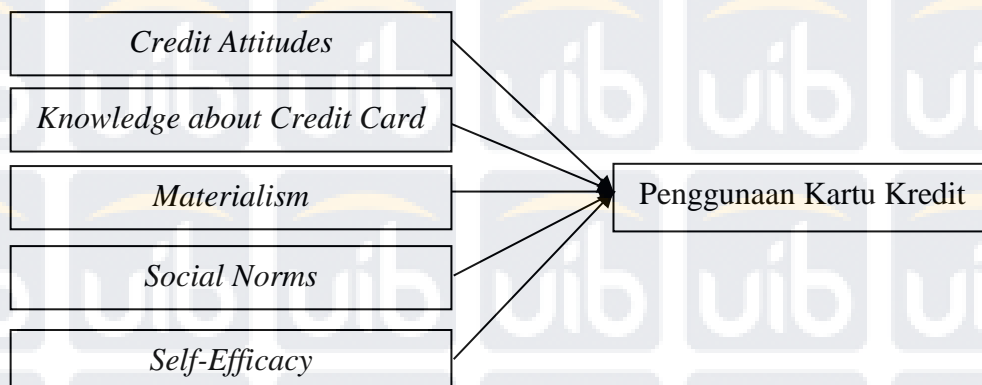


BAB II

KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1. Model Penelitian Terdahulu

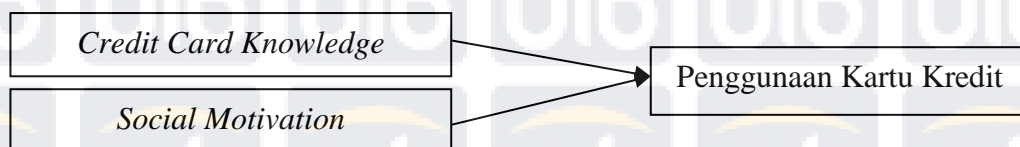
Data sampel dalam penelitian ini terdiri dari 501 generasi Y yang diambil dari dua wilayah di Malaysia, yaitu Valley dan Ipoh yang dikumpulkan selama empat bulan. Kuesioner survei disebarakan melalui *e-survey*, yaitu disebarakan melalui *Facebook* dan *Whatsapp*. Terdiri dari 2 pertanyaan di awal kuesioner yaitu (1) merupakan kelahiran tahun 1980 sampai dengan 1990 dan (2) minimal memiliki 1 kartu kredit, yang tujuannya untuk memastikan bahwa responden mempunyai kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian ini, yaitu kategori generasi Y yang menggunakan kartu kredit. Penelitian ini dilakukan oleh Zainudin, Mahdzan, dan Yeap (2019) dengan tujuan untuk meneliti pengaruhnya *Credit Attitudes*, *Knowledge about Credit Card*, *Materialism*, *Social Norms*, dan *Self-Efficacy* berpengaruh terhadap penggunaan kartu kredit.



Gambar 2.1 Model hubungan *credit attitudes*, *knowledge about credit card*, *materialism*, *social norms*, dan *self-efficacy* berpengaruh terhadap penggunaan kartu kredit, sumber : (Zainudin et al., 2019)

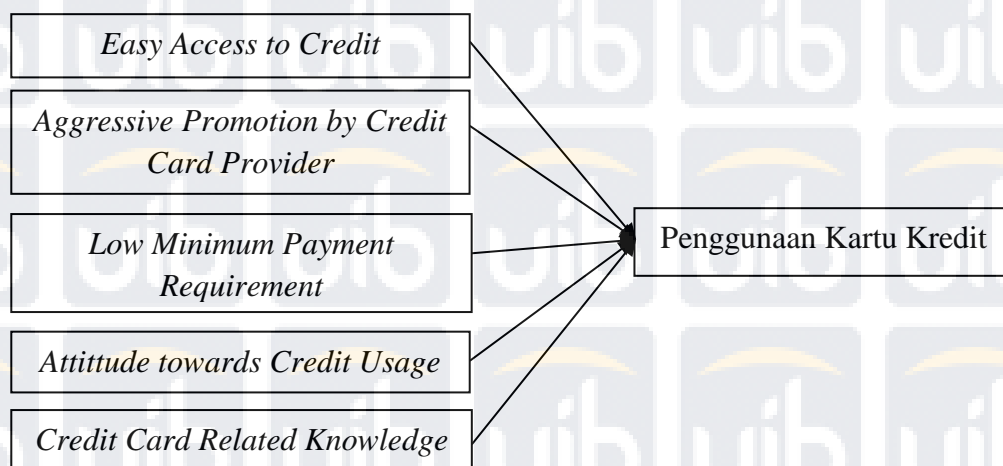
Sebanyak 879 mahasiswa sarjana yang mendaftarkan di universitas Amerika Serikat di minta untuk menyelesaikan survei *online* melalui professor mereka. Tingkat respon yang didapatkan sebesar 49% (431 mahasiswa). Total responden yang dipakai dalam survei ada sebanyak 427 responden. Awal tahapan survei ini diberi pertanyaan apakah mereka mempunyai satu kartu kredit. Hanya mereka yang menjawab mempunyai setidaknya satu kartu kredit yang dapat berikutserta

dalam survei ini. Peneliti yang dilakukan oleh Limbu (2017) mengenai pengaruhnya *Credit Card Knowledge* dan *Social Motivation* terhadap penggunaan kartu kredit ini mendapatkan hasil sekitar 62% adalah perempuan. Usia rata-rata peserta adalah 25 tahun dengan mayoritas peserta adalah Kaukasia (61%). Jumlah rata-rata yang dimiliki adalah dua kartu kredit. Sekitar 26% dari mereka melakukan pelunasan saldo kredit pada akhir setiap bulan.



Gambar 2.2 Model hubungan *credit card knowledge* dan *social motivation* terhadap penggunaan kartu kredit, sumber : (Limbu, 2017)

Studi yang dilaksanakan oleh Mohamed et al. (2016) mengenai pengaruhnya *Easy Access to Credit*, *Aggressive Promotion by Credit Card Provider*, *Low Minimum Payment Requirement*, *Attitude towards Credit usage*, dan *Credit Card Related Knowledge* terhadap penggunaan kartu kredit. Dalam studi ini, kuesioner disebarakan kepada para penggunaan kartu kredit di *KLM Specialist Hospital*. Sebanyak 150 kuesioner yang telah disebarakan, yang dapat digunakan dalam penelitian hanya sebanyak 120 data responden. Survei ini dilakukan pada tanggal 15 sampai dengan 31 Oktober 2015.

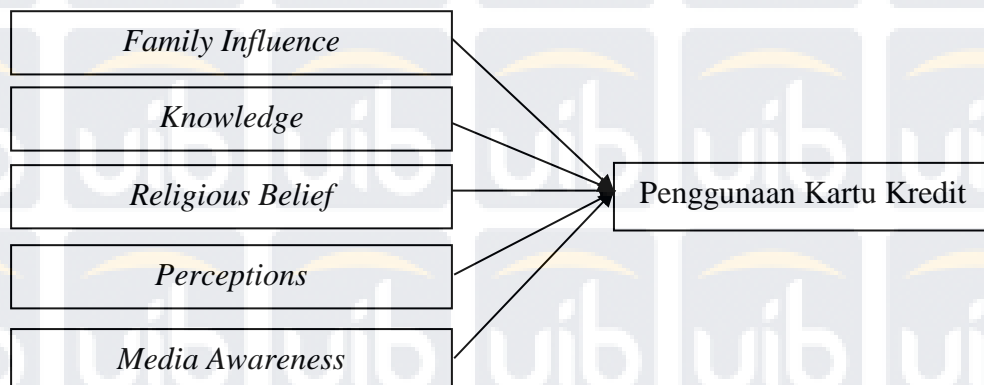


Gambar 2.3 Model hubungan pengaruhnya *easy access to credit*, *aggressive promotion by credit card provider*, *low minimum payment requirement*, *attitude*

towards credit usage, dan *credit card related knowledge* terhadap penggunaan kartu kredit, sumber : (Mohamed et al., 2016)

Ismail, Amin, Shayeri, & Hashim (2014) melakukan penelitiannya dengan cara mengumpulkan informasi demografi responden dengan metode menyebarkan soal kuesioner kepada pekerja yang sedang bekerja di pusat pembelanjaan XYZ yang memiliki kartu kredit. Data yang didapatkan sebanyak 180 responden. Kuesioner dari penelitian ini dibagi menjadi 7 bagian dengan memakai skala Likert dengan nilai satu hingga lima. Dari hasil responden yang didapatkan, terdiri dari 61,1% wanita dan 38,9% pria. Mayoritas responden beragama Muslim (47,2%). Sebanyak 144 responden memiliki kartu kredit atas namanya sendiri, sedangkan 36 responden memiliki kartu kredit tetapi bukan atas nama diri sendiri.

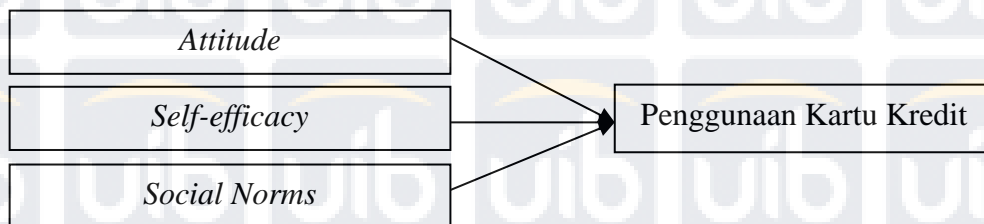
Penelitian yang dilakukan merupakan pengaruhnya *Family Influence*, *Knowledge*, *Religious Belief*, *Perceptions*, dan *Media Awareness* terhadap penggunaan kartu kredit.



Gambar 2.4 Model hubungan *family influence*, *knowledge*, *religious belief*, *perceptions*, dan *media awareness* terhadap penggunaan kartu kredit, sumber : (Ismail, Amin, Shayeri, & Hashim, 2014)

Sampel dari 428 mahasiswa berpartisipasi dalam penelitian ini dan diberi kesempatan untuk memengankan satu dari empat hadiah senilai \$50. Mahasiswa fakultas bisnis ini dianggap mewakili sampel yang cocok karena penelitian ini menunjukkan bahwa mereka mempunyai pemahaman mengenai keuangan yang lebih besar dari pada mahasiswa non-bisnis. Dari mahasiswa yang telah berpartisipasi, 50 di antara mereka tidak mempunyai kartu kredit dan 151 mahasiswa tidak melengkapi kuesioner mereka sehingga hasil tanggapan mereka

tidak dapat dilanjutkan untuk melakukan penelitian. Sampel yang digunakan ada sebanyak 228 responden. Skala usia mereka dimulai dari usia 18 tahun sampai dengan 46 tahun. Hasil sampel menunjukkan bahwa 60,46% responden adalah laki-laki dan 39,54% adalah perempuan. Studi ini dilakukan oleh Sotiropoulos & d'Astous (2013) mengenai pengaruhnya *Attitude*, *Self-efficacy*, dan *Social Norms* terhadap penggunaan kartu kredit.



Gambar 2.5 Model hubungan pengaruhnya *attitude*, *self-efficacy*, dan *social norms* terhadap penggunaan kartu kredit, sumber: (Sotiropoulos & d'Astous, 2013)

Pradhan, Israel, & Jena (2018) melakukan penelitian mengenai pengaruhnya *materialism* terhadap penggunaan kartu kredit. Hasil survei yang dikumpulkan ada sebanyak 421 responden. Hasil menyatakan survei terdiri dari 292 laki-laki (69,35%), dan 129 perempuan (30,65%). Semua responden berusia 18 tahun keatas. 211 responden berusia diantara 18 sampai dengan 29 tahun; 127 responden berusia 30 sampai dengan 35 tahun; 46 responden berusia 36 sampai dengan 40 tahun; dan 37 responden berusia dia atas 40 tahun.

Penelitian yang dilakukan oleh Yao & Meng (2018) merupakan pengaruhnya *demographic characteristics*, *parental socioeconomic status*, *financial confidence and satisfaction* dan *sources and level of financial knowledge* terhadap penggunaan kartu kredit oleh mahasiswa di Cina. Pengumpulan data reaseponden dilakukan pada tahun 2014 dengan via internet dan aplikasi *WeChat*. Responden merupakan mahasiswa yang berasal dari 10 universitas yang terletak di Beijing dan Tianjin, Cina. Hasil final dari sampel terdiri dari 499 responden (49,1% laki-laki, 50,9% perempuan). Rata-rata usia responden adalah umur 19 tahun. Sebagian besar mahasiswa (94,8%) melaporkan bahwa mereka memiliki antara satu dan tiga kartu kredit, dan 5,2% melaporkan mempunyai empat atau lebih kartu kredit.

Populasi di Karachi memiliki estimasi sebanyak 18 juta orang. Sampel data berasal dari mahasiswa maupun pengusaha. Metode *convenience sampling* telah digunakan dalam penelitian ini dikarenakan populasi yang tersebar. Sebanyak 400 kuesioner yang disebar, terdapat 372 data responden yang dapat digunakan dalam penelitian pengaruhnya *income, education, age, gender, perceptions of benefits* dan *perceptions of risks* yang dilakukan oleh Qureshi, Baqai, Qureshi, Zulfikar, & Bhutto (2018).

Analisis penelitian yang dilakukan oleh Payne & Asebedo (2018), fokus pada orang Amerika dengan usia 50 tahun. Studi menggunakan pertanyaan tentang beragam topik seperti kemampuan kognitif, keadaan kehidupan, kesehatan, dan status social ekonomi. Survei dilakukan diantara Februari 2010 dan Februari 2011. Payne & Asebedo (2018) meneliti pengaruhnya *financial self-efficacy* terhadap penggunaan kartu kredit.

Penelitian mengenai pengaruhnya *budget habits, personality traits, demopgraphics (age, gender), credit card information* dan *college academics* terhadap menggunakan kartu kredit ini dilakukan oleh Paul, Nolan, & Smith-Hunter (2017). Responden dalam studi penyelidikan harus sudah memenuhi syarat atau kriteria yang ada seperti : mahasiswa memiliki saldo kartu kredit sebesar \$1,000 atau lebih, mahasiswa yang menunggak pembayaran kartu kredit selama dua bulan atau lebih, seorang mahasiswa telah mencapai batas kartu kreditnya, dan mahasiswa yang melunasi saldo kartu kredit mereka beberapa kali atau tidak pernah.

Pengaruhnya *availability of information, characteristics of card issuers, perceived usefulness, card use intention, dan general satisfaction* dapat berpengaruh terhadap seseorang dalam menggunakan kartu kreditnya. Penelitian ini melakukan survei di universitas yang terdapat di negara Sri Lanka, yaitu *University of Sri Jayewardenepura*. Populasi pada riset yang dilaksanakan oleh Sriyalatha (2016) merupakan dosen Fakultas Studi Manajemen dan Perdagangan. Sebanyak 200 kuesioner di sebar melalui *Google form* kepada akademis yang merupakan bagian dari fakultas manajemen dan perdagangan, dimana sebanyak 94 yang dapat dianggap valid. Pertanyaan yang berdasarkan skala likert dibuat dengan tujuan mendapatkan sikap mahasiswa dalam penggunaan kartu kredit.

Dewri, Islam, & Saha (2016) melakukan penelitian pengaruhnya *high earners, senior citizens, external factors, credit card features, gender* dan *profession* dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit pada seseorang. Menurut Bank Sentral Bangladesh ada sebanyak empat juta pemegang kartu kredit yang berlaku di Bangladesh. Peneliti mencoba untuk mengumpulkan sebanyak 500 responden dan yang didapatkan ada sebanyak 390 responden. Data dikumpulkan dengan cara menggunakan sosial media dan *email*.

Pengaruhnya *individual characteristics* dan *self-esteem* dapat mempengaruhi penggunaan kartu seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh Simanjuntak (2016) melakukan survei dengan menggunakan metode *google form*. *Google form* tersebut disebar di social media seperti *Facebook, WhatsApp, Line* dan *BBM*. Jumlah responden yang didapatkan dalam penelitian ini ada sebanyak 60 responden wanita. Penelitian ini menggunakan aplikasi software SPSS untuk melakukan penelitian yang lebih lanjut.

Awareness, function dimension, cost, socio-psycho dan *religious belief* dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kartu kredit. Peneliti ini dilakukan di kota Karachi, Pakistan oleh Syed et al. (2015). Total populasi negara Pakistan ada sebanyak 220 juta penduduk. Ukuran sampel di ambil dengan cara menggunakan pendekatan yang canggih untuk menghitung ukuran sampel yang merupakan *Confidence Interval Approach* dengan margin kesalahan kurang lebih 10% dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% yang memberi ukuran sampel sebesar 96. Peneliti tidak yakin bagaimana hasil individu dalam merespon kuesioner ini, sehingga mereka meningkatkan jumlah target mereka menjadi 105 atau pun lebih. Kuesioner terbagi menjadi dua elemen; yang pertama mengenai pertanyaan demografi yang dapat membantu peneliti dalam menentukan jenis penggunaan kartu kredit. Bagian kedua terdiri dari 19 pertanyaan yang mencakup variabel dependen dan variabel independen yang diukur menggunakan skala likerts yang berskala dari 1 sampai 5.

Pengaruhnya *personal financial knowledge* dan *personal financial attitude* dapat terhadap *buying decision using credit card* merupakan penelitian yang dilakukan oleh Andre (2015). Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagi kuesioner dengan menggunakan skala likerts. Data yang didapatkan kemudian

diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Data yang terkumpul ada sebanyak 50 responden Data diambil dari orang yang tinggal di Manado dan tentunya merupakan pemegang kartu kredit.

Penelitian yang dilakukan oleh Awanis & Chi Cui (2014), menyatakan pengaruhnya variabel *consumer susceptibility* berpengaruh terhadap penggunaan kartu kredit. Peneliti terfokus kepada para pengguna kartu kredit muda yang berada di Singapura, Malaysia dan Amerika Serikat. Pengeluaran kartu kredit konsumen Singapura sangatlah hemat dan berorientasi pada penghematan biaya dan promosi. Negara Singapura menerapkan peraturan penggunaan kartu kredit yang ketat, seperti batasan usia (minimum 21 tahun) untuk memiliki kartu kredit. Sebaliknya, pengeluaran kartu kredit konsumen Malaysia berorientasi pada status, karena mereka cenderung menggunakan kartu kredit untuk mendanai selera mereka untuk merek dan produk yang meningkatkan gaya hidup mereka, serta mencerminkan kedudukan social dan kesehatan keuangan yang lebih tinggi.

Omar, Rahim, Wel, & Alam (2014) meneliti pengaruhnya *self-esteem*, *materialism* dan *impulsive buying* terhadap penggunaan kartu kredit. Populasi dalam penelitian merupakan para pemegang kartu kredit yang tinggal ataupun yang bekerja di daerah Klang Valley, Malaysia. Sebanyak 230 responden yang telah terkumpul dalam penelitian ini. Setelah dilakukannya pembersihan dan pengeditan data, data yang akan dilakukan analisis berikutnya ada sebanyak 186 responden. Mayoritas responden dalam penelitian merupakan mereka yang berusia 20 sampai dengan 30 tahun (47,3%).

Pengaruhnya faktor demographics, *bank policies*, dan *attitudes towards money* dapat berpengaruh tentang penggunaan kartu kredit orang Malaysia. Studi berikut merupakan studi yang dilaksanakan oleh Teoh, Chong, & Yong (2013). Sebanyak 200 kuesioner telah disebarakan kepada para pengguna kartu kredit di Malaysia, khususnya di Selangor dan Malacca. Selangor telah diakui sebagai salah satu ekonomi utama di negara Malaysia, sementara itu Malacca secara ekonomi berkembang secara pesat. Kuesioner yang telah disebarakan, hanya sebanyak 150 responden yang setuju untuk berpartisipasi dalam penyelidikan ini. Daftar pertanyaan tersebut terdiri dari 4 bagian. Elemen pertama berupa daftar pertanyaan yang bersangkutan pada pertanyaan demografi seperti usia, pendapatan,

dan lain-lain. Bagian kedua terdiri dari 7 pertanyaan yang berisi tentang informasi yang berhubungan dengan kartu kredit. Bagian ketiga terdiri dari pertanyaan yang bersangkutan mengenai kebijakan bank, dan bagian keempat tentang persepsi seseorang dalam sikap terhadap uang. Bagian ketiga dan keempat masing-masing memiliki pertanyaan sebanyak 9 dan 14 pertanyaan.

Faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit dapat berupa faktor *age, gender, income level, occupation, dan lifestyle*. Faktor tersebut merupakan studi yang dilaksanakan oleh Mohamed et al. (2016). Penilaian penelitian ini menggunakan ukuran skala Likert yang skala pengukurannya terdiri dari lima kategori. Para peneliti mengambil sebanyak 200 responden untuk melakukan penelitian ini, akan tetapi hanya 150 responden yang berhasil dikumpul balik. Hasil data tercatat bahwa mayoritas responden berusia dari 30 sampai dengan 40 tahun. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 17.0.

Limbu, Huhmann, & Xu (2012) meneliti pengaruhnya *age, gender, materialism* dan *parental influence* dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit seorang mahasiswa. Responden dari penelitian ini merupakan mahasiswa yang berasal dari *Northeastern US University*. Tidak hanya mahasiswa, orang tua atau orang dewasa juga diminta untuk mengikut serta dalam penelitian ini. Sampel akhir terdiri dari 161 mahasiswa dan 195 orang dewasa. Sebanyak 58% mahasiswa dan 60% orang dewasa adalah laki-laki. Rata-rata usia mahasiswa adalah 24 tahun dan 49 tahun untuk orang dewasa.

Financial cost, knowledge on Islamic credit card, attitude in Islamic credit card, financial recommendation, dan demographic items merupakan variabel yang dapat mempengaruhi niat penggunaan kartu kredit Islami. Variabel tersebut merupakan penelitian yang dilakukan oleh Amin (2012). Survei ini berfokus pada kemungkinan penggunaan kartu kredit Islam oleh pelanggan bank lokal dalam konteks Malaysia. Metode pengumpulan data didasarkan pada kuesioner yang dikelola secara pribadi untuk pelanggan bank pada bulan September sampai November. Penelitian ini berfokus pada niat penggunaan pelanggan bank daripada penggunaan aktual. Para responden dipilih karena pendapat mereka bahwa mereka dapat menjadi pengguna potensial untuk kartu kredit Islam. Sampel yang dapat

diterima untuk penelitian ini adalah sebanyak 75 peserta. Studi ini telah berhasil mengumpulkan 370 kuesioner, dan hanya 354 yang dapat digunakan. Sisa kuesioner yang tidak digunakan diakibatkan karena tidak lengkap atau kurang kerjasama oleh responden.

Penelitian yang dilakukan Wickramasinghe & Gurugamage (2012) merupakan pengaruhnya *knowledge about credit cards, perceived lifestyle* dan *demographics and socio economics characteristics* terhadap penggunaan kartu kredit. Penelitian ini dilakukan kepada orang yang telah menggunakan kartu kredit di negara Sri Lanka. Terdapat tiga jenis kartu kredit di Sri Lanka, yaitu *Visa, MasterCard* dan *American Express*. Hasil survei menyatakan bahwa menggunakan kartu kredit *Visa* mencakup 80% dari responden, selanjutnya *MasterCard* sebanyak 12% dan *American Express* sebesar 8%. Total sampel dari penelitian ini ada sebanyak 177 responden. Karakteristik dari sampel menyatakan bahwa 77% merupakan laki-laki dan 23% merupakan perempuan. Mayoritas responden berusia diantara 26 sampai dengan 35 tahun (44%).

Survei yang dilakukan oleh Worthington, Thompson, & Stewart (2011) berlokasi di provinsi Zhejiang yang merupakan provinsi yang paling maju di negara China. Provinsi Zhejiang memiliki pendapatan per capita yang tinggi sehingga mempunyai potensi yang besar dalam menggunakan kartu kredit. Survey dilakukan di *University of Nottingham Ningbo China (UNNC)*, yang biaya kuliahnya sepuluh kali biaya universitas regular lainnya. Kuesioner disebarikan kepada 156 mahasiswa sarjana dan pascasarjana di UNNC pada tahun 2009. Hasil sampel menyatakan rata-rata umur dari mahasiswa pascasarjana adalah 26 dan mahasiswa sarjana memiliki rata-rata 21. Mahasiswa pascasarjana mempunyai pendapatan median sebesar 45,000 RMB p.a. dan untuk mahasiswa sarjana ada sebanyak 20,000 RMB p.a. Mayoritas dari responden merupakan perempuan yang memiliki persentase sebesar 69%. Sebanyak 71% mahasiswa sarjana memiliki satu kartu kredit, sedangkan untuk mahasiswa pascasarjana memiliki lebih dari satu kartu kredit (57%). Sebesar 73% mahasiswa menggunakan kartu kredit mereka sebanyak satu sampai dengan dua kali dalam sebulan.

Money left over dan *employment status* dapat mempengaruhi dalam penggunaan kartu kredit seseorang. Penelitian ini dilakukan di *New York City* oleh

Fogel & Schneider (2011). Peserta dalam penelitian ini terdiri dari 301 mahasiswa yang sedang mengikut serta dalam kuliah umum di New York City. Penelitian diukur dengan menggunakan program SPSS versi 17. Rata-rata usia dalam penelitian adalah umur 22 tahun. Hampir tiga per lima dari mereka adalah perempuan dan lebih dari tiga per lima adalah mereka yang lahir di *United States*. Sebagian besar dari mereka mempunyai pekerjaan *part-time*.

Robb (2011) menyatakan adanya pengaruh *financial knowledge* terhadap penggunaan kartu kredit. Suatu survei *online* telah dilakukan pada tahun 2007 untuk meneliti penggunaan kartu kredit dan cara mengatur keuangan pribadi oleh seorang mahasiswa. Sebanyak 25,580 mahasiswa diundang untuk mengikuti survei melalui via e-mail. Dari total 2,723 (11%) respon yang telah diterima, yang dapat digunakan hanya sebanyak 1,354 (5%) yang dapat digunakan. Sebesar 68.61% merupakan perempuan. Pertanyaan variabel *financial knowledge* terdiri dari 6 item pertanyaan. Setiap pertanyaan dipilih untuk mengukur aspek yang berbeda dari pengetahuan keuangan pribadi, dan untuk mengatasi jenis informasi keuangan umum yang akan dibahas dalam kelas pengantar mengenai keuangan pribadi.

Money attitude, the satisfaction with life, credit card attitude, risk attitude, dan *unrealistic optimism* merupakan variabel yang dapat mempengaruhi seseorang dalam menggunakan kartu kredit. Model hunungan ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh Wang, L., Lv W., & Jiang (2011). Survei mulai dialukan pada bulan Juni 2008 sampai dengan Desember 2008. Mayoritas dari penelitian ini merupakan pria yang memiliki usia dibawah 35 tahun dan memiliki gelar kesarjana. Mayoritas subjek memiliki penghasilan bulanan sebesar 4.000 yen. Kuesioner yang diberikan menggunakan pengukuran skala likert.

Financial risk merupakan variabel yang dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit oleh mahasiswa. Penelitian ini dilakukan oleh C. Robb & Pinto (2010). Survei *online* telah dilakukan pada penelitian ini dengan cara mengirimkan *e-mail* kepada mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari 2 universitas yaitu *Southeast* (mahasiswa sebanyak 22.000 orang) dan *Midwest* (mahasiswa sebanyak 25.000 orang) pada saat musim semi tahun 2007. Sebanyak 3.008 hasil survei yang dapat digunnakan dan dilanjutkan untuk melakakun penelitian

selanjutnya. Setiap responden berhasil untuk menjawab sebanyak 83 pertanyaan mengenai informasi demografi dan isu keuangan pribadi. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah mahasiswa yang berusia dibawah 25 tahun, sehingga total responden yang dapat digunakan adalah sebanyak 2.197. Sampel ini hanya berfokus pada mahasiswa yang telah menggunakan kartu kredit sehingga hasil sampel berkurang menjadi 1.244.

Sidoti & Devasagayam (2010) melakukan penelitian bahwa adanya pengaruh *materialistic value* dan *risk attitude* terhadap penggunaan kartu kredit oleh mahasiswa. Survei ini dilakukan secara online dengan cara mendistribusikan kuesioner melalui *Facebook* dan juga melalui *e-mail*. Sebanyak 350 hasil responden telah diterima dan setelah melakukan pengecekan bahwa responden yang dapat digunakan hanya sebesar 335 responden. Sampel ini terdiri mahasiswa yang berasal dari 16 negara bagian dari *California* ke *Connecticut*, dan dari *Florida* ke *Montana*. Sebesar 45% dari 335 responden (127) merupakan mahasiswa yang berumur dari 18-20 tahun. 69% responden merupakan perempuan. Sampel termasuk mahasiswa dari fakultas bisnis, humaniora dan ilmu alam.

Kerangka sampel untuk penelitian Mansor & Mat (2009) ini dipilih dari kantor registrasi masing-masing perguruan tinggi. Penelitian ini mengadopsi kuesioner yang dikelola secara pribadi untuk mengumpulkan data dari responden yang mencakup profesor, profesor terkait, dosen, asisten dosen dan juga tutor dari tujuh Pembelajaran Pendidikan Tinggi Publik di Negara Bagian Kelantan dan Terengganu. Diketahui bahwa ukuran populasi 1880, ukuran sampel yang sesuai yang disarankan harus 291 responden (305 digunakan untuk penelitian). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruhnya *demographic elements* terhadap penggunaan kartu kredit Islami.

2.2 Definisi Variabel Dependen

Angka kepemilikan dan penggunaan kartu kredit telah meningkat di seluruh dunia secara signifikan dalam beberapa dekade terakhir ini. Cara pembayaran ini telah mencapai kepopuleran dalam berbelanja dan layanan jenis lainnya seperti pembayaran tagihan utilitas dan juga pembayaran online yang

merupakan metode pembayaran yang sangat mudah sebagai pengganti uang tunai, cek atau cara pembayaran lainnya (Petra, 2013). Penggunaan kartu kredit memungkinkan pemegang kartu untuk membeli dan memperoleh barang ataupun layanan lainnya tanpa membayar tunai dan karenanya dapat menghilangkan beban dalam membawa uang tunai (Wang, A. 2011). Jenis pembayaran yang nyaman dan populer ini telah menjadi suatu alat penting dalam mendukung gaya hidup yang bersifat modern.

Pembayaran tanpa menggunakan uang tunai ini merupakan sumber pinjaman jangka pendek. Mekanisme yang bersifat “beli sekarang, bayar nanti” ini dapat membuat pengguna untuk menunda pembayaran di masa yang akan datang. Pada saat pemilik kartu kredit memutuskan untuk mempunyai saldo terhutang, maka saldo tersebut akan diuruskan ke suatu siklus penagihan di bulan berikutnya dalam bentuk hutang kartu kredit. Hutang kartu kredit bersifat fleksibel dan juga tidak diperlukan jaminan untuk pembayaran tidak seperti jenis hutang lainnya. Pemilik kartu memiliki pilihan untuk memutuskan kapan akan melunasi hutang mereka dengan kenyamanan mereka sendiri.

Karena tidak dibutuhkannya jaminan dalam menggunakan kartu kredit, sehingga sering terjadinya penyalahgunaan kartu kredit dan juga terjadinya bangkrut akibat tidak dapat membayar hutang kartu yang dimiliki. Penyalahgunaan kartu kredit menunjukkan pada pengeluaran yang secara berlebihan dan tidak bertanggung jawab dalam menggunakan kartu kredit sehingga menimbulkan hutang yang besar (Omar et al., 2014; Palan et al., 2011; Sidoti & Devasagayam, 2010). Menurut Omar, Rahim, Wel, & Alam, 2014 menyatakan bahwa pengguna kartu kredit yang memiliki harga diri yang rendah cenderung lebih menyalahgunakan kartu kredit mereka. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa sikap materialistis seseorang dan juga berpengaruh pada penyalahgunaan kartu kredit (Omar et al., 2014).

Dengan memahami faktor-faktor dalam penyalahgunaan kartu kredit di kalangan generasi Z sangat penting bagi pemasar kartu kredit karena dapat mengarah pada peningkatkan program pendidikan dan perilaku penggunaan kartu kredit yang kurang berisiko. Penyalahgunaan kartu kredit dapat mempengaruhi

kegigihan siswa di perguruan tinggi dan memiliki pengaruh pribadi yang lama pada sejarah kredit (Robb et al., 2012).

2.3 Hubungan antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Variabel *Credit Attitudes* terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Sikap dari seseorang dalam menggunakan kartu kredit dapat memengaruhi perilaku belanja kartu kredit mereka (Zainudin et al., 2019). Suatu studi menyatakan bahwa konsumen yang lebih muda mempunyai sikap yang lebih positif dibandingkan dengan konsumen yang lebih tua dalam menggunakan kartu kredit. Hal ini dikarenakan bahwa konsumen yang muda percaya bahwa dalam waktu dekat mereka akan mendapatkan uang yang lebih banyak, sehingga mereka bersedia untuk menundakan tagihan mereka (Mohamed et al., 2016).

Menurut peneliti yang dilaksanakan oleh Zainudin et al. (2019) menyebutkan bahwa *credit attitudes* berdampak signifikan positif terhadap penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di Malaysia. Hasil dari studi ini juga didukung dengan beberapa penelitian lainnya seperti Sotiropoulos & d'Astous (2013) dan L. Wang et al. (2011). Sedangkan studi yang dilaksanakan oleh Mohamed et al., (2016) menyebutkan bahwa tidak ada terjadinya dampak yang signifikan diantara *credit attitudes* dan penggunaan kartu kredit.

2.3.2 Pengaruh Variabel *Knowledge about Credit Card* terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Kutipan terkenal yang berasal dari Nicholas Lang menegaskan bahwa “Ketidaktahuan adalah kemalangan yang sukarela”. Orang yang memiliki pengetahuan yang tinggi mengenai kartu kredit dapat mengatur pengeluaran mereka. Didukung dengan argumen bahwa orang yang rasional dapat dengan jelas mengetahui masalah keuangan apa yang dapat timbul apabila mengeluarkan uang lebih banyak (Zainudin et al., 2019). Menurut Seaward dan Kemp (2000) menyatakan bahwa orang yang memiliki hutang adalah mereka yang meremehkan periode pembayaran. Kurangnya pengetahuan dalam kartu kredit dan tidak memahami konsekuensi adanya hutang cenderung mengakibatkan penyalahgunaan dalam menggunakan kartu kredit.

Knowledge about credit card mempunyai dampak negatif terhadap penggunaan kartu kredit, hal ini merupakan penelitian yang dilakukan oleh Limbu (2017) sedangkan hasil dari penelitian Zainudin et al. (2019) mempunyai hasil yang tidak signifikan. Dijelaskan bahwa tingkat pengetahuan yang rendah tentang kartu kredit berarti bahwa mereka cenderung menyalahgunakan kartu kredit mereka. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamed et al., (2016); Ismail, Amin, Shayeri, & Hashim (2014) menyatakan bahwa adanya signifikan positif yang terjadi pada hubungan antara credit card knowledge dan penggunaan kartu kredit.

2.3.3 Pengaruh Variabel *Materialism* terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Kaum materialis percaya bahwa perolehan barang-barang material adalah indikator utama dalam kesuksesan dan kunci dalam mencapai kebahagiaan dan tujuan hidup (Zainudin et al., 2019). Dalam mencapai status sosial tertentu, kaum materialistis sangat aktif dalam mencari dan membeli barang-barang yang bersifat mewah. Konsumen yang materialistis cenderung melihat diri mereka sebagai orang yang pemboros dan membelanjakan lebih banyak uang, sehingga mereka cenderung lebih sering menggunakan kartu kredit mereka. Hal ini dapat mengakibatkan meningkatkan hutang yang tinggi dibanding mereka yang mempunyai tingkat materialisme yang rendah (Limbu et al., 2012).

Studi yang dilakukan Zainudin et al. (2019) ; Pradhan et al. (2018) Limbu et al. (2012) dan Sidoti & Devasagayam (2010) membuktikan bahwa *materialism* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit. Bukti menandakan bahwa materialis akan mendorong kecenderungan dalam menyalahgunakan kartu kredit seseorang. Berbeda dengan studi yang dilaksanakan oleh Omar et al. (2014) yang menjelaskan tidak adanya dampak yang signifikan antara variable *materialism* dengan penggunaan kartu kredit.

2.3.4 Pengaruh Variabel *Social Norms* terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Social Norms didefinisikan sebagai spesifikasi perilaku yang diinginkan yang memberi sanksi pada suatu komunitas. Sayangnya, penggunaan hutang yang berlebihan telah menjadi norma sosial di antara masyarakat saat ini. Santos et al. (2019) menemukan bahwa perbandingan sosial adalah pendorong yang kuat

dalam mengarah peningkatan penggunaan kartu kredit. Sotiropoulos dan d'Astous (2012) menyelidiki dampak dari norma deskriptif dan prespektif bersama dengan ikatan social pada pengeluaran yang berlebihan pada kartu kredit. Norma-norma sosial ditemukan berkontribusi signifikan terhadap pengeluaran yang berlebihan dalam menggunakan kartu kredit. (Sotiropoulos & d'Astous, 2012).

Variabel *social norm* menurut penelitian Zainudin et al. (2019); Sotiropoulos & d'Astous (2013) mempunyai hasil yang menyatakan signifikan positif. Hasil penelitian menyatakan bahwa rekan-rekan dapat mendorong seseorang dalam menyalahgunakan kartu kredit. Semakin banyaknya teman yang bertindak tidak bertanggung jawab atas kartu kredit, semakin besar kecenderungan pengeluaran yang berlebihan pada kartu kredit.

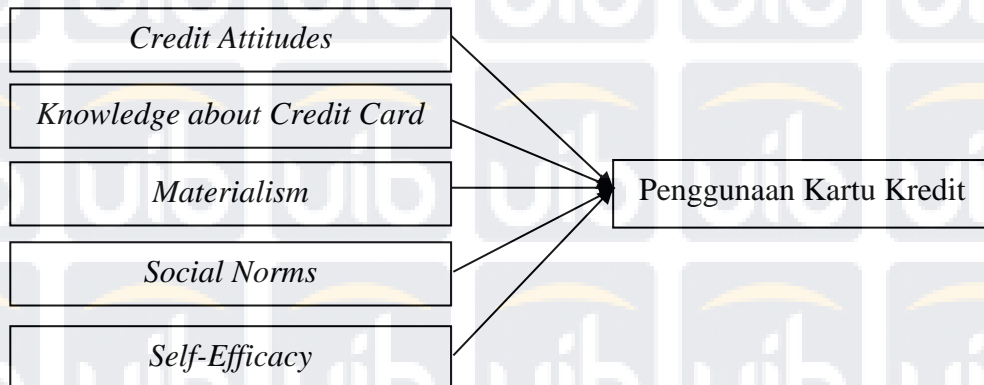
2.3.5 Pengaruh Variabel *Self-Efficacy* terhadap Penggunaan Kartu Kredit

Self-Efficacy diartikan sebagai keyakinan individu mengenai kemampuannya dalam mengendalikan peristiwa yang dapat mempengaruhi hidupnya. Pada saat seorang individu mempunyai kepercayaan diri finansial, mereka cenderung mengelola aktivitas keuangan mereka dengan percaya diri dan ini dapat mempengaruhi penggunaan kartu kredit mereka (Santos et al., 2016). Individu yang kurang efikasi diri lebih cenderung menunjukkan perilaku keuangan negatif, termasuk penyalahgunaan kartu kredit dan mempertahankan tingkat hutang kartu kredit yang tinggi (Gathergood, 2011; Limbu, 2017).

Zainudin et al. (2019) dan Payne & Asebedo (2018) menyatakan bahwa *self-efficacy* memberi dampak yang negatif terhadap penyalahgunaan dalam menggunakan kartu kredit. Hal ini dijelaskan bahwa ketika seseorang memiliki kepercayaan diri yang lebih rendah dalam mencapai hasil masa depan mereka (kurang *self-efficacy*), mereka cenderung menyalahgunakan kartu kredit mereka. Sotiropoulos & d'Astous (2013) menyatakan bahwa terjadinya signifikan positif yang terjadi antara *self-efficacy* terhadap penggunaan kartu kredit.

2.4 Model Hipotesis dan Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan dan jawaban sesaat mengenai masalah yang telah timbul dan masih merupakan bawaan dugaan yang harus membuktikan atas kebenarannya. Hipotesis berikut diartikan untuk memberi arahan untuk melakukan analisis penelitian. Adanya beberapa hipotesis yang ditentukan dalam pembuatan penelitian ini sesuai dengan replica dari Zainudin et al. (2019) adalah :



Gambar 2.6 Model hubungan pengaruhnya *credit attitude*, *knowledge about credit card*, *materialism*, *social norms*, dan *self-efficacy* terhadap penggunaan kartu kredit.

2.4.1 Perumusan Hipotesis

- H1 : *Credit Attitudes* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di kota Batam.
- H2 : *Knowledge about Credit Card* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di kota Batam.
- H3 : *Materialism* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di kota Batam.
- H4 : *Social Norms* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di kota Batam.
- H5 : *Self-Efficacy* berdampak signifikan positif atas penggunaan kartu kredit oleh generasi Z di kota Batam.