

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

1.1. Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Keuangan

Menurut (Nurisaputri et al., 2024) manajemen keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami, merencanakan, dan membuat keputusan keuangan yang bertanggung jawab untuk meningkatkan kesejahteraan. Penelitian ini melihat manajemen keuangan sebagai kombinasi dari pengetahuan keuangan, sikap positif terhadap uang, dan kepribadian yang mendukung perilaku keuangan yang bijak. Fokusnya bukan hanya pada uang, tetapi juga pada kebiasaan dan tanggung jawab finansial individu. Menurut (Prakoso & Apriliani, 2024), manajemen keuangan pribadi adalah kegiatan pengelolaan anggaran dan tabungan sebagai pilar utama dalam mencapai stabilitas dan keberlanjutan keuangan individu. Menurut Chaerisah Anwar et al., (2025) manajemen keuangan pribadi adalah kemampuan untuk mengelola keuangan secara bijaksana dengan mempertimbangkan faktor psikologis, sosial, dan teknologi digital yang memengaruhi perilaku individu.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen keuangan pribadi merupakan kemampuan individu

dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan keuangannya secara bijaksana untuk mencapai kesejahteraan dan stabilitas finansial. Konsep ini tidak hanya mencakup aspek pengetahuan dan perencanaan keuangan, tetapi juga melibatkan sikap, kebiasaan, serta pengaruh psikologis dan sosial yang memengaruhi keputusan finansial seseorang. Dengan kata lain, manajemen keuangan pribadi adalah proses menyeluruh yang menuntut keseimbangan antara rasionalitas ekonomi dan kontrol diri dalam menghadapi tantangan era digital.

2.1.2 Behavioral Finance

Menurut Redawati & Rizani, (2023), menekankan bahwa *behavioral finance* berfokus pada perilaku manusia dan faktor psikologis seperti emosi, persepsi risiko, dan cara berpikir dalam mengambil keputusan keuangan. Artinya, keputusan keuangan seseorang tidak selalu rasional seperti yang diasumsikan teori ekonomi klasik — melainkan sering dipengaruhi oleh emosi dan bias kognitif (misalnya terlalu percaya diri, takut rugi, ikut-ikutan tren). Menurut Gitayuda (2023), menekankan pada aspek pribadi dalam pengelolaan keuangan sehari-hari. Menurutnya, *behavioral finance* bukan hanya tentang pasar modal, tetapi juga bagaimana individu mengatur dan menggunakan uang berdasarkan pola pikir, kebiasaan, dan kondisi emosionalnya. Menurut Madhuri & Shankar (2024), Bidang behavioral finance (keuangan perilaku)

mempelajari bagaimana faktor psikologis memengaruhi perilaku individu dalam membuat keputusan keuangan, baik sebagai investor maupun sebagai pengelola uang pribadi. Teori ini berusaha menjelaskan bahwa manusia tidak selalu rasional dalam mengambil keputusan ekonomi atau investasi.

Berdasarkan pengertian di atas, *behavioral finance* merupakan pendekatan dalam keuangan yang menekankan pengaruh faktor psikologis, emosional, dan kebiasaan individu terhadap pengambilan keputusan keuangan, baik dalam konteks investasi maupun pengelolaan keuangan pribadi, sehingga keputusan yang diambil tidak selalu bersifat rasional.

2.1.3 Perilaku Pengelolaan Keuangan

1. Pengertian Perilaku Pengelolaan Keuangan

Menurut Anjani & Darto, (2023), Menyatakan bahwa pengelolaan keuangan pribadi merupakan perilaku individu dalam merencanakan, mengontrol, dan menggunakan keuangan secara bijak berdasarkan tujuan keuangan, literasi keuangan, serta kontrol diri. Menurut Yeo et al., (2024), Dalam tinjauan sistematisnya, mereka mendefinisikan *financial planning behavior* sebagai bagian dari pengelolaan keuangan pribadi yang melibatkan proses perencanaan keuangan masa depan berdasarkan tujuan, kondisi ekonomi, dan pengendalian diri. Menurut Nurisaputri et al., (2024), perilaku pengelolaan

keuangan merupakan kemampuan individu dalam mengatur, mengontrol, dan membuat keputusan terkait penggunaan sumber daya keuangan yang dimilikinya.

Berdasarkan pengertian di atas, Pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, mengendalikan, dan menggunakan sumber daya keuangan secara bijak untuk mencapai tujuan keuangan tertentu. Proses ini dipengaruhi oleh literasi keuangan, kontrol diri, serta kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang rasional sesuai kondisi ekonomi yang dihadapi.

2. Faktor – faktor yang mempengaruhi

Berdasarkan penjelasan pengelolaan keuangan di atas, faktor – faktor yang mempengaruhi nya sebagai berikut :

a. Pendapatan

Menurut (Suriyanti et al., 2022)Pendapatan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kemampuan seseorang dalam mengelola keuangannya. Semakin tinggi pendapatan seseorang, semakin besar pula kemampuan untuk menabung, berinvestasi, dan memenuhi kebutuhan hidup. Namun, pendapatan yang tinggi tidak selalu menjamin pengelolaan keuangan yang baik jika tidak

disertai dengan kontrol pengeluaran dan perencanaan yang matang.

b. Literasi

Menurut (OJK, 2022) Literasi keuangan adalah tingkat pemahaman seseorang terhadap konsep dasar keuangan seperti tabungan, investasi, pinjaman, bunga, dan risiko. Orang dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu membuat keputusan keuangan yang bijak, seperti menyusun anggaran, menabung secara rutin, dan menghindari utang konsumtif.

c. Persepsi Ekonomi

Menurut Hardi et al., (2024), persepsi ekonomi adalah evaluasi subjektif masyarakat terhadap kondisi ekonomi makro saat ini dan prospeknya di masa depan, yang mencakup faktor-faktor seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, suku bunga, dan pengangguran. Persepsi ekonomi mencerminkan bagaimana seseorang menilai kondisi ekonomi, seperti inflasi, harga barang, dan stabilitas pendapatan. Ketika seseorang memiliki persepsi negatif terhadap kondisi ekonomi (misalnya takut harga terus naik), ia cenderung lebih berhati-hati dalam membelanjakan uang dan lebih fokus pada tabungan atau

investasi. Sebaliknya, persepsi ekonomi yang terlalu optimis bisa membuat seseorang cenderung konsumtif.

3. Dimensi dan indikator Perilaku Pengelolaan Keuangan

Menurut (Prakoso & Apriliani, 2024), Indikator yang digunakan untuk mengukur Pengelolaan Keuangan yaitu:

a. *Financial Planning* (Perencanaan Keuangan)

- Saya merasa mampu mengatur pemasukan dan pengeluaran pribadi dengan baik.
- Saya menentukan prioritas saat menggunakan uang.
- Saya memiliki target keuangan setiap bulan.

b. *Budgeting* (Penganggaran)

- Saya membuat anggaran untuk mengatur pengeluaran bulanan.
- Saya berusaha mengikuti anggaran yang sudah saya buat.
- Saya menyesuaikan anggaran jika kondisi keuangan berubah.

c. *Financial Control* (Pengendalian Keuangan)

- Saya mengecek kembali pengeluaran saya secara berkala.
- Saya berusaha menghindari belanja mendadak tanpa pertimbangan.

- Saya membatasi diri saat ingin membeli barang yang bukan prioritas.

d. *Saving and Investing* (Menabung dan Berinvestasi)

- Saya menyisihkan sebagian uang untuk ditabung secara rutin.
- Saya sedang mempertimbangkan untuk mulai berinvestasi.
- Saya membagi pendapatan untuk kebutuhan, tabungan, dan investasi.

e. *Debt Management* (Pengelolaan Utang)

- Saya berutang hanya jika benar-benar diperlukan.
- Saya berusaha membayar utang tepat waktu.
- Saya mempertimbangkan kemampuan membayar sebelum memutuskan untuk berutang.

2.1.4 Persepsi Inflasi

1. Pengertian Persepsi

Menurut (Pangestu, 2023), Persepsi adalah suatu proses kognitif yang dialami oleh setiap individu dalam pemilihan, pengorganisasian, penginterpretasian dan penafsiran masukan-masukan informasi dan sensasi sehingga menghasilkan suatu gambaran bermakna tentang dunia. Menurut (Nisa et al., 2023) Persepsi adalah suatu proses yang membuat seseorang memilih, mengorganisasikan, dan

menginterpretasikan rangsangan-rangsangan yang diterima menjadi suatu gambaran yang berarti dan lengkap tentang dunianya.. Menurut Umaningsih & Wardani, 2020), Dalam konteks ekonomi digital, persepsi menggambarkan bagaimana seseorang memahami dan menilai informasi ekonomi, termasuk kondisi harga, inflasi, dan peluang investasi. Persepsi menjadi dasar dalam membentuk perilaku keuangan seperti menabung atau berinvestasi. Dalam konteks ekonomi digital, persepsi menggambarkan bagaimana seseorang memahami dan menilai informasi ekonomi, termasuk kondisi harga, inflasi, dan peluang investasi. Persepsi menjadi dasar dalam membentuk perilaku keuangan seperti menabung atau berinvestasi.

Berdasarkan pengertian di atas, disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses kognitif di mana individu menafsirkan dan memberi makna terhadap informasi yang diterima dari lingkungan sekitarnya. Persepsi terbentuk melalui pengalaman, pengetahuan, serta konteks sosial dan emosional masing-masing individu, sehingga setiap orang dapat memiliki pandangan yang berbeda terhadap hal yang sama. Dalam konteks ekonomi digital, persepsi berperan penting karena memengaruhi cara seseorang memahami kondisi ekonomi seperti inflasi, harga, dan peluang investasi,

yang pada akhirnya menentukan perilaku keuangan seperti menabung, berinvestasi, atau mengatur pengeluaran.

2. Pengertian Inflasi

Menurut (Aulya et al., 2023), Secara sederhana inflasi diartikan sebagai kenaikan harga secara umum dan terus menerus dalam jangka waktu tertentu. Kenaikan harga dari satu atau dua barang saja tidak dapat disebut inflasi kecuali bila kenaikan itu meluas (mengakibatkan kenaikan harga) pada barang lainnya. Menurut Widya, Maula & Asiyah (2023), Inflasi mencerminkan kenaikan harga yang terjadi di seluruh sektor ekonomi, bukan hanya pada satu komoditas tertentu. Kenaikan ini bersifat berkelanjutan dan berpengaruh pada stabilitas daya beli serta perilaku konsumsi masyarakat. Menurut Surono, Natsir & Hany (2022), Peneliti ini menyoroti bahwa inflasi tidak hanya berdampak pada daya beli, tetapi juga mengancam stabilitas nilai mata uang dan keseimbangan ekonomi syariah. Dalam konteks Islam, inflasi dianggap tantangan terhadap prinsip keadilan harga dan kestabilan ekonomi.

Berdasarkan pengertian di atas, disimpulkan bahwa inflasi merupakan suatu kondisi meningkatnya harga barang dan jasa secara umum dan berkelanjutan dalam perekonomian yang menyebabkan penurunan daya beli uang. Inflasi tidak hanya mencerminkan perubahan harga pada satu sektor, tetapi meluas ke seluruh aspek ekonomi sehingga dapat mengganggu

kestabilan ekonomi dan nilai mata uang. Selain itu, dalam konteks ekonomi syariah, inflasi juga dipandang sebagai tantangan terhadap prinsip keadilan dan keseimbangan ekonomi, karena dapat memengaruhi kesejahteraan masyarakat dan kestabilan sistem keuangan secara keseluruhan.

3. Dimensi dan Indikator Persepsi Inflasi

Menurut Santoso, R., & Wibowo, T. (2021), Indikator yang digunakan untuk mengukur Persepsi Inflasi yaitu :

a. Pemahaman terhadap inflasi

- Saya tahu bahwa inflasi membuat harga barang dan jasa menjadi lebih mahal.
- Saya paham bahwa inflasi bisa membuat uang terasa lebih cepat habis untuk kebutuhan sehari-hari.
- Saya mengerti bahwa inflasi bisa memengaruhi pengeluaran dan kemampuan masyarakat dalam membeli kebutuhan sehari-hari.

b. Persepsi terhadap dampak inflasi

- Kenaikan harga kebutuhan sehari-hari membuat pengeluaran saya menjadi lebih besar.
- Inflasi memengaruhi kondisi keuangan masyarakat, seperti harga naik dan daya beli menurun.

- Saya merasa biaya transportasi ikut naik karena inflasi.

c. Persepsi terhadap kestabilan harga

- Menurut saya, harga kebutuhan sehari-hari sering berubah dan tidak selalu stabil.
- Saya melihat harga barang pokok di sekitar saya sering mengalami kenaikan.
- Saya merasa harga beberapa barang naik secara perlahan dari waktu ke waktu.

d. Persepsi terhadap pendapatan dan daya beli

- Saya merasa kemampuan membeli barang dengan pendapatan saya menurun karena kenaikan harga.
- Pendapatan saya tidak meningkat seiring dengan kenaikan harga barang saat ini.
- Karena harga naik, saya harus menunda beberapa rencana pembelian.

e. Respons terhadap inflasi

- Saya menyesuaikan pengeluaran ketika harga barang meningkat.
- Saya memilih produk yang lebih murah saat harga barang naik.
- Saya mencari promo atau diskon untuk menghemat pengeluaran.

2.1.5 Pengertian Literasi Keuangan

Menurut Lusardi & Streeter (2023), Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang konsep-konsep dasar keuangan seperti bunga, inflasi, dan diversifikasi risiko, yang memungkinkan seseorang mengambil keputusan finansial dengan benar dan mandiri. Menurut Rachmawati (2024), Literasi keuangan adalah pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan keyakinan yang dimiliki individu untuk mengelola keuangannya secara baik, optimal, dan bijaksana. Menurut Naila & Wibowo (2022), Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami, mengelola, serta membuat keputusan yang efektif terkait keuangan pribadi berdasarkan pengetahuan dan kesadaran terhadap risiko serta tanggung jawab finansial.

Berdasarkan Pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu yang mencakup pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan sikap dalam mengelola serta mengambil keputusan keuangan secara mandiri, bijak, dan bertanggung jawab. Literasi keuangan tidak hanya sebatas memahami konsep dasar seperti bunga, inflasi, dan risiko, tetapi juga bagaimana seseorang menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengelolaan keuangan pribadi untuk mencapai kestabilan dan kesejahteraan finansial.

1. Dimensi dan Indikator Literasi Keuangan

Menurut Nurisaputri, A.D. (2024), Indikator yang digunakan untuk mengukur Persepsi Inflasi yaitu :

a. *Basic financial knowledge* (Pengetahuan dasar keuangan)

- Saya paham bahwa memiliki tabungan itu penting.
- Saya bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan.
- Saya tahu pentingnya memiliki dana darurat.

b. *Financial behavior* (Perilaku keuangan)

- Saya terbiasa mencatat pengeluaran saya sehari-hari.
- Saya berusaha menghindari pengeluaran yang sebenarnya tidak perlu.
- Saya menyesuaikan pengeluaran dengan pendapatan yang saya miliki.

c. *Financial attitude* (Sikap keuangan)

- Saya merasa penting untuk punya rencana keuangan untuk masa depan.
- Saya percaya mengelola uang dengan baik bisa membuat hidup lebih sejahtera.
- Saya percaya perencanaan keuangan itu penting untuk masa depan.

d. *Financial decision* (keputusan keuangan)

- Saya bisa memilih produk keuangan (seperti tabungan atau investasi) sesuai kebutuhan saya.
- Saya mempertimbangkan risiko sebelum mengambil keputusan keuangan.
- Saya membandingkan beberapa pilihan sebelum memilih produk keuangan.

2.1.6 Pengertian Paparan Media Sosial

Menurut Alrasheed, Alqahtani, dkk (2022), Paparan media sosial didefinisikan sebagai tingkat di mana individu terpapar terhadap konten yang disebarkan melalui platform media sosial, yang kemudian memengaruhi persepsi risiko, kesehatan mental, dan perilaku preventif. Menurut Jitsaeng, (2023), paparan media (media exposure) didefinisikan sebagai tingkat intensitas seseorang dalam menerima pesan melalui satu atau lebih media, yang menunjukkan sejauh mana individu telah memperoleh informasi dari media tersebut. Artinya, paparan media menggambarkan seberapa sering, seberapa lama, dan seberapa mendalam seseorang terlibat dalam mengonsumsi konten yang disajikan oleh media. Menurut Chan, (2025), Paparan media sosial didefinisikan sebagai tingkat di mana konten-media sosial, termasuk review pengguna, influencer, dan user-generated content, menjangkau individu dan memengaruhi persepsi serta keputusan pembelian mereka.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa paparan media sosial merupakan tingkat keterlibatan individu terhadap konten yang disajikan melalui berbagai platform media sosial, baik dari segi frekuensi, durasi, maupun intensitas interaksi. Paparan ini tidak hanya menggambarkan seberapa sering seseorang menerima informasi, tetapi juga sejauh mana konten tersebut memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku individu termasuk dalam aspek psikologis, sosial, maupun pengambilan keputusan (seperti keputusan keuangan atau konsumsi).

1. Dimensi dan Indikator Paparan Media Sosial

Menurut Santoso, R., & Wibowo, T. (2021), Indikator yang digunakan untuk mengukur Paparan Media Sosial yaitu :

a. Intensitas Penggunaan

- Saya menggunakan media sosial hampir setiap hari.
- Saya menghabiskan cukup banyak waktu untuk melihat konten di media sosial.
- Media sosial menjadi salah satu sumber utama informasi bagi saya.

b. Jenis Konten yang Diakses

- Saya sering melihat konten tentang keuangan atau investasi di media sosial.
- Saya mengikuti akun atau kreator yang membahas topik keuangan.
- Saya sering melihat konten edukasi tentang cara mengelola uang.

c. Kepercayaan terhadap Informasi

- Saya percaya dengan informasi keuangan yang saya dapatkan dari media sosial.
- Informasi keuangan di media sosial membantu saya memahami kondisi ekonomi.
- Saya mempertimbangkan informasi dari media sosial sebelum mengambil keputusan keuangan.

d. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Keuangan

- Konten keuangan di media sosial memengaruhi cara saya mengatur uang.
- Saya pernah mengubah keputusan keuangan setelah melihat konten di media sosial.
- Rekomendasi di media sosial memengaruhi cara saya menggunakan uang.

e. Partisipasi Interaktif

- Saya pernah memberi like, komentar, atau membagikan konten keuangan di media sosial.
- Saya pernah berdiskusi tentang keuangan di media sosial.
- Saya sering memberi reaksi (like, emoji, atau komentar) pada konten keuangan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan untuk memperkuat landasan teori dan melalui penelitian terdahulu, peneliti dapat mengetahui sejauh mana topik seperti persepsi inflasi, literasi keuangan, paparan media sosial, dan pengelolaan keuangan telah dikaji sebelumnya. Beberapa penelitian yang relevan dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
1.	Saidah Mubarakah, Pristin Prima Sari, & Ratih Kusumawardhani/2024/Influence of Digital Financial Literacy on Saving Behavior Among Gen Z in Indonesia	X : Digital Financial Literacy Y: Saving Behavior	Kuantitatif memakai alat analisis Smart.PLS 3.0, Kuesioner dengan memakai skala likert dengan 312 responden	Digital financial literacy berpengaruh positif signifikan terhadap saving behavior. Model memiliki predictive relevance baik ($Q^2 = 0,131$). Pengaruh variabel termasuk

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
				kategori moderate ($f^2 = 0,302$).
2.	Bey Nurul Abidin Hasibuan /2022/Strategi Pengembangan Kualitas SDM Generasi Milenial dan Gen Z dalam Menghadapi Persaingan Global Era 5.0	SDM Milenial & Gen Z, Era Society 5.0, Strategi pengembangan soft skill & digital skill	Tidak menggunakan instrumen kuesioner, karena penelitian bersifat konseptual	Pengembangan kualitas SDM Gen Z memerlukan: • penguatan literasi digital, • soft skills, • kreativitas, • critical thinking, • adaptasi teknologi Era 5.0. Gen Z harus dibekali skill kompetitif agar mampu bersaing secara global.
3.	Kikin Windhani, Eric Yusup, Susi Hendriani/2023/ Human Capital and Regional Economic Growth in Indonesia: A Spatial Analysis Approach	X : Independen / Human Capital Y: Independen / Human Capital	Menggunakan Spatial Autoregressive Moving Average (SARMA) , Alat analisis: Spatial Econometrics + GIS Alat Penelitian	Efikasi diri berpengaruh positif signifikan; literasi & gender tidak signifikan.

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
4.	Lina Ayu Safitri & Chriswardana Bayu Dewa/2022/Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z	X1: Literasi Keuangan X2: Media Sosial Y: Pengelolaan Keuangan	Kuantitatif , regresi linier berganda (SPSS 26) Kuesioner Likert dan disusun berdasarkan teori literasi digital & literasi keuangan. 100 responden	Literasi keuangan & media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan ($R^2 = 0,428$).
5.	Muhammad Adrian Siregar & Permata Dian Pratiwi/2024/ Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Intervening	X: Literasi Keuangan Z: Gaya Hidup Y: Perilaku Keuangan	Kuantitatif Dengan Analisis: SEM-PLS SmartPLS 4, 153 responden	Literasi berpengaruh positif signifikan, gaya hidup tidak memediasi. ($R^2 = 0,487$).
6.	M. Masrukhan, Fitria Nur Afifa, dkk./2024/ Pengaruh Gaya Hidup terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z	X: Gaya Hidup Y: Pengelolaan Keuangan Pribadi	Kuantitatif , regresi linier sederhana (SPSS 26), 66 responden Gen Z Cirebon	Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.
7.	Zaidah Ilma Syahrina & Abdul Moin/2024/ Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude,	X1: Knowledge X2: Attitude X3: Income Y:	Kuantitatif , PLS-SEM, 138 mahasiswa Bekasi	Knowledge & attitude signifikan; income tidak signifikan ($R^2 = 0,971$).

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
	dan Income terhadap Financial Management Behavior pada Mahasiswa di Kota Bekasi	Managemen t Behavior		
8.	Agnes Elsalonika & Ida Ida/2025/ Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Efikasi Diri	X1: Financial Technology X2: Financial Literacy X3: Self-Efficacy Y: Financial Behavior	Kuantitatif , PLS-SEM (SmartPLS 4), 218 responden Gen Z	Ketiga variabel berpengaruh positif signifikan; literasi keuangan paling dominan ($R^2 = 0,492$)
9.	Ngadi Permana, Grace Yulianti, & Diani Austin/2025/ Menabung dan Berinvestasi: Memahami Dasar-Dasar Literasi Keuangan untuk Gen Z	X1: Literasi Keuangan X2: Menabung X3: Investasi Y: Pemahaman Keuangan	Kualitatif, deskriptif (seminar & survei mahasiswa)	Banyak Gen Z belum memahami perbedaan menabung dan investasi; perlu edukasi literasi keuangan.
10.	Meilita Rizkynanda & Sri Rahayuningsih/2025/Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Kesiapan Finansial Generasi Z Mahasiswa di Surabaya dan Sidoarjo	X1: Literasi Keuangan, X2: Pengelolaan Keuangan, X3: Gaya Hidup, Y: Kesiapan Finansial	Kuantitatif , metode survei, regresi linier berganda, 100 responden mahasiswa Gen Z	Literasi keuangan (sig. 0,014) dan pengelolaan keuangan (sig. 0,001) berpengaruh signifikan terhadap kesiapan finansial, sedangkan gaya hidup (sig. 0,209) tidak berpengaruh

No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
				signifikan. Nilai $R^2 = 0,321$
11.	Nazula Adzhani & Poppy Alvianolita Sanistasya/2025/Pengaruh Self Efficacy, Financial Literacy, dan Financial Inclusion terhadap Fintech Payment Use	X1: Self Efficacy X2: Financial Literacy X3: Financial Inclusion Y: Fintech Payment Use	Kuantitatif, regresi linier berganda (SPSS 30), 100 responden Kota Samarinda	Financial Literacy dan Financial Inclusion berpengaruh signifikan terhadap penggunaan fintech payment (sig. 0,018 dan 0,019), sedangkan Self Efficacy tidak signifikan. $R^2 = 0,293$.
12.	Gustina Hidayat & Atang Hermawan/2024/Behavioral Factors Affecting Personal Financial Management and Savings Habits: A Case Study of Gen Z	X1: Financial Literacy X2: Self-Control X3: Financial Attitude Y: Personal Financial Management & Saving Habits	Kuantitatif, Analisis Regresi Linier Berganda, Responden Generasi Z di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, self-control, dan sikap keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap pengelolaan keuangan dan kebiasaan menabung Generasi Z, dengan literasi keuangan sebagai faktor paling dominan.
13.	Adelia Dwi Nurisaputri, Muhammad Ali Fikri, Eka Shinta Windikasari, &	X1: Financial Knowledge X2: Financial	Kuantitatif, Analisis Regresi Linier Berganda,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial knowledge, financial

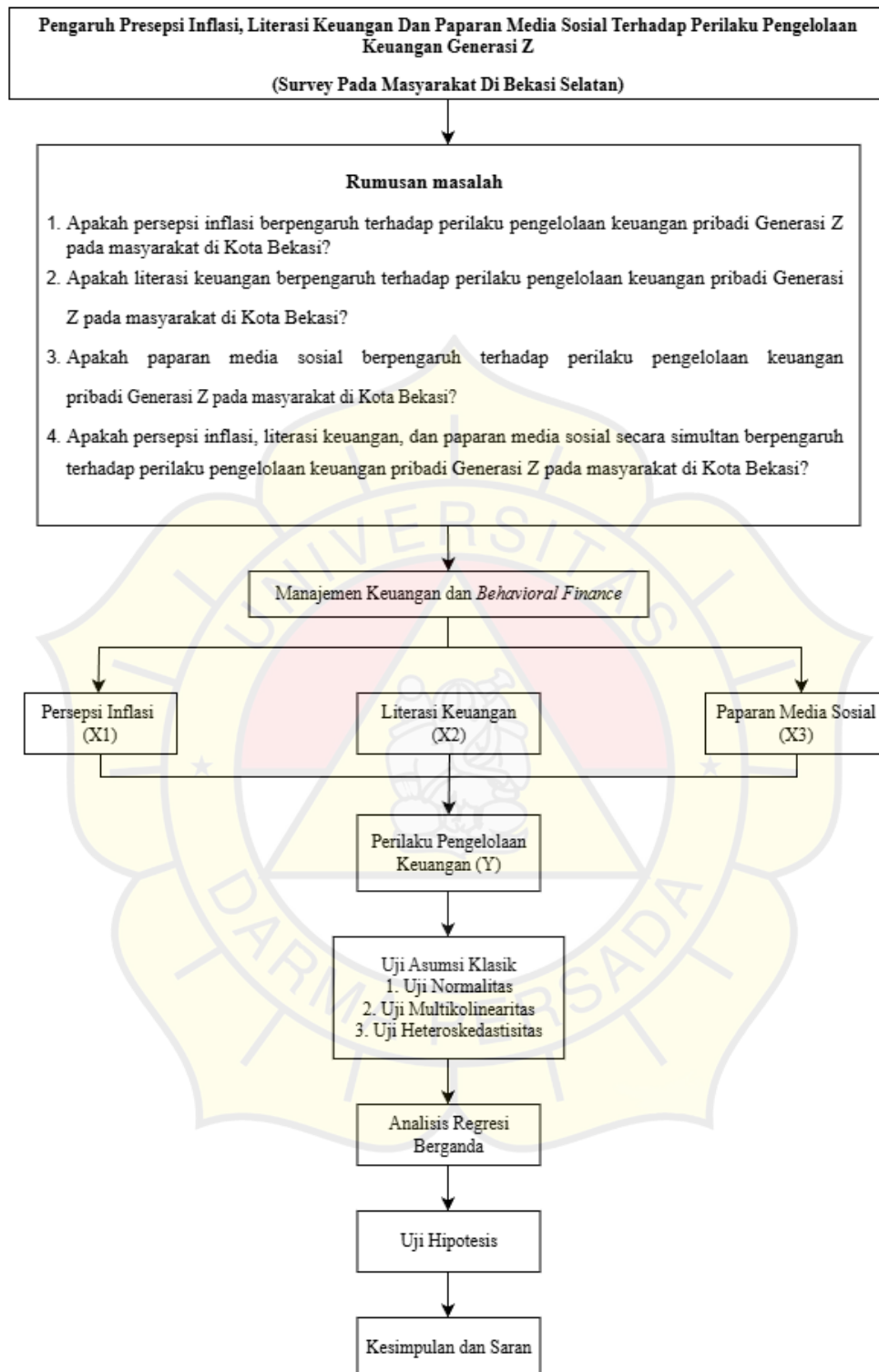
No	Nama Peneliti / Tahun / Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti dan Dimensinya	Metode dan Alat Analisa	Hasil Penelitian
	Made Galih Wisnu Wardana/2024/Financial Management Behavior: The Role of Financial Knowledge, Financial Attitude, and Personality	Attitude X3: Personality Y: Financial Management Behavior	Responden Mahasiswa Universitas Ahmad Dahlan	attitude, dan personality berpengaruh positif signifikan terhadap financial management behavior. Di antara ketiganya, financial attitude memiliki pengaruh paling dominan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Sumber : Dibuat oleh penulis (2025)

2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan gambaran konseptual yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Kerangka ini berfungsi untuk menunjukkan arah berpikir peneliti dalam menjelaskan mengapa dan bagaimana variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y).

Melalui kerangka pemikiran, peneliti ini menjelaskan bagaimana persepsi inflasi, literasi keuangan, dan paparan media sosial berpengaruh pada pengelolaan keuangan. Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : Dibuat oleh penulis (2025)

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Menurut Menurut Sugiyono (2022), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang biasanya diajukan dalam bentuk pertanyaan penelitian. Hipotesis ini bersifat tentatif atau sementara, artinya belum dapat diterima sebagai kebenaran mutlak sebelum melalui proses pengujian dan analisis data empiris. Hipotesis dibuat berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan observasi awal, sehingga dapat memberikan arah bagi penelitian dan membantu peneliti dalam menentukan metode pengumpulan data yang tepat.

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan hipotesis sebagai dugaan sementara terhadap hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Hipotesis tersebut disusun untuk kemudian diuji kebenarannya.

1. Pengaruh Persepsi Inflasi (X1) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{01} : Tidak terdapat pengaruh antara Persepsi Inflasi (X1) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{a1} : Terdapat pengaruh antara Persepsi Inflasi (X1) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

2. Pengaruh Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{a2} : Terdapat pengaruh antara Literasi Keuangan (X2) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

3. Pengaruh Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

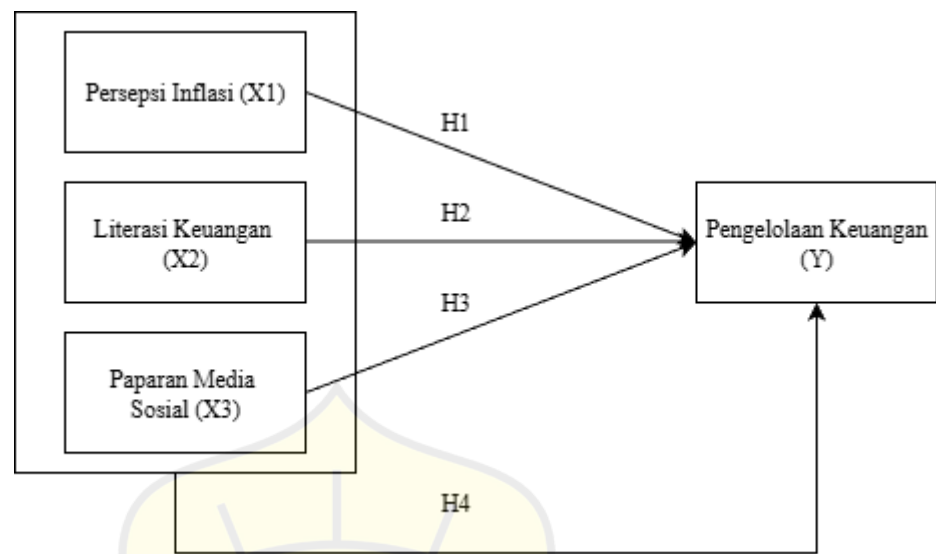
H_{03} : Tidak terdapat pengaruh antara Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{a3} : Terdapat pengaruh antara Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

4. Pengaruh Persepsi Inflasi (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{04} : Tidak terdapat pengaruh antara Persepsi Inflasi (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).

H_{a4} : Terdapat pengaruh antara Persepsi Inflasi (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Paparan Media Sosial (X3) terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Y).



Sumber : Dibuat oleh penulis (2025)

Gambar 2.2 Paradigma Penelitian