

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, HEDONISME, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

Moch. Idris

21013010114/FEB/EA

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, HEDONISME, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi**



Oleh:

Moch. Idris

21013010114/FEB/EA

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, HEDONISME, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE PAYLATER PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA

Disusun Oleh :

MOCH. IDRIS
21013010114/FEB/EA

Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal : 13 Juni 2025

Pembimbing Utama



Dr. Hero Priono, S.E., M.Si., Ak., C.A., CMA
NIP. 196110111992031001

Tim Penguji
Ketua



Oryza Tannar, S.Ak., M.Acc., Akt.
NIP. 17119891213020

Anggota



Prof. Dr. Dra. Ec. Dwi Suhartini, M.Ak.CMA. CRP
NIP. 196812151994032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur



Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP.
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Moch. Idris
NPM : 21013010114
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 16 Juni 2025
Yang Membuat pernyataan


Moch. Idris
21013010114

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Literasi Keuangan, Hedonisme, dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater pada Generasi Z di Kota Surabaya**” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak yang telah membantu penulis baik secara langsung maupun tidak langsung sampai terselesainya penyusunan skripsi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika P, M.Si., CRP., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CFrA, CBV, CMA sebagai Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Tantina Haryati, S.E.,M.Aks. sebagai Koordinator Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Dr. Hero Priono, S.E., M.Si., Ak., C.A., CMA, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Drs. Ec. Muslimin M.Si, sebagai Ayah penulis yang telah berjuang keras, memberikan arahan, motivasi dan doa yang selalu menyertai setiap langkah penulis sehingga mendorong penulis untuk terus berjuang.
6. Ibu Ulaiah, sebagai Ibu penulis yang tak terhingga penulis sampaikan atas cinta, doa, dan ketulusan yang Ibu berikan tanpa pernah lelah. Sosok yang senantiasa mengingatkan untuk makan, menjaga kesehatan, serta merawat ketika penulis jatuh sakit. Dalam setiap lelah dan keraguan selalu hadir sebagai penyemangat yang tulus, memahami tanpa harus diminta, dan memberikan kasih sayang tanpa syarat yang menjadi kekuatan utama bagi penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Walid, Kak Puput, Mas Sifa, dan Mas Izam sebagai saudara penulis yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
8. Sahabat baik penulis, Abel yang tanpa lelah memberikan semangat juga motivasi, dan menjadi pendengar setia dalam setiap cerita, Adi yang selalu menemani penulis di tengah kepenatan, Amel yang selalu bersikap baik dan mampu menghibur penulis, Fajar yang dengan tulus selalu bersikap baik dan bersedia membantu penulis.
9. Kuarchives selaku rekan-rekan magang yang senantiasa memberikan semangat, motivasi, dan dukungan termasuk momen sederhana penuh makna seperti

memutar lagu "Ingatlah Skripsimu", membantu menyediakan aplikasi SPSS sebagai alat analisis data, hingga tulus menemani saat penulis merasa penat dan jenuh dalam menghadapi proses penyusunan skripsi.

10. Teman-teman seperjuangan penulis khususnya mahasiswa Program Studi Akuntansi angkatan 2021 yang menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis dan senantiasa memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap segala kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan di masa mendatang. Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 12 Juni 2025

Moch. Idris
NPM. 21013010114

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	15
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1. Penelitian Terdahulu	16
2.2. Landasan Teori.....	20
2.1.1. Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of planned behavior</i>).....	20
2.1.2. Literasi Keuangan	22
2.1.2.1. Pengertian Literasi Keuangan	22
2.1.2.2. Tingkatan Literasi Keuangan	23
2.1.2.3. Prinsip Dasar Literasi Keuangan.....	24
2.1.3. Hedonisme	25
2.1.3.1. Pengertian Hedonisme	25
2.1.3.2. Karakteristik Hedonisme.....	26
2.1.4. Media Sosial.....	27
2.1.4.1. Pengertian Media Sosial.....	27

2.1.4.2.	Fungsi Media Sosial.....	27
2.1.5.	Perilaku Konsumtif	28
2.1.6.	Shopee <i>Paylater</i>	29
2.3.	Kerangka Konseptual.....	30
2.3.1.	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada Generasi Z.....	30
2.3.2.	Pengaruh Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada Generasi Z.....	31
2.3.3.	Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee <i>Paylater</i> pada Generasi Z.....	32
2.4.	Hipotesis	35
BAB III		36
METODOLOGI PENELITIAN		36
3.1.	Jenis Penelitian.....	36
3.2.	Objek Penelitian.....	36
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.3.1.	Variabel Independen	37
3.3.1.1.	Literasi Keuangan	37
3.3.1.2.	Hedonisme	38
3.3.1.3.	Media Sosial.....	39
3.3.2.	Variabel Dependen.....	40
3.3.2.1.	Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee <i>Paylater</i>	40
3.3.3.	Pengukuran Variabel.....	41
3.4.	Populasi dan Sampel	41
3.4.1.	Populasi.....	41
3.4.2.	Sampel.....	42
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6.	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	45
3.6.1.	Teknik Analisis	45
3.6.1.1.	Uji Kualitas Data.....	46
3.6.1.1.1.	Uji Validitas.....	46
3.6.1.1.2.	Uji Reliabilitas	47

3.6.1.1.3. Uji Normalitas.....	47
3.6.1.2. Uji Asumsi Klasik.....	48
3.6.1.2.1. Uji Multikolineritas.....	48
3.6.1.2.2. Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.6.1.2.3. Uji Autokorelasi.....	50
3.6.2. Uji Hipotesis	50
BAB IV	53
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Deskripsi Data Penelitian.....	53
4.1.1. Karakteristik Responden	53
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.3. Hasil Penelitian	63
4.3.1. Uji Kualitas Data.....	63
4.3.1.1 Uji Validitas	63
4.3.1.2 Uji Reliabilitas	66
4.3.1.3 Uji Normalitas.....	67
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	70
4.3.2.1 Uji Multikolineritas.....	70
4.3.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda	73
4.3.4. Uji Hipotesis	74
4.3.4.1 Uji Parsial (Uji T)	74
4.3.4.2 Uji Kecocokan Model (Uji F)	75
4.3.4.3 Deskripsi Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.4. Pembahasan.....	78
4.4.1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z	78
4.4.2. Pengaruh Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z	80
4.4.3. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Z	81
BAB V	83

KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1. Kesimpulan	83
5.2. Keterbatasan Penelitian.....	84
5.3. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 - Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 - Karakteristik Responden berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 - Karakteristik Responden berdasarkan Literasi Keuangan perbulan.....	55
Tabel 4.4 – Rekapitulasi Jawaban Variabel Literasi Keuangan.....	57
Tabel 4.5 – Rekapitulasi Jawaban Variabel Hedonisme.....	58
Tabel 4.6 - Rekapitulasi Jawaban Variabel Media Sosial.....	60
Tabel 4.7 – Rekapitulasi Jawaban Variabel Perilaku Konsumtif.....	62
Tabel 4.8 – Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan	63
Tabel 4.9 – Hasil Uji Validitas Variabel Hedonisme.....	64
Tabel 4.10 – Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial	65
Tabel 4.11 – Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumtif	65
Tabel 4.12 – Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.13 – Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.14 – Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.15 – Hasil Uji Heteroskedastisitas	71
Tabel 4.16 – Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73
Tabel 4.17 – Hasil Uji Parsial (Uji T	74
Tabel 4.18 - Hasil Uji Kecocokan Model (Uji F)	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Metode Pembayaran Belanja Online Tahun 2024	3
Gambar 1. 2 Pengguna yang Melakukan dengan Paylater.....	4
Gambar 1. 3 Indeks Literasi Keuangan Tahun 2024.....	7
Gambar 4. 1 Normal P-Plot of Regression Standardized Residual.....	69
Gambar 4. 2 Hasil Uji Grafik Scatterplot	72

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, HEDONISME, DAN MEDIA SOSIAL
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER*
PADA GENERASI Z DI KOTA SURABAYA**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menguji dan membuktikan pengaruh literasi keuangan, hedonisme, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna Shopee Paylater pada Generasi Z di Surabaya. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi penelitian yaitu Generasi Z usia 15-29 tahun yang berdomisili di Kota Surabaya. Data dikumpulkan dari sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh 100 responden melalui kuesioner tertutup yang disebarakan melalui Google Forms. Variabel diukur dengan menggunakan skala likert dan dianalisis dengan metode regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, hedonisme, dan media sosial masing-masing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini sejalan dengan teori perilaku terencana, yang menyatakan bahwa persepsi individu dan pengaruh sosial berkontribusi terhadap keputusan konsumsi. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman perilaku konsumen dalam layanan keuangan digital dan menawarkan wawasan strategis dalam mengelola dampaknya di kalangan Generasi Z.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Hedonisme, Media Sosial, dan Perilaku Konsumtif