

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Telaah Pustaka

1. Grand Theory

a. *Theory Planed Behavior* (TPB)

Teori perilaku terencana atau TPB (*Theory Of Planned Behavior*), TPB awalnya dinamai *Theory of Reasoned Action* (TRA) dikemukakan oleh Ajzen dan Fishbein (1975, 1980) membuka jalan bagi *Teori Planned Behavior* oleh (Ajzen, 1991). Teori tindakan Ajzen dan Fishbein (1980) berpendapat bahwa perilaku ditentukan oleh keinginan seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan semua perilaku tertentu atau sebaliknya. Keinginan ditentukan oleh dua variabel independen yang termasuk dalam sikap dan norma subyektif.

Theory of Planned Behavior merupakan prediktor penting dari perilaku aktual. Sementara itu, niat perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor berikut:

1) Sikap

Pemeriksaan lebih lanjut dari konstruksi *Theory of Planned Behavior* menunjukkan bahwa sikap dipengaruhi oleh manfaat yang dirasakan dan persepsi risiko (Mehrens, Cragg & Mills, 2001, dalam Kumar, Bipul, 2012).

Ajzen (2001) mendefinisikan sikap (attitude) sebagai jumlah dari afeksi (perasaan) yang dirasakan seseorang untuk menerima atau menolak suatu objek atau perilaku dan diukur dengan suatu prosedur yang menempatkan individual pada skala evaluatif dua kutub, misalnya baik atau jelek, setuju atau menolak, dan lainnya. Engel Blackwell dan Miniard (1993) mengemukakan bahwa sikap menunjukkan apa yang konsumen sukai dan yang tidak disukai. Definisi sikap menggambarkan pandangan kognitif dari psikologi sosial yang terdiri dari: kognitif (pengetahuan), afektif (emosi dan perasaan) dan konatif (tindakan). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sikap adalah ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut.

2) Norma Subjektif

Norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan normatif dan kewajiban moral dan *Purchase Behavior Control* dipengaruhi oleh kekuatan kontrol dan kontrol keyakinan (Ajzen, 2002). Norma subyektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Ajzen, 1991). Norma subyektif merupakan fungsi dari

harapan yang dipersepsikan individu di mana satu atau lebih orang di sekitarnya (misalnya, saudara, teman sejawat) menyetujui perilaku tertentu dan memotivasi individu tersebut untuk mematuhi mereka (Ajzen, 1991).

3) Kontrol Perilaku

Ajzen (1991) mendefinisikan *Perceived Behavioral Control* sebagai kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku. *Perceived Behavioral Control* merefleksikan pengalaman masa lalu dan mengantisipasi halangan-halangan yang ada sehingga semakin menarik sikap dan norma subjektif terhadap perilaku, semakin besar *Perceived Behavioral Control* semakin kuat pula niat seseorang untuk melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Persepsi pengendalian perilaku memainkan peran penting dalam teori perencanaan perilaku.

Dalam penelitian ini *Theory Planned of Behavior* menjadi kajian teori utama, karena teori ini memiliki konstruk yang belum dimiliki oleh *Theory of Reasoned Action* yaitu konstruk kontrol perilaku persepsi (*Perceived Behavior Control*). Teori perilaku terencana dengan menambahkan faktor latar belakang individu seperti personal, sosial, dan informasi dapat mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang (Ajzen, 1991).

Oleh karena itu teori ini sesuai dengan penelitian yang meneliti mengenai literasi keuangan, gaya hidup, serta pendapatan terhadap perilaku keuangan yang berkaitan dengan perilaku dari subjek penelitian ini.

b. Teori Literasi Keuangan (*Financial Literacy Theory*)

Teori Literasi Keuangan merupakan pendekatan yang menyoroti pentingnya pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan individu dalam mengatur keuangan secara bijak demi mencapai kesejahteraan finansial dalam jangka panjang. Teori ini digunakan sebagai landasan untuk memahami sejauh mana pemahaman seseorang terhadap keuangan dapat memengaruhi perilaku ekonominya, seperti kebiasaan menabung, berinvestasi, serta pengelolaan risiko.

Menurut Huston (2010) Literasi keuangan didefinisikan sebagai menggunakan dan mengaplikasikan pengetahuan keuangan dalam mengambil keputusan untuk kesejahteraan finansial. Lusardi & Mitchell (2023) menemukan bahwa rendahnya literasi keuangan berhubungan dengan rendahnya perencanaan keuangan dan partisipasi investasi. Remund (2010) Mengklasifikasikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami, menganalisis, dan mengelola informasi keuangan. Ketiga dimensi tersebut saling berkaitan dan bersama-sama membentuk perilaku keuangan seseorang. Bagi Generasi Z, pemahaman yang baik mengenai

konsep keuangan serta sikap yang tepat terhadap uang menjadi faktor penting untuk mencegah perilaku konsumtif dan mendorong ketertarikan terhadap instrumen investasi, seperti tabungan emas di Pegadaian.

Generasi Z dikenal sebagai generasi digital yang tumbuh dengan akses informasi tinggi, namun sering kali kurang memiliki pengetahuan finansial yang memadai (OECD, 2020). Banyak di antara mereka terdorong oleh gaya hidup konsumtif, penggunaan layanan kredit digital, dan kurangnya pemahaman risiko keuangan. Dalam konteks ini, *Financial Literacy Theory* sangat relevan untuk:

- a) Menganalisis bagaimana tingkat pengetahuan finansial memengaruhi kepercayaan diri dalam berinvestasi.
- b) Menjelaskan hubungan antara gaya hidup konsumtif dan rendahnya minat investasi.
- c) Menyoroti pentingnya intervensi edukatif dalam meningkatkan kesadaran finansial Gen Z.

c. Teori Perilaku Konsumtif (*Consumer Behavior Theory*)

Teori Perilaku Konsumtif (*Consumer Behavior Theory*) menggambarkan proses serta berbagai faktor yang memengaruhi individu dalam membuat keputusan terkait pembelian dan penggunaan barang atau jasa. Perilaku konsumsi ini tidak hanya berkaitan dengan jenis produk yang dibeli, tetapi juga meliputi alasan di balik pembelian, waktu, cara, dan frekuensi pembelian

suatu produk (Kanuk, 2007).

Generasi Z cenderung memiliki gaya hidup konsumtif yang dipengaruhi oleh:

- a) Media sosial dan *influencer*, yang mendorong FOMO (*Fear of Missing Out*).
- b) Teknologi keuangan digital, seperti PayLater, yang memudahkan konsumsi instan.
- c) Branding dan gaya hidup hedonis, sebagai bentuk ekspresi identitas diri.

Menurut (Sulaiman, 2017) perilaku konsumtif muncul ketika seseorang membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan pokok, melainkan didorong oleh alasan emosional, sosial, atau simbolis. Dalam hal ini, Generasi Z kerap melakukan konsumsi sebagai bentuk pencarian status sosial, pengakuan, atau untuk memenuhi kebutuhan eksistensial mereka di media sosial.

Perilaku konsumtif dapat berdampak negatif terhadap:

- a) Kemampuan menabung dan investasi karena pengeluaran berlebihan mengurangi dana sisa.
- b) Prioritas keuangan jangka pendek vs jangka panjang konsumsi instan lebih menarik dibanding investasi jangka panjang.
- c) Rendahnya kesadaran risiko dan perencanaan keuangan karena fokusnya pada kepuasan emosional, bukan keberlanjutan finansial.

d. Teori persepsi Risiko (*Risk Preception Theory*)

Menurut Beur (1987) dalam penelitian yang dilakukan oleh (Tyas et al., 2025) Seorang profesor pemasaran di Harvard Business School merupakan tokoh yang pertama kali mengenalkan konsep persepsi risiko dalam konteks perilaku konsumen. Teori ini menguraikan bahwa individu membentuk persepsi terhadap risiko melalui kombinasi pengalaman pribadi, informasi yang diperoleh, serta faktor emosional. Dengan kata lain, semakin besar risiko yang dirasakan oleh seseorang, maka semakin rendah pula kecenderungannya untuk mengambil suatu tindakan. Menurut Beur (1987) ada dua dimensi poin penting dalam teori persepsi risiko ini, yaitu ketidakpastian dan konsekuensi.

- a) Ketidakpastian merujuk pada tingkat di mana seseorang merasa tidak yakin terhadap hasil atau konsekuensi dari suatu tindakan, serta terbatasnya informasi yang dimiliki individu mengenai risiko yang mungkin dihadapi.

Konsekuensi merujuk pada sejauh mana dampak atau akibat yang mungkin dialami oleh seseorang setelah mengambil atau melakukan suatu tindakan tertentu.

2. Literasi Keuangan

Menurut Chen & Volpe (1998) literasi keuangan adalah sebagai kemampuan mengelola keuangan agar hidup bisa lebih sejahtera di masa

yang akan datang. Bukan hanya sekedar pengetahuan untuk mengelola keuangan saja, namun juga dapat dilakukan dalam perilaku tiap individu untuk meningkatkan literasi keuangan.

Literasi keuangan (*finansial Literacy*) merupakan suatu keharusan bagi setiap individu agar terhindar dari masalah keuangan karena individu sering kali dihadapkan pada *trade off* yaitu situasi dimana seseorang harus mengorbankan salah satu kepentingan demi kepentingan lainnya. Menurut Robb & woodyard (2011) *finansial literacy* yang cukup akan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku keuangan seseorang, seperti mengatur atau mengalokasikan keuangannya dengan tepat.

Vitt et al (2000). Literasi keuangan juga harus dijalankan dengan konsistensi dari perilaku memiliki pengetahuan, pendidikan dan mampu memberitahukan mengenai pengelolaan uang dan aset, perbankan, investasi, kredit, asuransi dan pajak; konsisten dalam pemahaman konsep dasar pengelolaan uang dan aset yang dimiliki seseorang; konsistensi dalam menggunakan pengetahuan dan pemahaman untuk merencanakan dan implementasi keputusan keuangan yang diambil oleh seseorang.

a. Manfaat Literasi Keuangan

Literasi keuangan mempunyai sejumlah kegunaan dan kemanfaatan yang baik untuk tingkat kesejahteraan di masa mendatang. Manfaatnya berupa (Asiva Noor Rachmayani, 2015):

- 1) Mampu mengelola keuangan dengan baik

- 2) Semakin bijaksana menggunakan keuangan
- 3) Menghindari penipuan
- 4) Distribusi kekayaan merata

Dari manfaat yang telah dituliskan di atas dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, sehingga dapat di katakan semakin tinggi pengetahuan masyarakat tentang literasi keuangan maka semakin bijak masyarakat dalam menggunakan uang tersebut.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan

Nidar dan Bestari (2012) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan individu antara lain: personal demografi, karakteristik sosial dan ekonomi, pengalaman dalam hal pengelolaan keuangan, pendidikan keuangan, pendapatan status sosial, serta letak geografis Lusardi et al (2010) meneliti faktor yang mempengaruhi literasi keuangan antara lain: *sosiodemographic characteristic*, *family characteristic*, dan *peer characteristic*. Karakteristik sosial demografi merupakan bagian yang melekat pada individu dan mampu mempengaruhi individu untuk mengambil keputusan. Karakteristik sosial demografi merupakan ciri yang menggambarkan perbedaan masyarakat berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, agama, suku, ras, jenis keluarga, status perkawinan, jumlah pendapatan, dan status sosial (Idris et al., 2023).

c. Indikator Literasi Keuangan

Indikator literasi keuangan dari beberapa peneliti sebelumnya salah satunya dari Chen & Volpe (1998) yaitu :

- 1) literasi rendah, jika nilai tingkat literasinya kurang dari Tingkat 60%.
- 2) Tingkat literasi sedang, jika nilai tingkat literasinya 60%-80%.
- 3) Tingkat literasi tinggi, jika memiliki tingkat literasi lebih dari 80%.

d. Golongan Tingkat Literasi Keuangan

Literasi keuangan dapat digolongkan ke beberapa kategori. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2016) tingkat literasi keuangan digolongkan menjadi 4 yaitu :

1) *Well Literate*

yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

2) *Sufficient literate*

Yaitu memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.

3) *Less literate*

Yaitu hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa

keuangan, produk dan jasa keuangan.

4) *Not literate*

tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan (Afifah et al., 2021).

3. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari-hari yang tercermin dan menjadi kebiasaan, pola pikir, pilihan, dan aktivitas yang dilakukan secara rutin. Gaya hidup mencakup berbagai aspek mulai dari cara berpakaian, pola makan, aktivitas fisik, cara bersosialisasi, hingga penggunaan teknologi dan waktu luang (Mardani et al., 2024).

Gaya hidup menurut Kotler Keller (2012) yaitu pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat. Pengertian Gaya Hidup, Menurut Blackwell (2012) definisi gaya hidup adalah sebagai berikut, “*people’s patterns of living and spending time and money that reflect their interests, activities and opinions.*” (Pola hidup dan pengeluaran waktu dan uang seseorang yang mencerminkan minat, aktivitas, dan pendapat mereka). Gaya hidup seseorang menentukan pengelolaan keuangannya (Eldista, Sulistiyo, & Hisamuddin, 2020).

b. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Bergaul dan bersosialisasi dalam lingkungan yang sederhana dapat mengurangi dorongan untuk mengikuti gaya hidup melebihi kapasitas keuangan pribadi, karena faktor internal yang kuat dan dukungan eksternal yang positif (Mardani et al., 2024).

c. Indikator Gaya Hidup

Menurut Sumarwan (2011: 58), pengukuran secara psikografik adalah suatu indikator untuk mengukur gaya hidup yang memberikan pengukuran secara kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang besar. Berikut indikator gaya hidup :

1) Aktivitas (*Activities*)

Aktivitas merupakan cara konsumen memanfaatkan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Yang artinya kegiatan adalah berkaitan dengan pernyataan apa yang harus dikerjakan konsumen, kegiatan apa yang dilakukan konsumen ketika memanfaatkan waktu luang, serta berbagai macam aktivitas lainnya. Walaupun kegiatan dapat diamati, namun jarang dapat diukur secara langsung.

2) Minat (*interest*)

Minat dapat berkaitan dengan kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam kehidupan konsumen. Yang artinya minat merupakan konsumen menganggap kepada sesuatu hal yang menarik untuk memanfaatkan waktu dan mengeluarkan beberapa uang. Disisi lain juga minat berkaitan dengan obyek, peristiwa, atau

topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus menerus bagi konsumen. Sehingga minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

3) Opini (*Oponion*)

Opini didefinisikan sebagai pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu tertentu (isu secara global, lokal, ekonomi, dan sosial). Opini digunakan untuk mendeskripsikan, penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa yang akan datang dan penimbangan konsekuensi yang memberikan atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif (Puspita, 2022)

4. Pendapatan

Menurut (Giang, 2013) pendapatan adalah uang yang diperoleh seseorang atau anggota keluarga yang bersusah payah melakukan kerja. Menurut Winardi (2012:25) Pendapatan menunjukkan seluruh uang atau hasil material lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu pada suatu kegiatan ekonomi.

Sedangkan menurut Firdausa (2012:71) dengan kata lain pendapatan dapat juga diuraikan sebagai keseluruhan penerimaan yang diterima pekerja, buruh atau rumah tangga baik berupa fisik maupun non fisik selama ia melakukan pekerjaan pada suatu perusahaan instansi atau

pendapatan selama ia bekerja atau berusaha.

a. Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan

Menurut Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 101/PMK.010/2016 mengenai penyesuaian Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP), batas PTKP di Indonesia ditetapkan sebesar Rp 54 juta per tahun. Ini berarti, individu dengan pendapatan bulanan sebesar Rp 4.500.000 atau lebih rendah, tidak akan dikenakan pajak penghasilan.

Sedangkan menurut Boediono (2012) pendapatan seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- 1) Banyaknya faktor produksi yang dimiliki yang bersumber dari tabungan dan warisan atau hadiah tahun ini
- 2) Harga satuan untuk setiap faktor produksi, harga ini ditentukan oleh penawaran dan permintaan di pasar atas faktor produksi tersebut
- 3) Hasil kegiatan anggota keluarga sebagai kerja sampingan.

b. Jenis-jenis pendapatan

Menurut Kusnadi (2000:19) pendapatan dibagi menjadi dua bagian yaitu:

1) Pendapatan Operasional

Pendapatan Operasional merupakan pendapatan yang timbul dari proses terjadinya bisnis, dapat diketahui bahwa pendapatan perusahaan bersifat normal sesuai dengan tujuan dan

usaha perusahaan.

2) Pendapatan Non-Operasional

Pendapatan yang berasal dari aktivitas di luar kegiatan utama perusahaan, seperti pendapatan bunga, sewa, atau deviden.

c. Indikator pendapatan

Pendapatan yang diperoleh adalah dalam bentuk uang, dimana uang merupakan alat pembayaran dan alat penukaran dalam (Huda & Ismawardi, 2020). Menurut Tuturoong, Sondakh, dan Tangkuman (2021) pendapatan merupakan aliran masuk aktiva yang timbul dari penyerahan barang atau jasa yang dilakukan oleh suatu unit usaha selama periode tertentu.

5. Minat Investasi Tabungan Emas

Safitri dan Marjan (2024) menyatakan bahwa tabungan emas merupakan investasi berisiko rendah yang dilakukan secara langsung tanpa perantara. Investor dapat membeli portofolio investasi emas secara langsung, menjadikannya pilihan yang aman dan minim risiko dibandingkan dengan instrumen investasi lainnya.

Menurut Nazmi dan Pinem (2023) dalam jurnal Akselerasi, minat investasi tabungan emas dipengaruhi oleh kualitas layanan digital, kemudahan penggunaan, dan konsistensi aplikasi digital *service* pada Pegadaian. Meskipun secara parsial layanan digital tidak berpengaruh signifikan, namun secara simultan, kemudahan dan konsistensi penggunaan aplikasi memengaruhi minat investasi tabungan emas.

a. Faktor yang Mempengaruhi Minat Investasi Tabungan Emas

(Nisa et al., 2024) menyebutkan beberapa faktor yang mungkin mempengaruhi minat masyarakat terhadap produk tabungan emas meliputi:

1) Kesadaran dan Pemahaman Masyarakat Tentang Produk

Tingkat pengetahuan masyarakat mengenai keuntungan dan cara kerja tabungan emas dapat mempengaruhi minat mereka untuk berpartisipasi dalam produk ini. Sosialisasi yang dilakukan Pegadaian dan pemahaman masyarakat terhadap investasi emas menjadi kunci utama.

2) Kemudahan Akses dan Pelayanan

Fasilitas dan aksesibilitas pelayanan Pegadaian, baik secara fisik melalui kantor cabang maupun digital melalui aplikasi *online*, dapat berpengaruh terhadap keputusan masyarakat untuk menggunakan produk ini.

3) Kondisi Ekonomi dan Kemampuan Finansial Masyarakat

Daya beli masyarakat dan ketersediaan dana untuk diinvestasikan juga menjadi faktor penting. Jika masyarakat memiliki penghasilan yang cukup, mereka mungkin lebih cenderung menggunakan tabungan emas sebagai sarana investasi.

4) Presepsi terhadap Keamanan dan keuntungan Investasi Emas

Emas dikenal sebagai aset yang aman dari inflasi, namun persepsi masyarakat lokal mengenai risiko dan keuntungan dari

investasi ini akan memengaruhi minat mereka. Pegadaian perlu memastikan bahwa produk ini dipersepsikan sebagai instrumen investasi yang aman dan menguntungkan.

5) Kepercayaan terhadap Lembaga Keuangan

Kepercayaan masyarakat terhadap Pegadaian sebagai lembaga keuangan resmi juga sangat mempengaruhi minat mereka dalam memilih produk tabungan emas. Reputasi Pegadaian dan hubungan baik dengan masyarakat lokal akan menjadi faktor penting dalam meningkatkan partisipasi nasabah.

b. Jenis Investasi Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan pembelian dan penjualan emas dengan fasilitas titipan dengan harga yang terjangkau. Artinya, Anda sebagai nasabah membeli sejumlah emas kemudian menitipkannya ke Pegadaian. Setelah mencapai jumlah tertentu anda bisa mencetak atau menjual emas yang anda miliki (Indah Lestari & Panjaitan, 2019).

Sistem tabungan emas berbeda dengan sistem tabungan pada umumnya, karena tabungan emas lebih berfokus pada nominal saldo gram emasnya bukan nominal jumlah dana yang ditabungkan oleh nasabah. Adapun istilah tabungan emas hanyalah nama produk yang tujuannya untuk mempermudah pemasaran kepada masyarakat, serta mempermudah masyarakat untuk memiliki emas secara bertahap (Khaerul Aqbar et al., 2020).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Minat Investasi. Hasil dari penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama sama meneliti literasi keuangan dan gaya hidup terhadap minat investsi. Perbedaan dari penelitian ini adalah penambahan satu variabel yaitu pendapatan sesuai dengan saran dari peneliti sebelumnya (Yuniasari et al., 2024).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal, Variabel perilaku keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi pada mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal, variabel gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi pada mahasiswa Universitas Panca Sakti Tegal. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan

variabel literasi keuangan dan gaya hidup serta sama-sama meneliti kalangan Gen Z. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu, peneliti menambahkan satu variabel yaitu variabel pendapatan sesuai dengan saran dari peneliti sebelumnya (Wahyudi, 2025).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi dalam emas. Variabel pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti pendapatan, literasi keuangan, menggunakan metode yang sama yaitu *angket* penelitiannya sama meneliti minat investasi tabungan emas di Pegadaian. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menambahkan satu variabel sesuai dengan saran dalam penelitian yaitu menambahkan variabel gaya hidup (Mulyadi & Susanti, 2024).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Kota Dki Jakarta. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan yang signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta. pendapatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta. Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti literasi keuangan Gen Z, pendapatan, dan gaya hidup. Serta sama meneliti generasi muda. Perbedaan dari penelitian ini adalah menggunakan metode yang berbeda (Nurhayati & Harianti 2023).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Digitalisasi, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Emas Melalui PT Pegadaian (Studi Kasus pada Generasi Z di Jabodetabek). Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Menabung Emas (Y) dan variabel ini tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan “Gaya Hidup (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung emas pada Generasi Z (Y) melalui PT Pegadaian” ditolak. Literasi Keuangan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Menabung Emas (Y) dan variabel ini berpengaruh signifikan secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan “Literasi Keuangan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung emas pada Generasi Z (Y) melalui PT Pegadaian” diterima. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti gaya hidup dan literasi keuangan, serta tempat penelitian yang sama di Pegadaian. Serta target penelitian sama yaitu Gen Z. Perbedaan dari penelitian ini yaitu menambahkan satu

variabel sesuai dengan saran peneliti yaitu variabel pendapatan (Handayani & Marbun, 2023).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Saat Pandemi Pada Pt. Pegadaian Unit Pembantu Cabang Lovina. Hasil dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa Literasi keuangan dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan dan pendapatan maka akan meningkatkan keputusan investasi. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di saat pandemi pada PT. Pegadaian UPC Lovina. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi seseorang maka semakin baik juga keputusan investasi yang diambil. Pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di saat pandemi pada PT. Pegadaian UPC Lovina. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi seseorang maka semakin baik juga keputusan investasi yang diambil. Pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di saat pandemi pada PT. Pegadaian UPC Lovina. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi juga keputusan investasi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama sama meneliti sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dan pendapatan. Serta memiliki persamaan variabel Y yaitu keputusan

investasi emas di Pegadaian. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian yang berbeda sesuai dengan saran peneliti (Wanda Ayu Rasari & Endang Wulandari, 2024).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung telah memiliki literasi keuangan dengan kategori baik, namun pengetahuan mengenai asuransi harus lebih ditingkatkan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung memiliki minat investasi dengan kategori sangat baik artinya mahasiswa memiliki minat yang besar untuk berinvestasi, namun minat mahasiswa untuk mencari informasi mengenai investasi perlu ditingkatkan. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi dengan kategori sangat baik artinya mahasiswa memiliki minat yang besar untuk berinvestasi, namun minat mahasiswa untuk mencari informasi mengenai investasi perlu ditingkatkan. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investatsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka semakin baik pula minat investasinya. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan serta sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat investasi. Perbedaan dalam penelitian ini yaitu menambahkan variabel pendapatan dan gaya hidup sesuai dengan saran

dari peneliti (Gunawan et al., 2022).

Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dengan judul Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap *Lifestyle* Nasabah Investasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan. Hasil dari penelitian tersebut dapat di simpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Lifestyle nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dan meneliti di PT Pegadaian. Perbedaan dari penelitian ini yaitu menambahkan dua variabel yaitu variabel gaya hidup dan pendapatan sesuai dengan saran peneliti sebelumnya (Pakpahan et al., 2023).

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, dan Judul	Hasil Penelitian	Persamaan & perbedaan
1.	Mulyadi & Susanti, (2024) “Pengaruh Pendapatan, Pengetahuan Investasi, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas Di Pegadaian Pada Gen Z Di Wilayah Solo Raya”.	Variabel pendapatan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat investasi dalam emas. Variabel pengetahuan investasi memiliki pengaruh yang signifikan. Variabel literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan	Persamaan: sama-sama meneliti pendapatan, literasi keuangan, menggunakan metode yang sama yaitu angket penelitiannya sama meneliti minat investasi tabungan emas di Pegadaian. Perbedaan: menambahkan satu variabel sesuai dengan saran dalam penelitian yaitu menambahkan variabel gaya hidup.
2.	Nurhayati &	Literasi keuangan	Persamaan: sama-

	Harianti (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z Kota Dki Jakarta”.	memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta. pendapatan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta. Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Berinvestasi Gen Z di DKI Jakarta.	sama meneliti literasi keuangan Gen Z, pendapatan, dan gaya hidup. Serta sama meneliti generasi muda. Perbedaan: menggunakan metode yang berbeda.
3.	Handayani & Marbun (2023) “Pengaruh Digitalisasi, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Emas Melalui PT Pegadaian (Studi Kasus pada Generasi Z di Jabodetabek)”.	Gaya Hidup (X2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Menabung Emas (Y) dan variabel ini tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H2 yang menyatakan “Gaya Hidup (X2) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung emas pada Generasi Z (Y) melalui PT Pegadaian” ditolak.. Literasi Keuangan (X3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Minat Menabung Emas	Persamaan: sama-sama meneliti gaya hidup dan literasi keuangan, serta tempat penelitian yang sama di Pegadaian. Serta target penelitian sama yaitu Gen Z. Perbedaan: menambahkan satu variabel sesuai dengan saran peneliti yaitu variabel pendapatan.

		(Y) dan variabel ini berpengaruh signifikan secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 yang menyatakan “Literasi Keuangan (X3) berpengaruh signifikan terhadap minat menabung emas pada Generasi Z (Y) melalui PT Pegadaian” diterima.	
4.	Wanda Ayu Rasari & Endang Wulandari (2024) “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi Emas Di Saat Pandemi Pada Pt. Pegadaian Unit Pembantu Cabang Lovina”.	Literasi keuangan dan pendapatan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan investasi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi keuangan dan pendapatan maka akan meningkatkan keputusan investasi. Literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di saat pandemi pada PT. Pegadaian UPC Lovina. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik literasi seseorang maka semakin baik juga keputusan investasi yang diambil. Pendapatan secara parsial	Persamaan: sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dan pendapatan. Serta memiliki persamaan variabel Y yaitu keputusan investasi emas di Pegadaian. Perbedaan: menggunakan metode penelitian yang berbeda sesuai dengan saran peneliti.

		berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan investasi emas di saat pandemi pada PT. Pegadaian UPC Lovina. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi juga keputusan investasi.	
5.	Gunawan et al., (2022) “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung”.	Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung telah memiliki literasi keuangan dengan kategori baik, namun pengetahuan mengenai asuransi harus lebih ditingkatkan. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung memiliki minat investasi dengan kategori sangat baik artinya mahasiswa memiliki minat yang besar untuk berinvestasi, namun minat mahasiswa untuk mencari informasi mengenai investasi perlu ditingkatkan. Literasi keuangan berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas	Persamaan: sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan serta sama-sama menggunakan variabel Y yaitu minat investasi Perbedaan: menambahkan variabel pendapatan dan gaya hidup sesuai dengan saran dari peneliti.

		Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung. Semakin baik literasi keuangan mahasiswa maka semakin baik pula minat investasinya.	
6.	Pakpahan et al., (2023) “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap <i>Lifestyle</i> Nasabah Investasi Cicil Emas Bank Syariah Indonesia Di Kota Medan”	Literasi Keuangan Syariah secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>Lifestyle</i> nasabah cicil emas Bank Syariah Indonesia di Kota Medan.	Persamaan sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan dan meneliti di PT Pegadaian. Perbedaan menambahkan dua variabel yaitu variabel gaya hidup dan pendapatan sesuai dengan saran peneliti sebelumnya.
7.	(Yuniasari et al., 2024) “Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi”	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang. Perilaku keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat investasi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.	Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama- sama meneliti literasi keuangan, gaya hidup terhadap minat investasi Perbedaan: menambahkan satu variabel yaitu pendapatan sesuai dengan saran dari peneliti terdahulu.
8.	(Wahyudi, 2025) “ Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku	Variabel literasi keuangan berpengaruh	Persamaan: sama-sama menggunakan

Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme Dan Kontrol Diri Terhadap Keputusan Investasi Pada Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal”	terhadap keputusan investasi pada Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal, variabel perilaku keuangan berpengaruh terhadap keputusan investasi Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal, variabel gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh terhadap keputusan investasi pada Mahasiswa Universitas Pancasakti Tegal.	variabel literasi keuangan dan gaya hidup serta sama-sama meneliti kalangan Gen Z. Perbedaan: peneliti menambahkan satu variabel yaitu variabel pendapatan sesuai dengan saran dari peneliti sebelumnya.
---	---	--

C. Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Investasi Tabungan

Emas

Menurut Remund (2010) literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk memahami dan menggunakan informasi keuangan. Ini mencakup empat aspek utama: pengetahuan dasar keuangan, kemampuan mengelola keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan, dan kemampuan untuk merencanakan keuangan masa depan. (Dai & Suryanto, 2019). Oleh karena itu teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atas dasar *factor percieved behavior control* yang menunjukkan kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan

pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen,1991).

Dengan literasi keuangan yang baik, siapa pun dapat membuat rencana keuangan yang baik, mengelola keuangan mereka, dan mengidentifikasi masalah keuangan seperti utang yang berlebihan atau penipuan (Yushita, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi et al., (2023) Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat investasi tabungan emas. Selain itu hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wanda Ayu Rasari & Endang Wulandari (2024) literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan.

H1: Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas

Menurut Anggraini, 2022 gaya hidup membentuk tingkah laku seseorang dalam pengeluaran keuangan dan menggunakan waktunya. Gaya hidup muncul karena adanya keterbatasan uang dan waktu, di mana seseorang dengan uang yang terbatas akan memilih produk dan jasa yang murah. Serta mencari alternatif lain guna mendapatkan penghasilan lebih, Maka dari itu Gaya Hidup menjadi pertimbangan responden dalam berinvestasi.

Gaya hidup menurut Kotler (2002:192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan

lingkungannya. Menurut Adler (1929) Gaya hidup (*style of life*) adalah karakter dasar seseorang yang terbentuk sejak masa kanak-kanak dan menentukan cara individu merespons tugas-tugas kehidupan seperti persahabatan, cinta, dan pekerjaan.

Oleh karena itu teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atas dasar *factor percieved behavior control* yang menunjukkan kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen,1991). Dalam penelitian yang diteliti oleh Handayani & Marbun (2023) gaya hidup memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat investasi emas.

H2: Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat investasi tabungan emas.

3. Pengaruh Pendapatan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas

Pendapatan adalah seluruh penerimaan, baik berupa uang maupun barang, yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu (Sadan Madji et al., 2019). Oleh karena itu teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atas dasar *factor percieved behavior control* yang menunjukkan kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen,1991).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Puspita Sari & Azzafira (2021)

Untuk variabel pendapatan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan.

H3: Terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat investasi tabungan emas.

4. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pendapatan Terhadap Minat Investasi Tabungan Emas

Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk mengelola keuangan secara lebih efektif dan bertanggung jawab, sehingga menumbuhkan rasa aman dan nyaman dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam konteks investasi, khususnya tabungan emas, literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan pemahaman individu terhadap manfaat, risiko, serta strategi investasi yang tepat. Selain itu, minat seseorang untuk berinvestasi dalam tabungan emas juga dipengaruhi oleh faktor pendapatan dan gaya hidup. Pendapatan menentukan kemampuan finansial individu untuk menyisihkan dana investasi, sedangkan gaya hidup mencerminkan pola konsumsi dan preferensi individu yang dapat memengaruhi kecenderungan untuk berinvestasi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini akan dianalisis bagaimana literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat investasi tabungan emas.

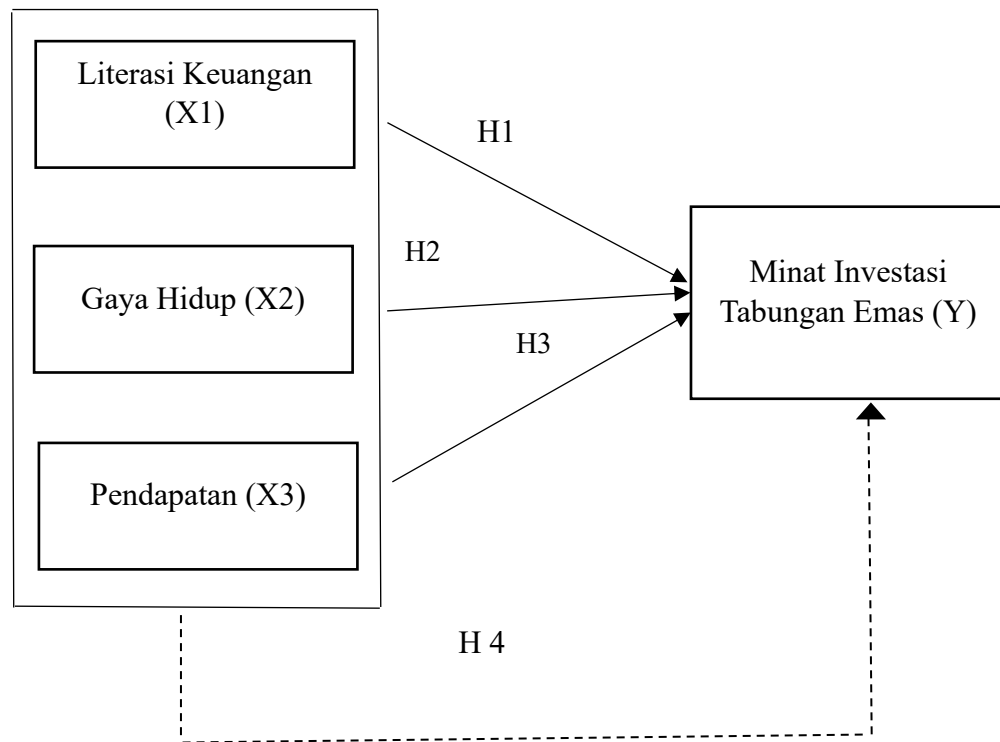
Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Theory Of Planned Behavior* (TPB) atas dasar faktor *percievied behavior control* yang menunjukkan kemudahan atau kesulitan persepsi untuk melakukan

perilaku dan diasumsikan untuk mencerminkan pengalaman masa lalu sebagai antisipasi hambatan dan rintangan (Ajzen,1991).

H4: Terdapat pengaruh simultan terhadap literasi keuangan, gaya hidup dan pendapatan terhadap minat investasi tabungan emas.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan rangkaian pemikiran yang logis dan sistematis dari hubungan antar variabel penelitian yang dijelaskan secara teoritis untuk mendasari arah penelitian. Kerangka ini menjelaskan bagaimana variabel bebas (independen) memengaruhi variabel terikat (dependen) berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu, dan landasan konseptual. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan (X1), Gaya Hidup (X2) dan Pendapatan (X3) sebagai variabel bebas dan Minat Investasi Emas (Y) sebagai variabel terikat. Gambar di bawah ini merupakan kerangka pemikiran yang ada dalam penelitian ini. Berikut ini merupakan gambaran dari kerangka berpikir dalam penelitian



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikir

Keterangan:

Berdasarkan penjelasan terkait variabel yang ada dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis yakni sebagai berikut:

Tabel. 2.2

Kerangka Pemikiran

H1	=	Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di wilayah Cilacap.
H2	=	Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di wilayah Cilacap.
H3	=	Terdapat pengaruh pendapatan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di wilayah Cilacap.
H4	=	Terdapat pengaruh simultan literasi keuangan, gaya hidup, dan pendapatan terhadap minat investasi tabungan emas di Pegadaian pada Gen Z di Wilayah Cilacap.

_____ : Parsial
 ----- : Simultan