

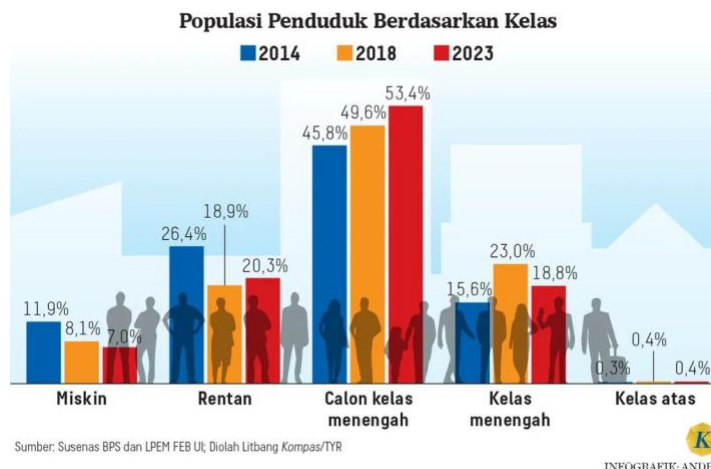
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini, gaya hidup *frugal* telah menjadi tren yang semakin populer diadopsi oleh masyarakat Indonesia. Pada media sosial TikTok, #FrugalLiving digunakan pada 52.7 ribu postingan, sementara pada media sosial Instagram, #FrugalLiving telah digunakan pada 806 ribu postingan. *Frugal living* dapat diartikan sebagai gaya hidup yang menerapkan perilaku berhemat yang membuat individu memfokuskan pengeluaran pada kebutuhan primer dan cenderung memilih produk fungsional dan berkualitas dibandingkan dengan keinginan akan produk bermerek yang mahal (Haristianti, 2024). Namun, *frugal living* seringkali diartikan sebagai gaya hidup yang serba kekurangan, pelit, irit, ataupun miskin. Padahal gaya hidup *frugal* bertujuan untuk mengelola keuangan dan mencapai kestabilan secara finansial (Antara, 2024). Hal ini ditegaskan dalam buku *Frugal Living for Dummies*, *frugal living* merupakan pilihan hidup dengan bertindak hemat sesuai kemampuan, menjadi ekonomis, bijak dalam menggunakan dana, tanpa merasa kekurangan (Taylor-Hough, 2003).

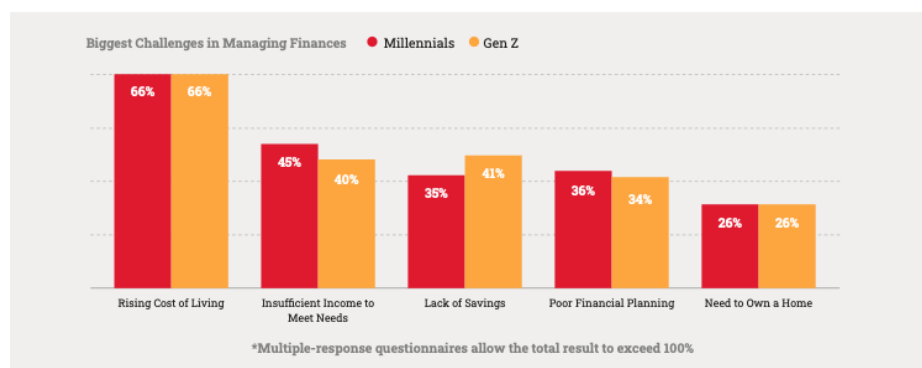
Frugal living merupakan gaya hidup yang berkembang karena adanya perubahan budaya dan munculnya kesadaran kolektif untuk tidak berperilaku konsumtif. Perkembangan *frugal living* dimulai karena terjadinya krisis ekonomi di Amerika Serikat (The Great Depression) pada tahun 1929-1939 (Ningsih, 2023). *Frugal living* terus berkembang pada awal tahun 1990-an dengan hadirnya gerakan Financial Independence Retire Early (FIRE) dan diperbincangkan melalui internet (forum dan blog) di tahun 2000-an (Inayati et al., 2024; Taylor & Davies, 2021). Tujuan gerakan FIRE yang melibatkan penerapan gaya hidup *frugal* ini, bertujuan untuk mencapai kehidupan yang memuaskan dan kemerdekaan finansial. Pada tahun 2021, Professor John White mengungkapkan bahwa pandemi Covid-19 dan perubahan iklim menjadi momentum yang tepat dalam menerapkan *frugal living* pada generasi muda. Masyarakat Indonesia sendiri mulai ramai menerapkan *frugal living* semenjak terjadinya pandemi Covid-19.



Gambar 1.1 Pergeseran Kelas Ekonomi Penduduk Indonesia
Sumber: Litbang Kompas, 2024

Pandemi Covid-19 menyebabkan banyak perubahan ekonomi dan sosial di Indonesia (Soelistianingsih, 2025). Sumber pendapatan yang terbatas dan kebutuhan yang terus melonjak pada pandemi Covid-19 membuat banyak masyarakat Indonesia menerapkan *frugal living*. Bahkan ketika pandemi Covid-19 berakhir, pergeseran kelas ekonomi di Indonesia terlihat nyata melalui gambar 1.1 dengan menurunnya Kelas Menengah dan meningkatnya populasi Menuju Kelas Menengah dan Rentan Miskin. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) menurut Tempo terdapat penurunan Kelas Menengah dari 57,33 juta orang pada 2019 menjadi 47,85 juta orang pada 2024 (Javier, 2024). Populasi tersebut setara dengan 17,13 persen dari total penduduk, sedangkan jumlah kalangan Menuju Kelas Menengah naik menjadi 49,22 persen pada 2024. Hal tersebut menunjukkan bahwa dampak ekonomi pasca pandemi menurunkan kesejahteraan masyarakat dan mengubah pola konsumsi. Selanjutnya, gaya hidup *frugal* kembali banyak digunakan pada tahun 2024 sebagai bentuk protes di media sosial atas rencana pemerintah yang akan menaikkan tarif Pajak Pertambahan Nilai (PPN) menjadi 12 persen (Mahendra & Pramudita, 2024). Meningkatnya biaya hidup dan tantangan finansial membuat banyak generasi muda Indonesia mulai beralih ke gaya hidup *frugal* (Fajrin, 2024). Hal ini juga didukung dengan data yang menunjukkan mengenai daya beli masyarakat Indonesia anjlok pada tahun 2024, diikuti dengan aktivitas ekonomi yang melambat (Rachman, 2024).

Staying Resilient in Financial Struggles



Gambar 1.2 Tantangan dalam Manajemen Keuangan

Sumber: Market Outlook 2025, Inventure

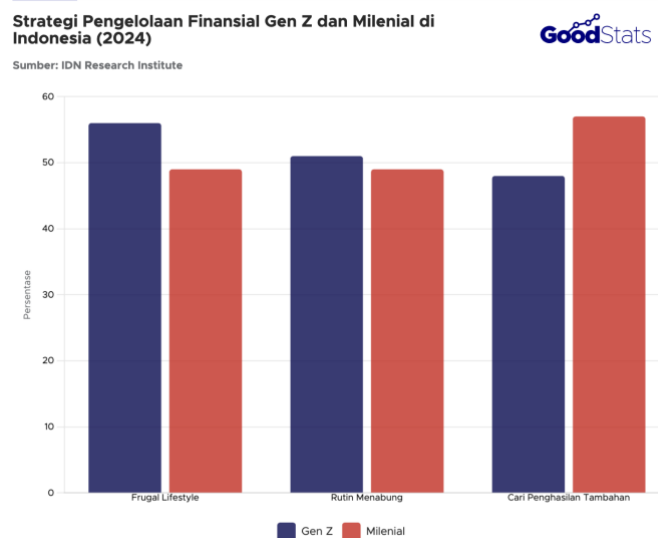
Mengacu pada survei yang dilakukan Inventure (2024) bertajuk Indonesia Market Outlook 2025, penurunan daya beli terjadi akibat kenaikan harga kebutuhan pokok dan stagnansi pendapatan. Survei ini dilakukan pada kelas menengah Milenial dan Gen Z, yang tersebar di 5 kota besar (Jabodetabek, Semarang, Surabaya, Medan, dan Makassar). Turunnya kemampuan ekonomi kelas menengah menyebabkan masyarakat Menuju Kelas Menengah memangkas pengeluaran di barang mewah dan hiburan (Al Hasan, 2024). Penurunan daya beli juga terlihat melalui Gambar 1.2, adanya pergeseran prioritas belanja, di mana masyarakat lebih mengutamakan kebutuhan dasar dibandingkan dengan pengeluaran sekunder. Banyak individu yang sebelumnya memiliki gaya hidup konsumtif kini mulai menahan diri dalam berbelanja serta mencari alternatif yang lebih ekonomis dengan mempertimbangkan nilai dan fungsi barang. Selain itu, lonjakan harga bahan pangan dan energi semakin membebani pengeluaran rumah tangga, mendorong masyarakat untuk beradaptasi dengan kebiasaan baru dalam mengelola keuangan (Ramadhani et al., 2023).

Kondisi sosial ekonomi yang berubah mendorong masyarakat untuk melakukan adaptasi pengelolaan keuangan dengan menerapkan *frugal living*. Gaya hidup *frugal* banyak diterapkan oleh kalangan Gen Z, yang sedang merintis karir atau membangun kemandirian secara finansial (Dayinta, 2024). Hal ini dikarenakan, penerapan *frugal living* dapat membantu individu dalam mengontrol finansial, menghindari utang yang tidak perlu, dan meningkatkan tabungan untuk masa depan (Syaifuloh, 2024). Selain itu, gaya hidup ini juga dapat membantu individu mengembangkan kebiasaan dan kesadaran konsumsi yang lebih efisien, seperti membeli barang yang berkualitas

dengan harga terbaik atau memanfaatkan kembali sumber daya yang ada. Maka dari itu, *frugal living* menjadi solusi bagi Gen Z untuk menghadapi ketidakpastian ekonomi di masa mendatang dan tantangan finansial (Inayati et al., 2024).

Meski sering disamakan, *frugal living* dan gaya hidup minimalis memiliki perbedaan yang mendasar. Gaya hidup minimalis menekankan pada penyederhanaan hidup dengan mengurangi barang yang tidak diperlukan dan menghindari pemborosan (Soenarno et al., 2022). *Minimalism* bertujuan mencapai ketenangan batin dan kontrol diri melalui kesadaran atas kebutuhan nyata (Tansen et al., 2022). Sementara, *frugal living* lebih berfokus pada efisiensi finansial dan pengambilan keputusan pengeluaran yang rasional. Pribadi yang frugal tidak selalu membeli barang murah, tetapi mempertimbangkan nilai guna, daya tahan, dan tujuan keuangan jangka panjang. Dengan demikian, jika *minimalism* berorientasi pada kesederhanaan nilai, *frugal living* berorientasi pada strategi keuangan yang bijak.

Di sisi lain, Laporan Populix PopVoice mengenai Gen Z and Millennials Report Q1 2023 mencatat bahwa Generasi Z hidup dalam budaya digital yang konsumtif, mayoritas berbelanja online dua hingga tiga kali per bulan untuk kebutuhan fashion, perawatan diri, dan makanan. Meskipun sebagian mulai mengadopsi gaya hidup hemat, banyak yang baru berhemat setelah memenuhi keinginan konsumtif seperti barang bermerek atau hiburan (Krisdamarjati, 2024). Padahal, *frugal living* yang sebenarnya bukan hanya soal penghematan sesaat, melainkan kesadaran untuk hidup cukup dan menetapkan tujuan finansial jangka panjang (Saptati, 2024). Dalam konteks ini, pentingnya *frugal acceptance* menjadi relevan, yakni penerimaan sadar terhadap gaya hidup *frugal* sebagai pilihan yang selaras dengan nilai pribadi dan kestabilan keuangan. Terutama ditengah ketidakpastian global akibat pasca pandemi, konflik geopolitik, dan proteksionisme perdagangan (Saptati, 2024), Generasi Z menghadapi tekanan ekonomi yang berat, termasuk ekspektasi sosial dari media digital yang mendorong gaya hidup mewah (Afifah, 2025). Oleh karena itu, *frugal living* yang dijalankan secara sadar melalui *frugal acceptance* dapat menjadi strategi adaptif yang efektif untuk menjaga kestabilan finansial dan menghadapi masa depan dengan lebih terencana. Dengan mengatur pengeluaran dan menetapkan tujuan jangka panjang, Generasi Z berpeluang menghadapi masa depan dengan lebih terencana di tengah tekanan ekonomi dan budaya konsumtif.



Gambar 1.3 Strategi Pengelolaan Finansial Gen Z di Indonesia

Sumber: GoodStats, 2025

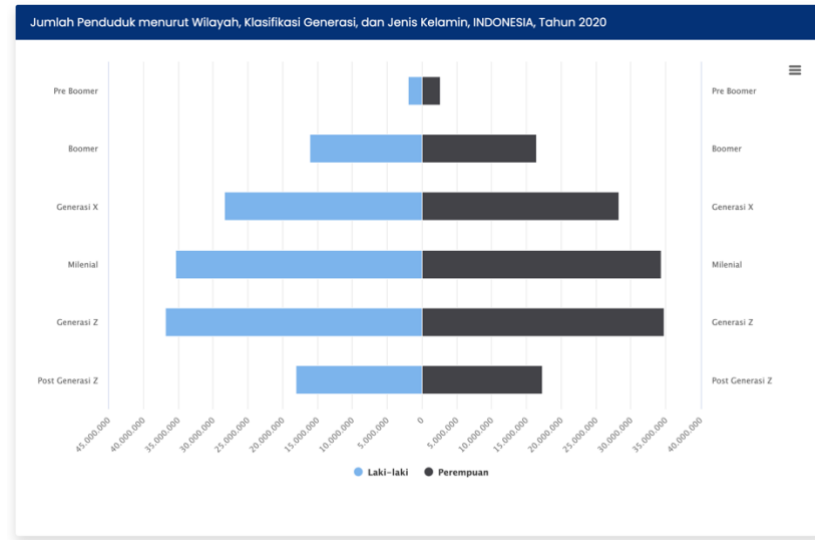
Survei GoodStats menunjukkan bahwa 59% Gen Z telah mengadopsi *frugal living* sebagai strategi utama untuk menghadapi tekanan finansial, dengan cara seperti berburu diskon, mengurangi aktivitas sosial, serta memilih hiburan dan olahraga yang ekonomis (Pasaman et al., 2024; Zahra, 2025). Tren ini mencerminkan respons adaptif Gen Z terhadap kondisi ekonomi yang tidak menentu. Pengelolaan keuangan melalui strategi tersebut menunjukkan peningkatan kesadaran finansial yang signifikan di kalangan usia produktif awal. Namun, keberhasilan strategi ini tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi pribadi, tetapi juga berkaitan dengan persepsi terhadap kualitas hidup. Ketika *frugal living* dijalani secara sadar melalui *frugal acceptance*, maka hal ini dapat memperkuat rasa kendali diri dan meningkatkan kepuasan hidup secara subjektif.

Dalam konteks ini, *frugal acceptance* berperan sebagai penghubung antara atribusi individu atas penyebab situasi keuangannya dengan pencapaian kualitas hidup yang diinginkan. Individu yang melihat gaya hidup hemat sebagai keputusan yang selaras dengan nilai pribadi akan lebih mudah mempertahankan perilaku tersebut secara konsisten. Tidak hanya strategi teknis seperti mencatat pengeluaran yang dibutuhkan atau berhemat setelah melakukan banyak pengeluaran, tetapi juga pemahaman terhadap makna di balik tindakan hemat. Oleh karena itu, pendekatan teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R) dan teori atribusi akan digunakan untuk menelaah dinamika pengambilan keputusan ini. Melalui pemahaman tersebut,

Generasi Z dapat membangun ketahanan finansial yang berkelanjutan serta kehidupan yang dianggap seimbang dan memuaskan.

Dalam kerangka teori *Stimulus-Organism-Response* (S-O-R), penerapan gaya hidup *frugal* pada Generasi Z dipengaruhi oleh rangsangan dari lingkungan seperti media sosial, tekanan sosial, dan kondisi ekonomi. Stimulus ini diolah oleh individu (*organism*) dalam bentuk interpretasi kognitif, afeksi, dan konasi, yang kemudian menghasilkan respons berupa perilaku. Teori atribusi Bernard Weiner berperan dalam tahap "*organism*", menjelaskan bagaimana individu menafsirkan penyebab situasi keuangan yang dihadapi, apakah berasal dari faktor internal atau eksternal; bersifat tetap atau berubah; dan sejauh mana dapat dikendalikan. Persepsi ini memengaruhi cara Generasi Z menerima *frugal living*, apakah sebagai keterpaksaan atau sebagai pilihan sadar yang dikenal sebagai *frugal acceptance*. *Frugal acceptance* dalam konteks ini mencerminkan kesesuaian antara nilai pribadi dan keputusan finansial, yang turut membentuk persepsi mereka terhadap kualitas hidup di tengah tekanan sosial ekonomi.

Teori atribusi menjelaskan bahwa individu membentuk pemaknaan terhadap perilaku mereka sendiri maupun orang lain berdasarkan pola kausal tertentu. Bernard Weiner mengembangkan teori ini dengan menambahkan dimensi motivasional dan emosional, di mana atribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan akan memengaruhi harapan, perasaan, dan perilaku selanjutnya (Weiner, 1986). Dalam konteks *frugal living*, teori ini membantu menjelaskan bagaimana Generasi Z mengevaluasi keputusan finansial yang mereka ambil. Penelitian ini menggunakan tiga dimensi utama dalam atribusi Weiner (*locus of causality*, *stability*, dan *controllability*) untuk menelusuri bagaimana pemaknaan atas penyebab internal-eksternal, keberlanjutan penyebab, serta kendali yang dirasakan, memengaruhi *frugal acceptance* dan berdampak pada kualitas hidup yang dirasakan.



Gambar 1.4 Jumlah Penduduk Indonesia menurut Klasifikasi Generasi
Sumber: Sensus BPS, 2020

Nama Provinsi	Post Generasi Z			Generasi Z			Milenial			Total	Laki-laki	Perempuan
	Laki-laki	Perempuan	Total	Laki-laki	Perempuan	Total	Laki-laki	Perempuan	Total			
32. JAWA BARAT	3,177,865	3,034,970	6,212,835	6,672,298	6,293,101	12,965,399	6,424,493	6,228,842	12,653,335	5,103,330		
35. JAWA TIMUR	2,333,753	2,231,921	4,565,674	4,947,764	4,695,352	9,643,116	5,053,738	4,974,272	10,028,010	4,563,699		
33. JAWA TENGAH	2,207,035	2,105,742	4,312,777	4,643,081	4,380,649	9,023,730	4,639,273	4,485,773	9,125,046	3,966,057		
12. SUMATERA UTARA	1,124,077	1,074,490	2,198,567	2,180,254	2,061,005	4,241,259	1,924,391	1,867,146	3,791,537	1,387,964		
36. BANTEN	857,475	817,630	1,675,105	1,679,741	1,584,594	3,264,335	1,658,104	1,599,997	3,258,101	1,242,418		
31. DKI JAKARTA	661,566	629,966	1,291,532	1,370,845	1,307,407	2,678,252	1,423,914	1,392,364	2,816,278	1,213,136		
73. SULAWESI SELATAN	585,233	559,469	1,144,702	1,315,625	1,251,775	2,567,400	1,156,878	1,155,919	2,312,797	873,934		
18. LAMPUNG	638,058	609,230	1,247,288	1,221,072	1,154,649	2,375,721	1,191,122	1,144,774	2,335,896	948,753		

Gambar 1.5 Jumlah Penduduk Indonesia menurut Wilayah
Sumber: Sensus BPS, 2020

Berdasarkan data Sensus Penduduk BPS tahun 2020, Generasi Z merupakan kelompok dengan populasi terbesar di Indonesia, dengan konsentrasi tertinggi berada di Jawa Barat (Gambar 1.6 dan 1.7). Hal ini menjadikan wilayah tersebut representatif untuk mengkaji perubahan gaya hidup Generasi Z di tingkat nasional. Dengan dominasi jumlah dan pengaruhnya dalam membentuk tren, Generasi Z memiliki potensi besar dalam menentukan arah pengelolaan keuangan masa kini. Literasi mengenai penyebab dan strategi penerapan gaya hidup *frugal* di kalangan mereka masih terbatas. Di tengah ketidakpastian sosial dan ekonomi, pemahaman tentang frugal living menjadi krusial untuk menghadapi tekanan finansial dan meningkatkan

kesejahteraan hidup. Penelitian ini difokuskan pada Generasi Z di Jawa Barat untuk mengkaji bagaimana *frugal acceptance* terbentuk dan berkontribusi terhadap persepsi kualitas hidup. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan teoritis dalam pengembangan strategi hidup yang lebih adaptif, sadar nilai, dan berkelanjutan.

Penelitian sebelumnya telah banyak menggunakan teori atribusi untuk menjelaskan perilaku individu dalam berbagai konteks. Denisa Nur Wahidah et al. menggunakan teori atribusi Kelley untuk menganalisis pengaruh kampanye media sosial terhadap sikap khalayak dan menemukan pengaruh signifikan pada respons kognitif, afektif, dan konatif. Kesumaputri et al. (2022) meneliti hubungan antara persepsi konsumen terhadap merek dengan loyalitas, dengan atribusi internal dan eksternal sebagai penjelas utama. Kedua studi ini menunjukkan bahwa proses atribusi berperan dalam diri individu untuk membentuk keputusan dan sikap. Berbeda dari penelitian tersebut, penelitian ini menggunakan teori atribusi Bernard Weiner untuk menelaah bagaimana Generasi Z memaknai *frugal living*. Fokus diberikan pada atribusi personal terhadap perilaku finansial yang membentuk *frugal acceptance* sebagai respons sadar dan rasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyasar Generasi Z yang telah bekerja di Jawa Barat.

Sementara itu, penelitian lain menunjukkan bahwa *frugal living* berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dan perencanaan keuangan. Rana Salsabilah et al. (2024) menemukan bahwa *frugal living* bersama harga dan E-WoM memengaruhi keputusan pembelian pengguna Shopee di Palembang. Penelitian Nandita Salsabila dan Metekoh (2024) juga mengungkap bahwa *frugal living* dan pendapatan berdampak signifikan pada keputusan menuju kebebasan finansial. Namun, kedua penelitian tersebut belum mengaitkan *frugal living* dengan proses atribusi individu sebagai penyebab perilaku. Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menelaah bagaimana persepsi atribusional membentuk *frugal acceptance* di tengah tekanan sosial ekonomi. Dengan menggabungkan teori atribusi dan pendekatan *frugal living*, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman psikologis perilaku keuangan Generasi Z. Selain itu, temuan ini diharapkan berguna untuk pengembangan literasi keuangan yang lebih relevan dan kontekstual.

Meskipun *frugal living* dan teori atribusi telah banyak diteliti, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana atribusi memengaruhi keputusan Generasi

Z dalam menerapkan gaya hidup hemat tersebut. Generasi Z merupakan kelompok yang mendapatkan banyak paparan media digital, memiliki kecenderungan konsumsi yang dinamis, serta berada pada fase awal kemandirian finansial. Di tengah tantangan ekonomi dan tekanan sosial yang terus berkembang, pemahaman mengenai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keputusan finansial mereka menjadi salah satu hal yang perlu dipertimbangkan. Penelitian ini berangkat dari urgensi untuk mengkaji bagaimana persepsi individu atas penyebab keberhasilan atau kegagalan dalam mengelola keuangan dapat mendorong penerimaan terhadap *frugal living*. Pemahaman ini diharapkan mampu menjelaskan keterkaitan antara proses atribusi dan peningkatan kualitas hidup pada Generasi Z.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh dimensi atribusi kausal (*locus of causality, stability, dan personal control, dan external control*) terhadap kualitas hidup, dengan *frugal acceptance* sebagai variabel mediasi. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif (kausal) dalam paradigma positivis, dengan landasan teori atribusi Bernard Weiner dan teori kognitif sosial. Penelitian ini melibatkan Generasi Z usia 22–28 tahun yang telah bekerja dan berdomisili di lima kota besar di Jawa Barat, yaitu Bandung, Bekasi, Depok, Bogor, dan Tasikmalaya. Berbeda dari studi sebelumnya yang berfokus pada mahasiswa di kota besar, penelitian ini menyoroti kelompok usia produktif yang secara aktif membuat keputusan finansial. Diharapkan, hasil penelitian dapat berkontribusi secara teoritis terhadap pengembangan model atribusi dalam perilaku keuangan serta secara praktis mendukung penyusunan strategi literasi finansial dan komunikasi publik yang lebih efektif.

Melalui pemaparan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana atribusi memengaruhi kualitas hidup Generasi Z melalui penerimaan terhadap gaya hidup *frugal*. Generasi Z memiliki karakteristik unik seperti keterpaparan tinggi terhadap media digital, pola konsumsi yang cepat berubah, dan pencarian makna dalam gaya hidup yang mereka pilih. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengisi celah tersebut dengan menganalisis secara kuantitatif pengaruh dimensi atribusi terhadap kualitas hidup, dengan *frugal acceptance* sebagai variabel mediasi. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan teori atribusi dalam ranah perilaku keuangan, tetapi juga memberikan manfaat praktis dalam

membantu individu, komunitas, dan pemangku kepentingan merancang strategi edukasi finansial serta kampanye gaya hidup hemat yang lebih efektif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **"Pengaruh Atribusi terhadap Kualitas Hidup melalui Frugal Acceptance pada Generasi Z di Jawa Barat."**

1.2 Identifikasi Masalah

Fenomena gaya hidup *frugal living* di kalangan Generasi Z terus berkembang, dipengaruhi oleh dinamika sosial dan ekonomi yang kompleks. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan dalam mengukur bagaimana individu dalam generasi ini mengatribusikan keputusan mereka melalui perspektif teori atribusi kausal. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *locus of causality* berkontribusi terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat?
2. Bagaimana *stability* berkontribusi terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat?
3. Bagaimana *personal control* berkontribusi terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat?
4. Bagaimana *external control* berkontribusi terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat?
5. Apakah konstruk atribusi kausal berpengaruh terhadap *frugal acceptance* pada Generasi Z di Jawa Barat?
6. Apakah *frugal acceptance* berpengaruh terhadap kualitas hidup pada Generasi Z di Jawa Barat?
7. Apakah *frugal acceptance* memediasi pengaruh atribusi kausal terhadap kualitas hidup pada Generasi Z di Jawa Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur atribusi pada Generasi Z di Jawa Barat terhadap kualitas hidup melalui *frugal acceptance*. Adapun tujuan spesifik penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kontribusi *locus of causality* terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat.

2. Menganalisis kontribusi *stability* terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat.
3. Menganalisis kontribusi *personal control* terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat.
4. Menganalisis kontribusi *external control* terhadap pembentukan konstruk atribusi kausal pada Generasi Z di Jawa Barat.
5. Menganalisis pengaruh konstruk atribusi kausal terhadap *frugal acceptance* pada Generasi Z di Jawa Barat.
6. Menganalisis pengaruh *frugal acceptance* terhadap kualitas hidup pada Generasi Z di Jawa Barat.
7. Menganalisis peran mediasi *frugal acceptance* dalam pengaruh atribusi kausal terhadap kualitas hidup pada Generasi Z di Jawa Barat.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi psikologis dan sosiokultural yang berkaitan dengan pengambilan keputusan individu dalam konteks konsumsi. Dengan mengintegrasikan teori atribusi Bernard Weiner ke dalam kerangka teori S-O-R, penelitian ini memperkaya literatur mengenai bagaimana atribusi kausal (*locus of causality, stability, personal control, dan external control*) memengaruhi penerimaan terhadap gaya hidup frugal (*frugal acceptance*) dan dampaknya terhadap kualitas hidup Generasi Z. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi perilaku keuangan dan kesejahteraan psikososial generasi muda melalui pendekatan komunikasi dan psikologi sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan gambaran kepada masyarakat, terutama Generasi Z, mengenai pentingnya memahami penyebab internal maupun eksternal dari keputusan finansial yang mereka ambil. Pengetahuan ini dapat membantu individu untuk mengembangkan sikap yang lebih sadar dan positif terhadap gaya hidup *frugal* sebagai strategi hidup yang mendukung peningkatan kualitas hidup.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh lembaga pendidikan, komunitas muda, serta pembuat kebijakan sebagai dasar dalam menyusun program literasi keuangan dan kampanye sosial yang mendorong perilaku konsumsi bijak, berkelanjutan, dan selaras dengan kesejahteraan jangka panjang.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan selama periode Februari 2025 hingga Agustus 2025. Rentang waktu tersebut mencakup penyusunan instrumen penelitian, pelaksanaan survei, analisis data, serta penyusunan laporan untuk menggambarkan secara komprehensif hubungan antara atribusi, *frugal acceptance*, dan kualitas hidup pada Generasi Z di wilayah Jawa Barat.

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

NO	KETERANGAN	TAHUN 2025						
		Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags
1	Penentuan Topik Penelitian							
2	Pra-Penelitian							
3	Penyusunan Proposal Bab 1-3							
4	Seminar Proposal							
5	Revisi Proposal							
6	Pengumpulan Data							
7	Pengolahan dan Analisis Data							
8	Seminar Tugas Akhir							

Sumber: Olahan Peneliti, 2025

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian yang dilakukan dilaporkan dalam bentuk laporan dengan sistematika penulisan terdiri dari tiga bab dari BAB I sampai BAB V.

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisikan keterangan secara umum, singkat dan padat yang menjelaskan isi penelitian secara akurat. Isi yang menjadi bagian dalam bab ini meliputi: latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II menyajikan teori-teori dari general hingga ke khusus, dilengkapi dengan berbagai penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilaksanakan.

Selanjutnya terdapat kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III menjelaskan mengenai metode, pendekatan, serta teknik yang berfungsi untuk mengumpulkan dan menganalisis hasil yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah dalam penelitian. Bab ini memuat penjelasan berupa: jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, hasil dan pembahasan penelitian dipaparkan secara sistematis, berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian serta ditampilkan dalam sub bagian masing-masing. Bab ini terdiri dari tiga sub bab, dimana bagian pertama menampilkan karakteristik responden, bagian kedua menyajikan hasil penelitian, dan bagian ketiga menyajikan pembahasan penelitian. Tiap aspek pembahasan sebaiknya dimulai dari hasil analisis data dan dilanjutkan dengan menginterpretasi dan menarik kesimpulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir berisikan keseluruhan jawaban dari pertanyaan penelitian yang disebut kesimpulan dan disertakan juga saran yang membangun terkait objek penelitian.