

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Empiris

Dibawah ini adalah tabel penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian milik penulis, diantaranya adalah:

**Table 2. 1 Tinjauan Empiris**

No	Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Penelitian		Hasil Penelitian
			Persamaan	Perbedaan	
1	Selsa Mada Pramudia Wardani dkk, 2022	<i>Impact and Role of Marketplace and Financial Literacy on Financial Control (Study on Generation Z in Surabaya City)</i> (Wardani et al., 2022).	Persamaan dari penelitian ini adalah menggunakan variabel literasi keuangan dan <i>the power of marketplace</i> serta sampel penelitian juga sama yaitu Generasi Z Kota Surabaya.	Tidak menggunakan variabel tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan, serta variabel <i>the power of marketplace</i> menjadi variabel independen.	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan dan fenomena <i>the power of marketplace</i> berpengaruh signifikan terhadap pengendalian keuangan Generasi Z Kota Surabaya.
2	Mega Noerman Ningtyas, 2019	Pentingnya Literasi Keuangan pada Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Marketplace (Ningtyas, 2019).	Menggunakan variabel literasi keuangan.	Tidak menggunakan variabel tingkat pendidikan, tingkat pendapatan. Sampel penelitian generasi milenial.	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa literasi keuangan dasar dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku generasi milenial

					terhadap penggunaan <i>marketplace</i> .
3	Nurul Ittaqullah, Rahmat Madjid, Nursaban Rommy Suleman	<i>The Impact Of Low Financial Literacy On Impulsive Buying In Online Marketplace</i> (Ittaqullah, Madjid and Suleman, 2020).	Menggunakan variabel tingkat kematangan literasi keuangan	Tidak menggunakan tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan <i>the power of marketplace</i> menjadi variabel independen Variabel dependennya adalah <i>Impulsif Buying Behavior</i> .	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa rendahnya literasi keuangan yang mana merujuk kepada perilaku pembelian impulsif di <i>marketplace</i>
4	Nafiatul Faiza Firdaus, Agus Budi Santoso	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pembelian Kompulsif pada Pengguna <i>Marketplace</i> di Kota Semarang (Faiza Firdaus <i>et al.</i> , 2023).	Terdapat variabel, literasi keuangan, tingkat pendidikan, dan pendapatan pada analisis deskriptifnya. Menggunakan <i>marketplace</i> sebagai variabel dependennya	Sampel yang digunakan adalah masyarakat di Kota Semarang	Pada hasil analisis deskriptifnya menyatakan bahwasanya literasi keuangan, tingkat pendidikan pendapatan berpengaruh pada pembelian kompulsif.
5	Ninik Mulyani	Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat terhadap Eksistensi <i>Marketplace</i> Dalam Perspektif	Terdapat tingkat pendapatan sebagai variabel independen. Menggunakan <i>the power of marketplace</i> sebagai variabel	Tidak terdapat variabel tingkat kematangan literasi keuangan, pendidikan sebagai variabel independennya	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh pada pola konsumsi masyarakat dengan

		Ekonomi Islam (Studi Kasus Desa Harapan Jaya Kecamatan Semendawa i Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu (Oku) Timur) (Mulyani, 2016).	dependen		maraknya fenomena <i>marketplace</i> .
6	Dewi Ronita, Tika Widiastuti	Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim dengan adanya fenomena <i>Marketplace</i> di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi) (Rionita and Widiastuti, 2020).	Menggunakan tingkat pendidikan dan tingkat pendapatan sebagai variabel independen. Menggunakan <i>the power of marketplace</i> sebagai variabel dependen	Tidak ada variabel tingkat kematangan literasi keuangan sebagai variabel independennya .	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya. Tingkat pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim terhadap fenomena <i>marketplace</i> yang menjamur di Surabaya.
7	W. Heni Puspita Sari	Pengaruh Pentingnya Literasi	Literasi keuangan sebagai	Tidak terdapat variabel tingkat	Pada hasil penelitian ini

		Keuangan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna <i>Marketplace</i> 'Shopee' di Indonesia)	variabel independen	pendidikan dan pendapatan sebagai variabel independennya	menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting serta berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian masyarakat terhadap <i>marketplace</i> .
8	Nurlaila Hanum	Analisa Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa terkait Fenomena <i>The Power of Marketplace</i> di Universitas Samudra di Kota Langsa (Hanum, 2017).	Menggunakan tingkat pendapatan sebagai variabel independen serta variabel <i>the power of marketplace</i> sebagai variabel dependennya	Tidak terdapat variabel tingkat pendidikan dan tingkat kematangan literasi keuangan sebagai variabel independennya	Tingkat pendapatan berpengaruh pada perilaku konsumsi mahasiswa terhadap eksistensi <i>marketplace</i> di Universitas Samudra di Kota Langsa.
9	Nauval Haiban Ginting	Analisis Hubungan Tingkat Pendidikan Dengan Perilaku Konsumsi Rumah Tangga dalam menyikapi eksistensi <i>Marketplace</i> di	Menggunakan tingkat pendidikan sebagai variabel independen.	Tidak menggunakan <i>the power of marketplace</i> sebagai variabel dependen. Menggunakan perilaku konsumsi sebagai variabel dependen.	Pada hasil penelitian ini menyatakan bahwa tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku konsumsi rumah tangga terkait eksistensi

		Indonesia (Ginting, 2022).			fenomena <i>marketplace</i> di Indonesia.
10	Saffanah Fausta Lamis, Putu Wuri Handayan i & Widia Resti Fitriani	<i>The Influence of Low Financial Literacy on Impulsive Buying in Online Markets</i> (Lamis, Handayani and Fitriani, 2022).	penelitian ini adalah menggunakan variabel literasi keuangan dan <i>marketplace</i>	Tidak terdapat variabel pendidikan dan pendapatan	Pada hasil penelitian ini menyatakan rendahnya literasi keuangan memicu terjadinya pembelian secara impulsif di <i>marketplace</i> .

## 2.2 Tinjauan Teoritis

### 2.2.1 *The Theory of Planned Behaviour*

Penjelasan mengenai teori ini berfokus terhadap persepektif yang mengacu kepada kepercayaan dimana hal tersebut dapat menjadi factor pendorong bagi individu untuk dapat melakukan tindakan yang spesifik. Dalam membuat sebuah kepercayaan dapat dilakukan dengan menggabungkan berbagai macam aspek seperti karakteristik, kualitas dan atribut terkait sebuah informasi yang mana dapat membentuk suatu tindakan dalam bertindak laku (Seni dan Ratnadi, 2017). Maka dari itu teori sesuai dengan penelitian ini meneliti faktor karakteristik dan kualitas tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan terhadap fenomena *the power of marketplace*. Ketiga faktor itu diteliti, apa akan mempengaruhi kehendak seseorang dalam berbelanja menggunakan *markeplace* yang dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan orang kemudian berdampak perubahan pada perilaku mereka yaitu dengan bertindak impulsif.

### 2.2.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan suatu ilmu pengetahuan dalam mewujudkan pemahaman terhadap konsep risiko, ketrampilan,

dan motivasi serta pemahaman yang dapat dijadikan acuan dalam membuat sebuah keputusan yang efektif serta efisien dalam konteks keuangan. Dengan adanya hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap peningkatan taraf kesejahteraan keuangan, baik bagi perseorangan ataupun masyarakat luas, serta dapat menjadi peluang untuk ikut serta dalam lingkungan masyarakat (Farinia Fianto *et al.*, 2017).

### **2.2.3 Pendidikan**

Pada kamus *Webster's New World Dictionary* dalam jurnal (Vinet and Zhedanov, 2019) menjelaskan bahwa pendidikan sebagai sebuah proses pengembangan dan pelatihan yang memiliki aspek pengetahuan, keterampilan dan kepribadian. Proses yang terjadi dalam kegiatan pendidikan yaitu berfokus kepada membuat sebuah ilmu pengetahuan baru serta penyaluran ilmu pengetahuan yang dilaksanakan oleh individu-individu ataupun kelompok organisasi belajar tingkat dasar, menengah, serta pendidikan tinggi. Maka dapat disimpulkan bahwasanya pendidikan merupakan proses pembentukan karakter seseorang atau sekelompok orang melalui pengajaran, pelatihan, mendidik perilaku dengan tujuan agar manusia tersebut memiliki pengetahuan, ketrampilan serta kepribadian yang baik didalam lingkungan masyarakat (Farinia Fianto *et al.*, 2017).

### **2.2.4 Pendapatan**

Menurut (Agustriyani, 2022) pendapatan merupakan hasil dari sebuah usaha atau ketersediaan barang dan jasa yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dalam kehidupan, dimana dengan adanya pendapatan maka seseorang dapat memenuhi kebutuhan sehari-harinya.

Berdasarkan rincian diatas, jenis pendapatan dapat dibagi menjadi 3, yaitu:

- a. Pendapatan uang yang merupakan seluruh penghasilan yang diterima dari usaha seseorang terkait jasa yang dimiliki, hasil dagang yang berwujud uang serta sifatnya regular.
- b. Pendapatan barang adalah hasil yang seluruh penghasilan yang diterima dari usaha seseorang terkait jasa yang dimiliki, hasil dagang yang berwujud barang serta sifatnya regular.
- c. Pendapatan yang bukan merupakan pendapatan adalah segala penerimaan yang bersifat transfer redistributif serta pada umumnya berdampak pada keuangan rumah tangga (Agustriyani, 2022).

Tingkat pendapatan seseorang cenderung akan mempengaruhi tingkat kesejahteraannya pula. Kenaikkan pendapatan adalah gambaran dari peningkatan kesejahteraan para pegawai. Apabila pendapatan yang dihasilkan rendah maka tingkat kesejahteraan para pegawainya pun juga rendah.

#### **2.2.5 Marketplace**

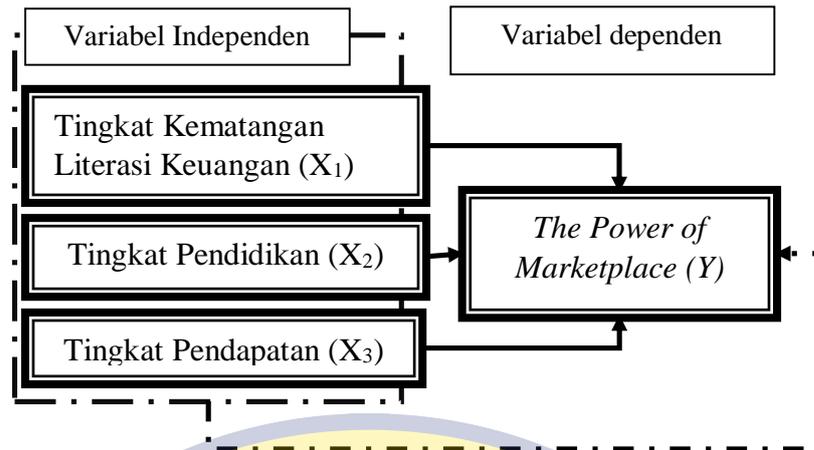
*Marketplace* (pasar daring) merupakan tempat transaksi yang menyediakan metode elektronik serta menjadi sarana dalam bertransaksi komersial, seperti jual beli barang, jasa, ataupun informasi secara *online* (Wardani *et al.*, 2022).

##### **2.2.5.1 The Power of Marketplace**

*The power of marketplace* adalah serangkaian kelebihan dari *Marketplace* yang meliputi gratis ongkir, *flash sale*, *display* produk yang menarik, diskon, serta kemudahan transaksinya yang bisa dilakukan hanya melalui *gadget* saja sehingga pengguna bisa belanja dengan mudah dan dimana saja tanpa harus pergi ke tokonya (Wardani *et al.*, 2022).

### **2.3 Kerangka Pemikiran**

Dengan adanya penelitian terdahulu yang telah dilakukan, peneliti mengkonsepkan model kerangka pemikiran penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran

**Keterangan:**

- : Pengaruh X terhadap Y secara Parsial
- .-> : Pengaruh X terhadap Y secara Simultan

## 2.4 Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil dugaan yang bersifat sementara dari sebuah penelitian (Ramadhan, 2021). Untuk mendapatkan jawaban sementara dari rumusan masalah yaitu dengan mengetahui dan mengutip hasil penelitian terdahulu. Berdasarkan rumusan masalah, kerangka pemikiran penelitian maka berikut perumusan hipotesis dari penelitian ini:

### 2.4.1 Pengaruh Tingkat Kematangan Literasi Keuangan terhadap *The Power of Marketplace*

*The Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwasanya karakteristik dan kualitas suatu aspek dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan sehingga membentuk tingkah laku seseorang. Hal ini berkaitan dengan aspek tingkat kematangan literasi keuangan yang menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi tingkah laku keuangan seseorang dengan adanya fenomena *the power of marketplace*. Berdasarkan penelitian (Wardani *et al.*, 2022) tingkat kematangan literasi keuangan berpengaruh terhadap fenomena *the power of marketplace*. Pada penelitian ini dijelaskan juga bahwa fenomena *the power of marketplace* ini juga berpengaruh pada pengendalian keuangan Generasi Z Kota Surabaya. Dalam penelitian tersebut menyatakan

semakin rendah tingkat kematangan literasi keuangan berarti akan semakin rendah juga kemampuan Generasi Z Kota Surabaya dalam menahan diri untuk impulsif terlebih dengan adanya fenomena *the power of marketplace* ini sendiri yang membuat mereka semakin tidak terkendali dalam melakukan pengendalian keuangan. Namun penelitian tersebut memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ningtyas, 2019) yang mana membahas mengenai literasi keuangan dasar dan literasi keuangan syariah generasi milenial tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap perilaku keuangan. Hal ini bermakna bahwasanya mereka sadar terkait keuangan tetapi enggan mempraktekkan perilaku keuangan yang lebih baik.

Kedua penelitian diatas menghasilkan hasil yang berbeda karena sampel penelitian mereka juga berbeda, namun yang lebih linear dengan penelitian ini adalah penelitian dari (Wardani *et al.*, 2022) dikarenakan sama sama menggunakan Generasi Z Kota Surabaya yang menjadi sampel penelitiannya. Dengan adanya kesimpulan dari penelitian terdahulu maka dapat disimpulkan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H1: Tingkat kematangan literasi keuangan berpengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **2.4.2 Pengaruh Tingkat Pendidikan terhadap *The Power of Marketplace***

*The Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwasanya karakteristik dan kualitas suatu aspek dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan sehingga membentuk tingkah laku seseorang. Hal ini berkaitan dengan aspek tingkat pendidikan yang menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi tingkah laku keuangan seseorang dengan adanya fenomena *the power of marketplace*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian dari (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) menyatakan tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap kasus pembelian kompulsif pada

pengguna *Marketplace*. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian milik (Ginting, 2022) yang berisikan tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku konsumsi rumah tangga. Maka dapat dilakukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H2: Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **2.4.3 Pengaruh Pendapatan terhadap *The Power of Marketplace***

*The Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwasanya karakteristik dan kualitas suatu aspek dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan sehingga membentuk tingkah laku seseorang. Hal ini berkaitan dengan aspek pendapatan yang menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi tingkah laku keuangan seseorang dengan adanya fenomena *the power of marketplace*. Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian dari (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) menyatakan tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap kasus pembelian kompulsif pada pengguna *Marketplace*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanum, 2017) yang berisikan tingkat pendapatan memiliki pengaruh pada perilaku konsumsi mahasiswa. Maka dapat dilakukan perumusan hipotesis sebagai berikut:

H3: Pendapatan berpengaruh terhadap *the power of marketplace*.

#### **2.4.4 Pengaruh Tingkat Kematangan, Literasi Keuangan Tingkat Pendidikan, Pendapatan Secara Simultan terhadap *The Power of Marketplace***

*The Theory of Planned Behaviour* menjelaskan bahwasanya karakteristik dan kualitas suatu aspek dapat mempengaruhi perspektif kepercayaan sehingga membentuk tingkah laku seseorang. Hal ini berkaitan dengan aspek tingkat kematangan literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan yang

menjadi faktor-faktor dalam mempengaruhi tingkah laku keuangan seseorang dengan adanya fenomena *the power of marketplace*. Berdasarkan penelitian (Wardani *et al.*, 2022) tingkat kematangan literasi keuangan berpengaruh terhadap fenomena *the power of marketplace*. Pada penelitian ini dijelaskan juga bahwa fenomena *the power of marketplace* ini juga berpengaruh pada pengendalian keuangan Generasi Z Kota Surabaya. Dalam penelitian tersebut menyatakan semakin rendah tingkat kematangan literasi keuangan berarti akan semakin rendah juga kemampuan Generasi Z Kota Surabaya dalam menahan diri untuk impulsif terlebih dengan adanya fenomena *the power of marketplace* ini sendiri yang membuat mereka semakin tidak tak terkendali dalam melakukan pengendalian keuangan.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif penelitian dari (Faiza Firdaus *et al.*, 2023) menyatakan tingkat pendidikan memiliki pengaruh terhadap kasus pembelian kompulsif pada pengguna *Marketplace*. Penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian milik (Ginting, 2022) yang berisikan tingkat pendidikan berpengaruh pada perilaku konsumsi rumah tangga dan penelitian milik (Hanum, 2017) menyatakan tingkat pendapatan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Berdasarkan penelitian – penelitian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Tingkat literasi keuangan, tingkat pendidikan dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap *the power of marketplace*.