Mei 2023 mengalami kenaikan, Data Indonesia, (2023).

Generasi muda sebagai bagian besar dari masyarakat sering menunjukkan perilaku konsumtif yang mengarah pada kebiasaan keuangan yang kurang baik, seperti kurangnya tabungan, investasi, perencanaan dana darurat, dan alokasi dana untuk masa depan Gunawan & Chairani, (2019) Oleh karena itu untuk menghindari efek negatif dari perilaku konsumtif bisa dilakukan dengan menabung, menghemat, atau melakukan investasi sesuai dengan penelitian Khoirunnas, (2017)

Pentingnya melakukan pengelolaan keuangan yang baik dan tepat pada generasi muda. Pengelolaan keuangan merupakan kegiatan mengatur keuangan mulai dari pendapatan dana sampai penggunaan dana. Pengelolaan keuangan dapat dilakukan dengan hal sederhana yaitu menabung untuk mengantisipasi hal hal yang tidak terduga dimasa mendatang. Perilaku keuangan generasi muda yang cenderung melakukan perilaku konsumtif, sosial *hedonisme* dan

sering kali menggunakan transaksi *cashless* inilah yang membuat generasi muda kurang minat menabung.

Pada penelitian Kholila, (2021) menyatakan bahwa variasi hubungan minat menabung dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan dipengaruhi oleh faktor lainnya. Beberapa penelitian sebelumnya telah memverifikasi adanya korelasi antara gaya hidup dan minat menabung. Syahrizani Sidadalogue (2019) menyimpulkan bahwa gaya hidup berdampak negatif, sementara beberapa literatur lain membenarkan bahwa gaya hidup dan minat menabung memiliki pengaruh yang positif Andespa, (2017).

Wahyuhana & Perdini, (2019) yang menemukan sebanyak 81% pengguna *e-wallet* dari bank menyukai sistem pembayaran *cashless*. Menurut Anrepa, (2021) Pandangan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan *e-wallet* secara sebagian berpengaruh terhadap niat untuk menabung. Fitur-fitur yang ada dalam *e-wallet* dapat membantu mengontrol pengeluaran dengan jumlah yang tetap, memungkinkan individu untuk melakukan pembayaran dengan tepat menggunakan *e-wallet*, dan secara keseluruhan memengaruhi minat dalam minat menabung.

Oleh karena itu penelitian ini dilakukan pada generasi muda di desa Cemani, karena objek penelitian di lokasi tersebut distribusinya cukup merata. Bisa dilihat dari demografi penduduk desa Cemani yang menurut data dari pemerintah desa Cemani pada 8 Juli 2022 mencapai 21.073 orang.

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas, peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut. Adapun judul yang dipilih yaitu "Pengaruh

Perilaku Konsumtif, Sosial *Hedonisme* dan Transaksi *Cashless* Terhadap Minat Menabung pada Generasi Muda di Desa Cemani”’.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat dirumuskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah perilaku konsumtif berpengaruh terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani?
2. Apakah sosial *hedonisme* berpengaruh terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani?
3. Apakah transaksi *cashless* berpengaruh terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah mengenai pengaruh perilaku konsumtif, sosial *hedonisme*, dan transaksi *cashless* terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh perilaku konsumtif terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sosial *hedonisme* terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis transaksi *cashless* terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani.
4. Untuk membantu membentuk kebiasaan finansial yang positif pada generasi muda di desa Cemani.

D. Manfaat Penelitian

Meskipun penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan tetapi peneliti mengharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberi manfaat sebagai:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi landasan untuk meningkatkan pemahaman tentang pengaruh perilaku konsumtif, sosial *hedonisme* dan transaksi *cashless* terhadap minat menabung pada generasi muda.

2. Manfaat Praktis

a. Manfaat bagi peneliti

Meningkatkan pemahaman dan penerapan pengetahuan yang diperoleh selama masa kuliah sekaligus sebagai pemenuhan dalam menyelesaikan tugas akhir.

b. Manfaat bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi generasi muda tentang pengaruh perilaku konsumtif, sosial *hedonisme* dan transaksi *cashless* terhadap minat menabung pada generasi muda.

c. Manfaat bagi akademis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya sebagai pengembangan ilmu atau sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan perilaku konsumtif, sosial *hedonisme* dan transaksi *cashless* terhadap minat menabung pada generasi muda.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Perilaku konsumtif

Membeli barang tanpa mempertimbangkan manfaatnya cenderung mendorong perilaku konsumtif pada seseorang Wahyuni et al., (2019). Perilaku konsumtif, seperti yang dikemukakan oleh Fikri, (2021), mencakup tindakan berlebihan dan tanpa perencanaan dalam mengonsumsi barang atau jasa, semata-mata untuk memenuhi kesenangan pribadi atau bahkan tanpa kebutuhan yang jelas. Akibatnya, tanpa pertimbangan, seseorang cenderung menghabiskan uang untuk berbagai keinginan yang tidak termasuk dalam kebutuhan sehari-hari Fikri, (2021).

Menurut penelitian Rahmawati & Mirati, (2022) perilaku konsumtif adalah tindakan berlebihan dan tidak terkendali dalam melakukan pembelian barang. Konsumsi merupakan aktivitas yang selalu menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Seperti yang disebutkan dalam karya Auskarni, (2021) dalam kehidupan modern, keinginan masyarakat untuk mengonsumsi barang nampaknya semakin terputus dari kebutuhan yang sebenarnya. Ini mengakibatkan perilaku konsumtif yang seringkali berlebihan, karena individu mencoba untuk

memperoleh kepuasan, meskipun bersifat sementara. Mujahidah, (2020) menyatakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif terdiri atas:

- a. Aspek pembelian yang berlebihan.
- b. Aspek pembelian tanpa berpikir dengan matang.
- c. Aspek pembelian untuk memenuhi keinginan.
- d. Aspek pembelian tanpa perencanaan.

Mujahidah, (2020) menyimpulkan bahwa indikator dari perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Mengutamakan pembelian barang keinginan dari pada kebutuhan.
- b. Membeli barang secara berlebihan.
- c. Membeli barang karena kemasan unik, lucu dan menarik.
- d. Membeli barang untuk menjaga tren dan gaya hidup agar selalu *up to date*.
- e. Membeli barang untuk meningkatkan status sosial.
- f. Membeli barang karena diskon dan bonus yang ditawarkan.

2. Sosial *Hedonisme*

Hedonisme adalah pendekatan gaya hidup yang menempatkan kebahagiaan dan kepuasan materi sebagai prioritas utama dalam kehidupan. Banyak generasi muda bersaing dan menginginkan tingkat kehidupan yang lebih mewah. Manusia berupaya mencapai tujuan ini, yang selanjutnya memberikan mereka kepuasan dan kesenangan Pulungan & Febriaty, (2018). Menurut pendapat Hasibuan, (2018), Gaya hidup *hedonisme* adalah pola hidup individu yang bertujuan mencapai kebahagiaan pribadi dengan

mewujudkan keinginan mereka tanpa memperhatikan manfaat atau pertimbangan lainnya.

Hedonisme adalah pandangan hidup yang meyakini bahwa mencari kenikmatan dan kesenangan materi adalah fokus utama dalam hidup. Bagi penganut pandangan ini, mencari kebahagiaan dan kesenangan menjadi tujuan utama kehidupan, tanpa memperhatikan apakah hal tersebut memberikan kebahagiaan kepada orang lain atau tidak. Mereka merasa bahwa karena hidup hanya sekali, maka mereka ingin mengalami semua nikmatnya hidup sebanyak mungkin Rohmanto Fajar, (2022).

Gaya hidup *hedonisme* adalah pola hidup di mana fokus utamanya adalah mencari kesenangan dalam hidup. Sebagian besar waktu dihabiskan di luar rumah, uang banyak digunakan untuk aktivitas hiburan, lebih suka berada di tengah keramaian perkotaan, sering mengeluarkan uang untuk membeli barang mewah demi memuaskan keinginan, dan cenderung mengikuti tren sosial serta ingin menjadi pusat perhatian. Dengan kata lain, gaya hidup *hedonisme* sangat terkait dengan pola konsumsi individu Sampoernno, (2021).

Wells & Tigert dalam karya yang dijelaskan oleh Sampoernno, (2021) telah mengembangkan metode pengukuran gaya hidup menjadi tiga indikator sebagai berikut:

- a. Aktivitas, yang mencakup tindakan nyata yang bisa diamati, seperti apa yang seseorang lakukan sehari-hari, apa yang mereka beli, dan bagaimana mereka menghabiskan waktu.

- b. Minat, yang mencerminkan tingkat ketertarikan individu terhadap objek, peristiwa, atau subjek tertentu, serta menekankan pada minat dan prioritas pribadi.
- c. Opini, yang merujuk pada pandangan pribadi seseorang yang dapat diungkapkan baik secara lisan maupun tertulis tentang bagaimana mereka memandang perilaku konsumtif dan gaya hidup.

3. Transaksi *Cashless*

Secara umum *cashless* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan transaksi keuangan yang tidak melibatkan uang tunai fisik, tetapi menggunakan metode pembayaran elektronik seperti kartu kredit, debit, transfer bank, atau teknologi nirkabel seperti ponsel atau perangkat lainnya. *Cashless* merujuk pada transaksi keuangan tanpa penggunaan uang tunai. Dalam upaya memperluas penggunaan sistem *cashless*, muncul konsep masyarakat tanpa uang tunai atau yang disebut sebagai *cashless society*.

Cashless mengacu pada transaksi keuangan yang tidak melibatkan uang tunai, termasuk logam dan kertas. *Cashless payment* adalah segala transaksi keuangan yang tidak menggunakan uang fisik, melainkan menggunakan sarana elektronik seperti Anjungan Tunai Mandiri (ATM), kartu debit, kartu kredit, serta teknologi tinggi seperti e-banking, *e-commerce*, atau *e-payment* Marlina et al., (2020).

Penerapan sistem pembayaran *cashless* memodernisasi sistem pembayaran konvensional yang sudah ada. Biasanya, dalam sistem

pembayaran konvensional dengan uang tunai, orang menukar uang kertas, uang logam, atau cek untuk mendapatkan barang dan jasa. Dengan adanya sistem pembayaran *cashless*, pembayaran dapat dilakukan melalui penggunaan aplikasi seperti dompet digital atau melalui kartu debit dan kredit, yang telah umum digunakan Banque France, (2018). Dalam penelitian Firmansyah & Susanti, (2023) Indikator transaksi *cashless* meliputi:

- a. Kemanfaatan
- b. Kemudahan
- c. Keamanan

4. Minat Menabung

Minat menabung adalah upaya dimana seseorang untuk menyisihkan uang dan digunakan dimasa yang akan datang Rumini et al., (2019). Tiyas, (2021) Menyimpulkan bahwa minat menabung adalah keinginan yang disertai keyakinan untuk merencanakan masa depan dengan mencari kepuasan dan mendapatkan manfaat yang diinginkan.

Menurut Amilia et al., (2018) Indikator pendukung yang menjadi acuan perilaku minat menabung diantaranya adalah:

- a. Menabung secara periodik.
- b. Membandingkan harga sebelum melakukan pembelian.
- c. Mengontrol pengeluaran.
- d. Memiliki cadangan uang.
- e. Berhemat.

- f. Menabung untuk menjamin masa depan
- g. Membeli barang yang dibutuhkan saja.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan untuk melengkapi referensi dalam pengembangan penelitian ini, maka peneliti mencantumkan dari beberapa hasil penelitian terdahulu diantaranya adalah:

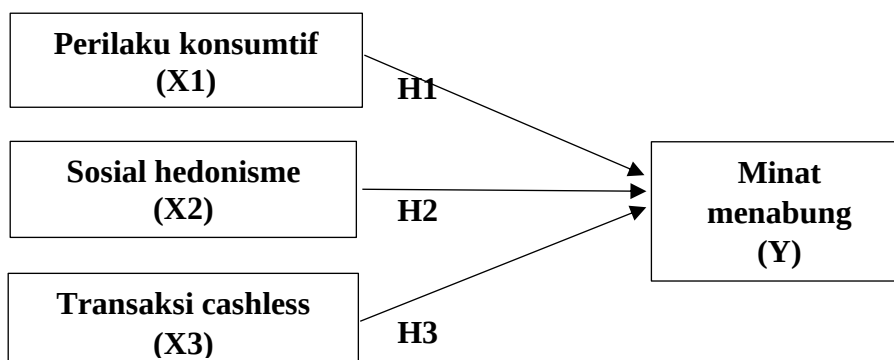
Tabel 3. Penelitian Terdahulu

No	Judul dan Penulis	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. Rahayu et al., (2021)	Perilaku Konsumtif (X1). Motivasi (X2). Kelompok Referensi (X3). Kualitas Layanan (X4) Keputusan menabung (Y)	Perilaku konsumtif, motivasi, kelompok referensi, dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.
2.	Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Kholila, (2021)	Gaya hidup konsumtif (X) Minat menabung (Y)	Menyatakan bahwa variasi hubungan minat menabung dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan dipengaruhi oleh faktor lainnya.
3.	Pengaruh Penggunaan <i>E-wallet</i> Terhadap Minat Menabung Di Perbankan Syariah Pada Mahasiswa Di Yogyakarta Anrepa, (2021)	Sikap terhadap perilaku menabung (X1). Norma subyektif (X2). Minat menggunakan <i>E-wallet</i> (X3) Niat menabung (X4) Minat menabung (Y)	Sikap terhadap perilaku menabung, minat menggunakan <i>E-wallet</i> , dan niat menabung berpengaruh positif terhadap minat menabung. Sedangkan norma subyektif tidak berpengaruh positif terhadap minat menabung.

4.	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Pada Bank Syariah. (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Aceh Besar) Nurhafifah, (2021)	Pengetahuan (X1) Pendapatan (X2) Lokasi (X3) Promosi (X4) Minat Menabung (Y).	Pengetahuan, Pendapatan, dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Sedangkan Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat menabung.
----	---	---	--

C. Kerangka Pikir

Konsep yang diterapkan dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pikir

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono, (2019), adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dan didasarkan pada bukti empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan dengan mempertimbangkan hasil penelitian terdahulu maka di ajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Minat Menabung

Pada penelitian Kholila, (2021) menyatakan bahwa variasi hubungan minat menabung dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif dan dipengaruhi oleh faktor lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu et al., (2021) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan untuk menabung. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap terhadap minat menabung pada generasi muda di Cemani.

2. Pengaruh Sosial *Hedonisme* terhadap Minat Menabung

Qur'ani, (2019) Menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Dengan kata lain, jika gaya hidup hedonisme meningkat, maka perilaku keuangan juga cenderung meningkat. Literatur lain menambahkan bahwa gaya hidup *hedonisme* dan minat menabung memiliki pengaruh yang positif Andespa, (2017). Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H2 : Sosial Hedonisme berpengaruh positif terhadap minat menabung pada generasi muda di Cemani.

3. Pengaruh Transaksi *Cashless* terhadap Minat Menabung

Wahyuhana & Per dini, (2019) yang menemukan bahwa 81% pengguna salah satu jenis *e-wallet* keluaran bank lebih menyukai sistem

pembayaran *cashless* sebagai metode pembayaran. Menurut Anrepa, (2021) Pandangan positif dan signifikan terhadap minat menggunakan e-wallet secara signifikan berpengaruh terhadap niat untuk menabung. Fitur-fitur yang ada dalam e-wallet dapat membantu mengontrol pengeluaran dengan jumlah yang tetap, memungkinkan individu untuk melakukan pembayaran dengan tepat menggunakan e-wallet, dan secara keseluruhan memengaruhi minat dalam minat menabung. Berdasarkan hal tersebut dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H3 : Transaksi *cashless* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada generasi muda di Cemani.

BAB V

PENUTUP

1. Kesimpulan

Berasarkan hasil analisis data pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan beberapa hal berikut :

- a. Persepsi perilaku konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani Sukoharjo.
- b. Persepsi sosial hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani Sukoharjo.
- c. Persepsi transaksi cashless berpengaruh signifikan terhadap minat menabung pada generasi muda di desa Cemani Sukoharjo.

2. Saran

Berikut ini adalah saran yang dapat penulis sampaikan selama penulis melakukan penelitian ini :

1. Bagi generasi muda di desa Cemani agar dapat mengelola keuangan dengan baik dan dapat meningkatkan minatnya dalam menabung.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya agar melakukan penelitian berkelanjutan dari penelitian ini dengan pemilihan jumlah sampel yang lebih luas, menambah subjek penelitian atas variabel lain yang belum diungkapkan ataupun tempat

penelitian yang berbeda, sehingga didapatkan beberapa pengaruh minat menabung yang nantinya akan menghasilkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., Bulan, T. P. L., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Melek Finansial , Sosialisasi Orang Tua , dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Bidik Misi Fakultas Ekonomi Universitas Samudra. *JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA*, 2(2), 97–107.
- Andespa, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 9(1), 18–28. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/aku/article/view/16812>
- Annur, C. M. (2023). *Transaksi E-commerce Konsumen Usia Tua Terus Meningkatkan Ketimbang Gen Z dan Milenial TEKNOLOGI & TELEKOMUNIKASI*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/22/transaksi-e-commerce-konsumen-usia-tua-terus-meningkat-ketimbang-gen-z-dan-milenial>
- Anrepa, S. J. (2021). Pengaruh Penggunaan E-Wallet Terhadap Mahasiswa di Yogyakarta. *Skripsi*, 1–141. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/29896>
- Ardianto, A. K. (2017). *Moderasi Gaya Hidup Konsumtif Dalam Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian (Kasus. 160*. Yogyakarta.
- Auskarni. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1–7.
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. www.freepik.com
- Data Indonesia. (2023). *Transaksi Uang Elektronik Naik Tipis pada Mei 2023*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ekonomi-digital/detail/transaksi-uang-elektronik-naik-tipis-pada-mei-2023>
- Direktorat Keluarga, Perempuan, Anak, P. dan O. K. P. J. (2021). *Indeks Pembangunan Pemuda Indonesia 2021* (B. Krisetya (ed.); 2021st ed.). Direktorat Keluarga, Perempuan, Anak, Pemuda dan Olahraga Kementerian PPN/Bappenas.
- Fikri, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Shopeepay Sebagai Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Feb Usu. *Jurnal Komunika*, 17(2), 1–11.
- Finaka, A. W., Nurhanisah, Y., & Devina, C. (2023). *Pemuda Dominasi Penduduk Indonesia*. Indonesiabaik.Id. <https://indonesiabaik.id/infografis/pemuda-dominasi-penduduk-indonesia>
- Firmansyah, G., & Susanti, A. (2023). Pengaruh Lifestyle Hedonisme, Kemampuan

- Finansial Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Penggunaan Transaksi Cashless Pada Generasi Milenial Di Surakarta. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 442–454. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.151>
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1(1), 76–86. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v1i1.3885>
- Handayani, R., & Nilasari, I. (2021). Effect Of Online Shopping On Consumtive Behavior In Pandemic Time Covid-19 (Case Study of Online Shopee ' s Millennial Generation Consumers). *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(8), 852–858. <https://turcomat.org/index.php/turkbilmat/article/view/2917>
- Hasibuan, M. F. (2018). Efektivitas Layanan Informasi Dengan Menggunakan Pendekatan Contextual Teaching and Learning Dalam Mengurangi Sikap Siswa Terhadap Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v4i1.1252>
- Khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa Di Kota Pekanbaru. *Jom Fisip*, 4(1), 1–15.
- Kholila, N. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Suska Riau Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. <https://repository.uin-suska.ac.id/53658/>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2020). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Co-Management*, 10.
- Muis, M., Taibe, P., & Adi. (2019). *Hubungan Harga Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Tidore Di Kota Makassar*. 1–9.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8 Makasar). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganan*, 1–18. <http://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970%0A>
- Nurhafifah, F. (2021). *Faktor - Faktor yang Memoengaruhi Minat Menabung pada Bank Syariah (Studi pada Masyarakat Kecamatan Kuta Baro Kabupaten Kediri)*.
- Nurmaeni, R., Hasanah, S., & Widowati, M. (2020). Analisis Pengaruh Hedonisme, Religiusitas, Motivasi, dan Promosi terhadap Keputusan Menabung pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Pt Bank Bri Syariah, Tbk Kantor Cabang Pembantu Majapahit Semarang). *Jurnal Tabarru: Islamic Banking and Finance*, 3(2), 303–312.

- Pemerintah Desa Cemani. (n.d.). *Pemerintah Desa Cemani*. Retrieved October 10, 2023, from <https://www.cemani.id/>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Qur'ani, N. M. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Dan Kepuasan Keuangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Makassar. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part J: Journal of Engineering Tribology*, 224(11), 122–130.
- Rahayu, M. A., Widowati, M., & Handayani, J. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>
- Rahmawati, G., & Mirati, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Remiswal, R., Kustati, M., Besral, B., Zainimal, Z., & Firman, A. J. (2021). The Influence of Hedonistic Culture to Minangkabau Juveniles' Social Behaviors in the Twenty-first Century. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 14(3), 465–481. <https://doi.org/10.1007/s40647-021-00319-5>
- Rohmanto Fajar, S. A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Publisitas*, 9(1), 40–48. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v9i1.156>
- Rumini, Sugiharto, B., & Kurniawan, A. (2019). The Moderating Effect Of Competitive Strategies On Intellectual Capital And Company Value In Banking Companies. *Accounting Research Journal Os Sutaatmadja (Accruals)*, 3(1), 92–105.
- Sampoernno, A. E. (2021). Pengaruh financial literacy , income , hedonism lifestyle , self- control , dan risk tolerance terhadap financial management behavior pada generasi milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen Volume 9 Nomor 3*, 9, 1002–1014.
- Tiyas, A. S. (2021). Pengaruh Motivasi Menabung Dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan). *Skripsi*, 5–24.
- Wahyuhana, A., & Perdini, I. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Cashless Terhadap Proses Keputusan Penggunaan Jenius Di Bandung Tahun 2018. *E-Proceeding of Management*, 6(1), 1609–1617. https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/files/148907/jurnal_eproc/

pengaruh-gaya-hidup-cashless-terhadap-proses-keputusan-penggunaan-jenius-di-bandung-tahun-2018.pdf

Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada Ibu Rumah Tangga Di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUISIONER PENELITIAN

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUISIONER

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi guna memenuhi syarat menyelesaikan studi program S1 di STIE Surakarta, peneliti:

Nama : Mara Ayu Indah

Program Studi : S1 Manajemen

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Perilaku Konsumtif, Sosial Hedonisme dan Transaksi Cashless Terhadap Minat Menabung Pada Generasi Muda di Desa Cemani Sukoharjo”**. Dengan ini, peneliti mohon partisipasi teman-teman untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang tersedia dalam kuesioner penelitian ini. Peneliti sangat menghargai partisipasi teman-teman sebagai responden dalam penelitian ini. Informasi yang teman-teman berikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Mengingat keberhasilan penelitian ini akan sangat bergantung kepada kelengkapan jawaban, dimohon dengan sangat agar teman-teman dapat memberikan jawaban dengan lengkap. Terimakasih atas kesediaan teman-teman yang telah mengisi kuesioner ini.

Hormat Saya

Mara Ayu Indah

KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF, SOSIAL *HEDONISME* DAN TRANSAKSI *CASHLESS* TERHADAP MINAT MENABUNG PADA GENERASI MUDA DI DESA CEMANI SUKOHARJO

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya

- a. Nama Responden
.....
- b. Usia Responden 15-39 Tahun
.....
- c. Pekerjaan Responden
.....
- d. Pendapatan per Bulan Responden
 1. 0 - Rp 1.000.000
 2. Rp. 1.000.001 – Rp 2.000.000
 3. $\geq$ Rp 2.000.000
- e. Domisili Responden
 1. Dukuh Gambiran
 2. Dukuh Jati
 3. Dukuh Turi
 4. Dukuh Candi
 5. Dukuh Cemani
 6. Dukuh Ngruki
 7. Dukuh Waringinrejo
- f. Pernah melakukan transaksi cashless minimal 1 kali (Pembayaran elektronik yang tidak melibatkan uang tunai. Contohnya menggunakan : Kartu kredit, debit, e-wallet atau transfer bank secara elektronik?
Ya

Jika jawaban anda Ya maka bisa melanjutkan untuk pengisian Kuisisioner.

DESKRIPSI JAWABAN

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Kurang Setuju (KS)	2
Tidak Setuju (TS)	1

B. DAFTAR PENYATAAN

1. Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	SS	S	N	TS
1.	Saya sering mengutamakan membeli barang keinginan dari pada kebutuhan pokok.				
2.	Saya sering membeli pakaian, tas, sepatu baru atau barang lainnya walaupun koleksi saya sudah banyak				
3.	Saya sering membeli produk hanya karna tampilannya menarik.				
4.	Saya sering membeli pakaian atau barang lain yang terbaru untuk selalu tampil modis dan sesuai dengan mode terkini				
5.	Saya cenderung membeli produk-produk dengan merek terkenal agar terlihat eksklusif dan bergengsi				

6.	Saya suka membeli barang hanya karena penawaran diskon atau penawaran buy one get one.				
----	--	--	--	--	--

2. Sosial Hedonisme

No	Pernyataan	SS	S	N	TS
1.	Saya sering menghabiskan waktu dan uang untuk pergi berlibur, berbelanja dll.				
2.	Saya lebih suka menghabiskan waktu untuk bersenang-senang dari pada hal-hal yang memerlukan usaha ekstra				
3.	Kesejahteraan dan kenikmatan pribadi adalah prioritas utama dalam hidup saya.				

3. Transaksi Cashless

No	Pernyataan	SS	S	N	TS
1.	Saya merasa transaksi cashless membuat pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien.				
2.	Saya merasa dengan transaksi cashless, membuat pembayaran lebih mudah dan praktis				
3.	Saya merasa lebih aman ketika bertransaksi tanpa uang tunai karena tidak perlu membawa banyak uang fisik.				

4. Minat Menabung

No	Pernyataan	SS	S	N	TS
1.	Saya menyisihkan sejumlah uang setiap bulan untuk ditabung.				

2.	Menurut saya membandingkan harga sebelum membeli sesuatu merupakan hal yang penting				
3.	Ketika saya mempunyai uang lebih, saya memutuskan untuk menabungnya.				
4.	Saya menyimpan uang untuk berjaga-jaga jika ada keperluan tak terduga.				
5.	Saya menabung untuk mencapai tujuan yang telah saya rencanakan.				
6.	Saya menabung terlebih dahulu untuk rencana dimasa yang akan datang (contoh: rencana jalan-jalan).				
7.	Saya hanya membeli barang-barang yang dibutuhkan saja.				

LAMPIRAN 2. IDENTITAS RESPONDEN

Nama	Usia	Pekerjaan	Pendapatan per bulan	Domisili
Vincentius de paula christian	24	Bekerja	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Ribka Christiani	30	Karyawan Swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Imelda	22	Karyawan swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
sri sekar tanjung	19	karyawan	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	Dukuh Waringinrejo
Diana ayu oktavia	23	Pegawai swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Astrit Natasha	24	Karyawan Swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Christina Cinta Agustin	18	karyawan swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Turi
Rafi rasyendria	21	karyawan	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	Dukuh Waringinrejo
Hannia	21	Karyawan swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Fitri Nur A	23	Karyawan	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Turi
RYANDANA GILANG	22	karyawan swasta	Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000	Dukuh Waringinrejo
Hendri	28	Swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Waringinrejo
Sisil	22	Buruh	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Turi
Yulia Irma Mahmuda	28	Karyawan Swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Cemani
Shyfa'un Mahmuddah	21	karyawan swasta	≥ Rp 2.000.000	Dukuh Jati