

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

peneliti telah mencari literatur dan penelitian terdahulu yang relevan terhadap masalah yang menjadi obyek penelitian saat ini. Tujuannya adalah untuk menegaskan penelitian, posisi penelitian dan sebagai teori pendukung guna menyusun konsep berpikir dalam penelitian. Berdasarkan hasil eksplorasi terhadap penelitian-penelitian terdahulu, peneliti menemukan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Chaterina Tereshan, Andang Fazri, Musnaini (2022)	Pengaruh Diskon, <i>Voucher</i> , Dan <i>Cashback</i> Terhadap Minat Konsumen Menggunakan Pembayaran Elektronik <i>Shopee pay</i> .	Kausal	Penelitian ini membuktikan bahwa dari ketiga variabel dalam penelitian ini <i>cashback</i> merupakan variabel yang dominan berpengaruh secara parsial (<i>individual</i>) terhadap minat konsumen dalam menggunakan pembayaran elektronik <i>ShopeePay</i> . Potongan harga (<i>diskon</i>) memiliki daya tarik bagi konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk, meskipun konsumen cenderung memiliki persepsi risiko terhadap produk yang diperdagangkan dengan harga yang relatif murah. Sedangkan <i>voucher</i> yang di sediakan oleh <i>ShopeePay</i> tidak meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan pembayaran elektronik <i>ShopeePay</i> .

2	Silviana Veriwati, Dessy Triana Relita, Emilia Dewiwati Pelipa (2021)	Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi	Kuantitatif	Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi T hitung sebesar 5,119 dengan taraf kesalahan 0,05 dan derajat kesalahan $dk = n-2$ $84-2=82$ maka diperoleh nilai Ttabel 1,988. Berdasarkan hasil perhitungan thitung 5,119 > t tabel 1,988, artinya pada penelitian ini menerima hipotesis alternatif (Ha) dan menolak hipotesis nol (Ho), artinya terdapat pengaruh yang signifikansi antara literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Persada Khatulistiwa Sintang 2020/2021.
3	Dian Sudiantini , Ilma Diniyah , Roganda Andreas, Agung Setiawan , Ayu Diah Puspita (2023)	Pengaruh Program <i>Cashback</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Di <i>E-Commerce</i>	Kualitatif	Hasil dari penelitian ini adalah bahwa program cashback mempunyai dampak positif pada minat pembelian konsumen di e-commerce. Cashback memberikan insentif kepada konsumen untuk melakukan pembelian berulang di marketplace.
4	Febri Yanti Sapa, Altje Lenny Tumbel, Bode Lumanauw (2023)	Pengaruh <i>Live Streaming, Price Discount</i> Dan <i>Free Shipping</i> Terhadap <i>Impulse Buying: Study Empiric</i> Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Yang Menggunakan Tiktok Shop	Asosiatif Kuantitatif	Hasil penelitian ini Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Live Streaming, Price Discount dan Free Shipping terhadap Impulse Buying.
5	Ahmad Faisal Hakim, N.	Pengaruh Gratis Ongkos Kirim,	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Diskon

	Rachma, Andi Normaladewi (2023)	Diskon Dan <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)		berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen TikTok pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.
6	Kaniya Oktavyana, M. Dani Habra, Mhd. Hilman Fikri, And Horia Siregar (2024)	Pengaruh Program Gratis Ongkir, <i>Discount</i> , Dan <i>Flash Sale</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Studi Kasus Pengguna Tiktok Shop Pada Masyarakat Di Dusun Pembangunan I Desa Sekip Lubuk Pakam)	Kuantitatif	Hasil penelitian dapat disimpulkan, bahwa secara persial (uji t) variabel Gratis Ongkir dan <i>Discount</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>impulse buying</i> . Dan variabel flash sale berpengaruh negatif terhadap <i>impulse buying</i> . Secara simultan (uji f) variabel Gratis Ongkir, <i>Discount</i> dan <i>Flash Sale</i> berpengaruh terhadap <i>impulse buying</i> .
7	Vety Puspasari , Susilaningsih , Dan Asri Diah Susanti (2022)	Hubungan Pengetahuan Keuangan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi Universitas Sebelas Maret Surakarta	Kuantitatif	Hasil Penelitian Menunjukkan Terdapat Hubungan Positif Dan Signifikan Antara Pengetahuan Keuangan Dengan Perilaku Pengelolaan Keuangan. Sedangkan Pendapatan Menunjukkan Hubungan Positif Dan Tidak Signifikan Dengan Perilaku Pengelolaan Keuangan. Terdapat Hubungan Positif Dan Signifikan Antara Pengetahuan Keuangan Dan Pendapatan Dengan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.

Sumber: Data Diolah Peneliti

Persamaan antara penelitian terdahulu pada jurnal pertama dan penelitian saat ini adalah penggunaan variabel yang sama dan perbedaannya adalah penggunaan metode penelitian. Persamaan dengan jurnal kedua adalah penggunaan variabel dan metode yang sama dan perbedaannya terletak pada lokasi yang berbeda. Persamaan dengan jurnal yang ketiga adalah penggunaan variabel yang sama, perbedaannya terletak pada metode yang digunakan. Persamaan dengan jurnal yang keempat adalah meneliti variabel diskon, dan perbedaannya terletak pada penggunaan variabel dependen, dalam penelitian terdahulu berfokus pada pengaruhnya terhadap *impulse buying* sedangkan pada penelitian ini berfokus pada pengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Persamaan dengan jurnal kelima adalah terletak pada penggunaan variabel diskon yang sama dan metode penelitian yang sama dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, persamaan dengan jurnal keenam adalah penggunaan variabel diskon dan metode penelitian yang sama dan perbedaannya terletak pada lokasi penelitian yang berbeda. Persamaan dengan jurnal ketujuh adalah penggunaan variabel independen dan metode penelitian yang sama, perbedaannya terletak pada variabel dependen.

2.2 Tinjauan Pustaka

2.2.1 Pengaruh Literasi Keuangan Dalam Pengelolaan Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami dan menggunakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan untuk memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan, demi mencapai kesejahteraan finansial. Penelitian yang di lakukan oleh Silviana Veriwati, Dessy Triana

Relita, Emilia Dewiati Pelipa (2021) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 84 responden, teknik pengambilan sampel yang digunakan random acak dengan menggunakan rumus slovin. Analisis data terlebih dahulu dilakukan dengan mencari validitas dan reliabilitas, uji analisis deskriptif, uji kontibusi, serta uji asumsi klasik. Data yang diperoleh diolah dengan program SPSS versi 18. Mengelola keuangan merupakan kenyataan yang harus dihadapi oleh setiap manusia dalam kehidupan sehari-hari, dimana seseorang harus mengelola keuangan dengan baik agar dapat menyeimbangkan antara pendapatan dan pengeluaran. individu harus memiliki suatu keterampilan mengelola keuangan dengan baik supaya uang yang didapatkan tidak terbuang sia-sia. Mengelola keuangan dengan baik secara efektif demi kesejahteraan dimasa datang supaya tidak merasakan kesulitan tentang keuangan. hasil penelitian dan perhitungan tentang pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa adalah Terdapat Pengaruh yang signifikansi antara Literasi Keuangan terhadap

Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Persada Khatulistiwa Sintang Tahun Akademik 2020/2021. Berdasarkan hasil perhitungan uji signifikansi Thitung sebesar

5,119 dengan taraf kesalahan 0,05 dan derajat kesalahan $dk = n-2$ $84-2=82$ maka diperoleh nilai Ttabel 1,988. Berdasarkan hasil perhitungan t hitung $5,119 > t_{tabel} 1,988$, artinya pada penelitian ini menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_o), artinya terdapat pengaruh yang signifikansi antara literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP Persada Khatulistiwa Sintang 2020/2021.

2.2.2 Pengaruh Kupon Diskon Terhadap Perilaku Belanja Mahasiswa

Kupon diskon adalah alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan pada saat melakukan pembelian produk atau jasa. Kupon ini dapat berupa fisik atau digital dan biasanya memiliki kode unik yang harus dimasukkan saat checkout. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hakim A.F, dkk (2022) dengan judul “Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop (Studi Pada Mahasiswa

FEB Angkatan 2019 Universitas Islam Malang)” penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TikTok Shop. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian diambil dengan cara purposive teknik pengambilan sampel dengan rumus Malhotra yang digunakan untuk mengambil sampel yaitu jumlah item x 5 sehingga jumlah

sampel sebanyak 85 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis simultan (Uji F) dan pengujian hipotesis parsial (Uji t). Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Diskon berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen TikTok pada mahasiswa FEB Universitas Islam Malang.

2.2.3 Pengaruh *Voucher Cashback* Terhadap Pengelolaan Keuangan

Voucher cashback memberikan kesan bahwa konsumen mendapatkan pengembalian dana, sehingga sering kali di anggap sebagai tabungan. Cashback merupakan salah satu program yang biasa digunakan oleh *Market place* maupun Fintech (Puspasari Vety, 2022). Hasil penelitian dari Lestari, dkk (2016) menjelaskan bahwa *cashback* merupakan potongan harga yang dilakukan setelah terjadinya transaksi dalam bentuk rupiah maupun poin kepada pelanggan. Keberadaan dari adanya program *cashback* membuat konsumen lebih tergoda untuk berbelanja, sehingga rasa untuk memiliki produk tersebut menjadi lebih besar. Pernyataan tersebut didukung oleh Khairunissa, Suharyono, dan Yulianto (2017), yang menyatakan bahwa pemberian promosi penjualan dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2.3 Kerangka Teori

2.3.1 Teori Pengelolaan Keuangan Peribadi

Menurut Lestari (2020:2) pengelolaan keuangan peribadi dapat diartikan sebagai studi mengenai penggunaan sumber daya penting yang dilakukan oleh individu dan keluarga untuk mencapai kesuksesan keuangan yang meliputi berbagai kegiatan tentang pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, proteksi dan berinvestasi. Pengelolaan keuangan peribadi pada mahasiswa mencakup cara mereka mengalokasikan pendapatan uang saku, membuat anggaran, dan keputusan terkait belanja. Penggunaan kupon diskon dan *cashback* dapat membantu mahasiswa lebih hemat, namun juga dapat memicu perilaku konsumtif jika di gunakan secara berlebihan. (Herdijono & Damanik, 2016) Indikator yang digunakan untuk mengukur pengelolaan keuangan pribadi meliputi :

1. Konsumsi
2. Manajemen Arus Kas
3. Tabungan Dan Investasi
4. Manajemen Klasik

2.3.2 Penggunaan Kupon Diskon

Kotler dan Amstrong (2016), Kupon diskon adalah alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memberikan potongan harga atau diskon kepada pelanggan pada saat melakukan pembelian produk atau jasa. Kupon ini dapat berupa fisik atau digital dan biasanya memiliki kode unik yang harus dimasukkan saat *check out*. Dalam penelitian (Chaterina

Teresha, dkk, 2022) menjelaskan bahwa kupon diskon memiliki daya tarik bagi konsumen untuk membeli atau menggunakan suatu produk, meskipun konsumen cenderung memiliki persepsi resiko terhadap produk yang diperdagangkan dengan harga yang relatif murah, diskon yang ditawarkan mampu menarik perhatian dan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

Tujuan dari penggunaan kupon diskon ini adalah untuk menarik pelanggan baru, meningkatkan penjualan, dan mengurangi persediaan barang. Kupon diskon sering kali juga digunakan dalam kampanye promosi untuk meningkatkan kesadaran merek. Menurut Sutrisna (2012:300) indikator dalam mengukur penggunaan kupon diskon meliputi, besarnya potongan harga yang diberikan pada saat produk didiskon, masa potongan harga atau jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya diskon, jenis produk yang mendapatkan potongan harga.

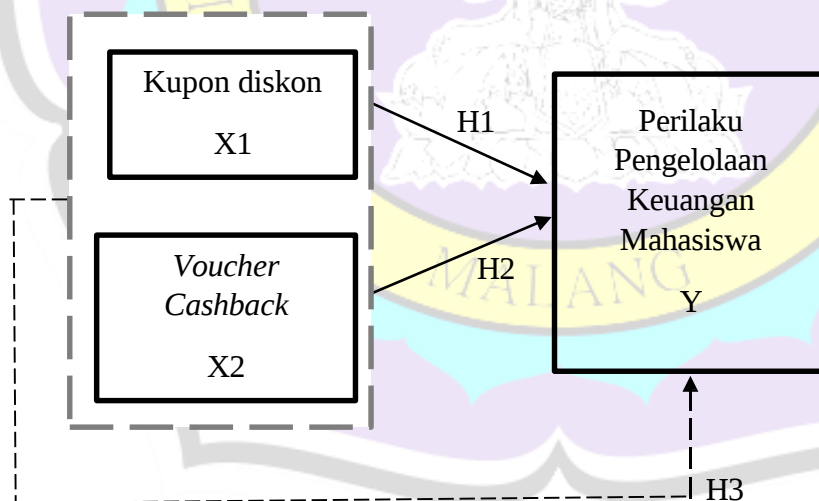
2.3.3 Penggunaan *Voucher Cashback*

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *Voucher cashback* merupakan promosi pengembalian dana yang ditawarkan oleh pemasar dalam bentuk mengembalikan sejumlah uang ketika produk dibeli secara satuan atau dikombinasikan dengan produk lain. Saat pelanggan menggunakan *voucher* ini, pelanggan akan mendapatkan kembali persentase atau jumlah tetap dari total belanja dalam bentuk uang tunai, yang biasanya dapat digunakan untuk transaksi di masa depan. *Voucher cashback* dapat mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian berulang melalui program *e-commerce*,

meningkatkan kecenderungan orang untuk melakukan pembelian spontan atau tidak terduga. Salah satu pendekatan *pricing* yang saat ini dianggap sangat efektif dalam menarik pelanggan untuk berbelanja online adalah *cashback*. Metode *cashback* ini digunakan hampir oleh semua bisnis *online*, salah satu *platform* yang menggunakan *voucher cashback* ini adalah tiktok shop. Menurut Abimayu dan Hermana (2023), indikator *cashback* adalah jumlah yang disepakati sebelumnya, kesesuaian dengan janji perusahaan, dan kecepatan pengambilan dana.

2.4 Kerangka Konsep

Kerangka konsep suatu alat atau model yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara variabel – variabel dalam suatu penelitian. Kerangka ini berfungsi sebagai panduan untuk menyusun dan memahami konsep – konsep yang terlibat dalam penelitian.



Sumber: Data Diolah Peneliti Tahun 2024

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep Penelitian

Keterangan: —————→ Parsial

-----► Simultan

H1: Pengaruh Parsial Variabel X1 Terhadap Variabel Y

H2: Pengaruh Parsial Variabel X2 Terhadap Y

H3: Pengaruh Simultan Variabel X1 dan X2 Terhadap Variabel Y

Dari kerangka konsep di atas dapat diketahui bahwa perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa di pengaruhi oleh kupon diskon dan *voucher cashback*. Dimana X1 (kupon diskon) dan X2 (*voucher cashback*) sebagai variabel independen dan Y (perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa) sebagai variabel dependen.

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah sebuah pernyataan atau dugaan yang di ajukan sebagai jawaban sementara terhadap suatu masalah penelitian. Hipotesis berfungsi untuk mengarahkan penelitian dan memberikan fokus pada variabel yang akan di uji.

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Hipotesis 1 (H1) : Penggunaan kupon diskon berpengaruh signifikan terhadap Perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa
2. Hipotesis 2 (H2) : Penggunaan *voucher cashback* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa
3. Hipotesis 3 (H3) : Penggunaan kupon diskon dan *voucher cashback* secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa