

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia usaha yang semakin pesat dewasa ini menyebabkan perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat. Dalam era perkembangan zaman yang semakin cepat dan batas yang semakin tipis membuat manusia menuntut untuk diperhatikan lebih customized (Cespedes, 2015). Terlebih lagi dalam hal pemenuhan terhadap kebutuhan, konsumen sekarang ini cenderung lebih individualis dan menuntut sesuatu hal yang lebih bersifat pribadi atau personal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perusahaan dituntut mampu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen agar tetap survive. Diterima tidaknya produk yang dijual sangat tergantung pada persepsi konsumen atas produk tersebut. Jika konsumen merasa produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya pasti konsumen akan membeli produk tersebut.

Seiring dengan peningkatan pengetahuan, konsumen semakin lebih tahu cara membelanjakan uangnya. Konsumen dapat membeli produk yang mereka butuhkan sesuai dengan jumlah yang diinginkan. Konsumen dapat menyesuaikan pembelian produk dengan uang yang mereka miliki karena konsumen semakin mengetahui prioritas kebutuhan mereka akan produk tertentu. Jadi, konsumen merupakan faktor penting bagi perusahaan. Perusahaan harus benar-benar memfokuskan perhatian kepada konsumen karena dalam persaingan yang begitu sengit dewasa ini, konsumen

tidak saja mendapat tawaran produk dari satu perusahaan, tetapi juga dari berbagai perusahaan pesaing lainnya yang menawarkan produk sejenis. Perusahaan harus memiliki strategi menarik yang berbeda dengan pesaing agar produknya selalu diminati dan dibeli konsumen. Bahkan sekarang ini, jumlah penawaran produk lebih besar dibanding jumlah permintaan konsumen. Hal ini yang menunjukkan bahwa produsen tidak bisa lagi hanya berdiam diri tanpa perlu mencari informasi mengenai konsumennya.

Keputusan pembelian merupakan keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Konsumen dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian (Amstrong, 2015). Keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah memiliki pilihan dan siap untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. (Kotler, 2015). Keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Olson, 2016).

Adapun yang menjadi faktor-faktor keputusan pembelian yang dipertimbangkan peneliti yaitu financial literacy, financial attitude dan financial behavior. Financial literacy merupakan pengetahuan akan fakta, konsep, prinsip, dan teknologi agar setiap orang bersikap cerdas terhadap uang. Seseorang yang memiliki financial literacy dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengatasi

masalah keuangan sehari-hari dan membantu dalam mengambil keputusan keuangan (Forgue, 2016). Financial literacy merupakan sebuah kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, kemampuan perilaku, dan kebiasaan yang diperlukan untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat dan pada akhirnya dapat mencapai kondisi keuangan yang memuaskan. Financial literacy menekankan pada pentingnya menerapkan pengetahuan dan kemampuan di bidang keuangan dalam pengambilan keputusan keuangan. (Messy, 2018).

Beberapa penelitian yang telah mengkaji tentang pengaruh financial literacy yaitu pada penelitian yang dilaksanakan oleh Dyah Rini Prihastuti (2018). Melakukan penelitian dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Financial Attitude, Dan Demografi Terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ekonomi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya )” Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, perilaku finansial berpengaruh positif secara signifikan pada perilaku konsumtif, sikap finansial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, dan demografi memiliki efek positif pada perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. (Prihastuti, 2018).

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah financial attitude. Financial attitude merupakan keadaan seseorang terhadap keuangan yang diaplikasikan ke dalam sikap. Sikap adalah pernyataan yang evaluatif baik yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan terhadap objek, individu, dan

peristiwa (Judge, 2015). Sikap adalah ukuran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap dunia yang ditinggali. Sikap adalah ukuran keadaan pikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap dunia yang ditinggali. Sehingga financial attitude adalah keadaan seseorang, pendapat atau penilaian terhadap uang yang diterapkan atau diaplikasikan kedalam sikap. (Pankow, 2018).

Penelitian relevan yang mengkaji tentang financial attitude yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Ersha Amanah, dkk (2016). Melakukan penelitian dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude Dan External Locus Of Control Terhadap Personal Financial Management Behavior Pada Mahasiswa S1 Universitas Telkom”. Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial knowledge dan financial attitude berpengaruh terhadap personal financial management behavior sedangkan external locus of control tidak berpengaruh terhadap personal financial management behavior. (Amanah, 2016)

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah financial behavior. Financial behavior berhubungan dengan tanggung jawab seseorang dalam mengelola keuangannya. Tanggung jawab keuangan yang dimaksud adalah bagaimana proses pengelolaan uang dan aset lainnya dengan cara yang efektif. Beberapa elemen yang mampu mengelola keuangan secara efektif seperti, pengaturan anggaran, menilai perlunya pembelian dan utang pensiun dalam jangka waktu yang wajar. Tugas utama pengelolaan uang adalah proses penganggaran. Proses penganggaran bertujuan untuk memastikan bahwa individu mampu mengelola

kewajiban keuangan secara tepat waktu dengan penghasilan yang diterima dalam periode tertentu (Dwinta, 2018).

Penelitian relevan yang mengkaji tentang financial behaviour yaitu penelitian yang dilaksanakan oleh Herma Wiharno (2018). Melakukan penelitian dengan jurnal yang berjudul “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Behavior Dan Financial Attitude Terhadap Personal Financial Management” Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable Financial Knowledge, Financial Behavior Dan Financial Attitude memiliki pengaruh yang positif terhadap Personal Financial Management. artinya peningkatan parsial variabel Financial Knowledge, Financial Behavior Dan Financial Attitude akan menyebabkan peningkatan variabel manajemen keuangan pribadi (Wiharno, 2018).

Shopee merupakan marketplace online yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen. Dengan banyaknya marketplace online bermunculan setiap tahunnya, Shopee harus memiliki ciri khas dan keunggulan tersendiri untuk dapat bertahan sebagai marketplace online. Seperti faktor-faktor yang telah diuraikan sebelumnya, sebuah marketplace online harus memperhatikan financial literacy, financial attitude, dan financial behavior.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Financial Literacy, Financial Attitude, Financial Behavior Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Marketplace Shopee.”

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa seringkali mulai memasuki dunia perkuliahan tanpa memiliki tanggung jawab terhadap sumber dan pengelolaan keuangan mereka dengan cermat.
2. Mahasiswa jarang mempraktekan kemampuan keuangan dasar, seperti *budgeting*, perencanaan tabungan harian atau perencanaan untuk kebutuhan jangka panjang.
3. Para mahasiswa tumbuh di tengah-tengah budaya hutang yang difasilitasi dengan gaya hidup yang mahal.
4. Rendahnya tingkat literasi keuangan di negara-negara berkembang, salah satunya di Indonesia.
5. Kurangnya perilaku menabung yang dimiliki mahasiswa.
6. Masih banyaknya mahasiswa yang bersifat boros, sehingga keuangan mereka habis sebelum waktunya.
7. Kurang mampunya mahasiswa dalam melaksanakan manajemen keuangan untuk dirinya sendiri.
8. Masih banyak mahasiswa yang belum mampu mengambil keputusan pembelian barang secara bijak.
9. Tingginya jiwa konsumtif yang dimiliki mahasiswa.

10. Kurangnya pengetahuan keuangan dan keterampilan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengaruh *financial literacy*, *financial attitude*, *financial behavior* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee. Studi kasusnya pada Mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang seperti yang dijelaskan di atas maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh *financial literacy* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh *financial attitude* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang?
3. Bagaimanakah pengaruh *financial behavior* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang?

4. Bagaimanakah pengaruh *financial literacy*, *financial attitude*, *financial behavior* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang?

## **1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *financial attitude* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *financial behavior* terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
4. Untuk mengetahui pengaruh *financial literacy*, *financial attitude*, *financial behavior* secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian secara *online* pada *marketplace* shopee mahasiswa S1 Fakultas ekonomi dan bisnis jurusan akuntansi Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.



## **1.5.2 Manfaat Penelitian**

### **1. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan oleh pihak perusahaan ketika menghadapi penurunan penjualan, yang dinilai dari berbagai faktor mulai dari financial literacy, financial attitude, financial behavior, serta faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

### **2. Bagi Pihak Akademik**

Hasil penelitian ini dapat menyumbangkan ide-ide baru pada khasanah penelitian ekonomi. Sehingga dapat dimanfaatkan sebagai sumber bacaan dan sebagai percontohan kepada mahasiswa tingkat akhir yang tengah menyusun skripsi.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai penelitian relevan bagi peneliti yang mengkaji hal yang sejalan dengan penelitian ini. Hasil penelitian ini juga dapat dijadikan pembelajaran berharga bagi peneliti selanjutnya.