

Signifikansi Digital Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z

Tria Ratna Sari¹, Hendrato Setiabudi Nugroho²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi mendorong inovasi digital pada sektor keuangan, terutama pada penggunaan mobile banking yaitu peralihan sistem pembayaran tunai menjadi non tunai (*cashless*). Peralihan ini mendorong perubahan gaya hidup masyarakat secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *digital lifestyle* (literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital) terhadap perilaku konsumtif gen-z. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara online. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan kriteria *purposive sampling* pada mahasiswa yang menggunakan mobile banking berjumlah 102 responden. Analisis data menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-z, sedangkan penggunaan transaksi digital tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-z. Secara bersamaan, literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan transaksi digital mempengaruhi perilaku konsumtif gen-z. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-z, sedangkan penggunaan transaksi digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-z. Serta secara simultan, literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-z.

Kata Kunci: *digital lifestyle; literasi keuangan; gaya hidup; transaksi digital; perilaku konsumtif*

Abstract

The development of technology and information drives digital innovation in the financial sector, especially in the use of mobile banking, is the transition from cash to non-cash payment systems. This transition encourages changes in people's digital lifestyles. This study aims to determine the effect of digital lifestyle (financial literacy, lifestyle, and use of digital transactions) on the consumer behavior of gen-z. This quantitative study uses primary data collected through online questionnaires. The sampling technique employed was non-probability sampling with purposive sampling criteria on students who use mobile banking totalling 102 respondents. Data analysis uses SPSS 25. The results of the study show that financial literacy and lifestyle have a significant influence on the consumer behavior of gen-z, while the use of digital transactions has no influence on the consumer behavior of gen-z. Simultaneously, financial literacy, lifestyle, and use of digital transactions affect the consumer behavior of gen-z. This study can be concluded that partially financial literacy and lifestyle have a significant influence on the consumer behavior of gen-z, while the use of digital transactions does not have a significant influence on the consumer behavior of gen-z. And simultaneously, financial literacy, lifestyle, and use of digital transactions have an influence on the consumer behavior of gen-z.

Keywords: *digital lifestyle; financial literacy; lifestyle; digital transactions; consumer behavior*

✉ Corresponding author :

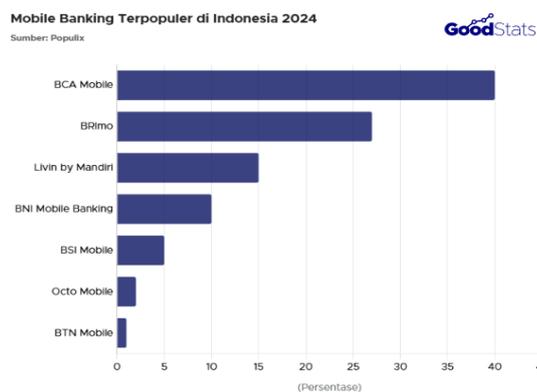
Email Address : triaratnas12@gmail.com

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 kemajuan teknologi dan informasi semakin berkembang pesat. Perkembangan ini tidak hanya mempermudah akses informasi, tetapi juga membawa perubahan yang signifikan salah satunya pada sektor keuangan (Maulidah et al., 2024). Inovasi digital pada sektor keuangan yang menarik perhatian masyarakat yaitu peralihan sistem pembayaran tunai menjadi non tunai atau dalam bentuk digital (*cashless*).

Menurut Bank Indonesia (2018), *financial technology (fintech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang telah mengubah model bisnis dari tradisional menjadi lebih modern, yang awalnya membayar harus bertatap-muka, kini dapat bertransaksi jarak jauh yang dapat dilakukan dalam hitungan detik. Konsep *fintech* ini mengikuti perkembangan teknologi yang digunakan oleh lembaga perbankan dalam bidang finansial yang diharapkan dapat mengubah transaksi keuangan yang lebih praktis (Layuksugi et al., 2024). Penggunaan layanan keuangan dengan sistem jarak jauh tentunya memerlukan tingkat kepercayaan bagi pengguna, yang terbentuk ketika pengguna yakin bahwa mitra yang terlibat memiliki integritas dan dapat dipercaya (Rumuar & Nugroho, 2024). Berdasarkan data BI menunjukkan bahwa transaksi pembayaran digital di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada nilai transaksi di 2024 yaitu Rp 15.881,53 triliun. Nilai tersebut tumbuh sebesar 16,15% dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Sektor keuangan khususnya perbankan telah mengembangkan berbagai jenis layanan keuangan dengan menawarkan kemudahan akses melalui aplikasi mobile banking. Mobile banking menjadi layanan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi melalui ponsel atau *smartphone*. Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 12/POJK.03/2018 tentang penyelenggaraan layanan perbankan digital oleh bank umum, menyebutkan bahwa layanan perbankan digital adalah layanan perbankan elektronik yang dikembangkan dengan mengoptimalkan pemanfaatan nasabah dalam melayani nasabah secara cepat, mudah, dan sesuai dengan kebutuhan (*customer experience*), serta dapat dilakukan secara mandiri oleh nasabah dengan memperhatikan aspek pengamanan. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan populix, menunjukkan beberapa aplikasi mobile banking yang paling diminati tahun 2024, sebagai berikut:



Gambar 1. Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024

Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan oleh populix pada tahun 2024 menunjukkan bahwa aplikasi mobile banking yang paling banyak digunakan yaitu BCA Mobile dengan persentase mencapai 40%. Sementara itu, BRImo persentase 27%, Livin by Mandiri 15%, BNI Mobile Banking 10%, BSI Mobile 5%, Octo Mobile 2% dan BTN Mobile 1%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan mobile banking di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan dari tahun sebelumnya, karena layanan ini mampu

menyesuaikan dengan kebutuhan di era digital. Hal ini terlihat dari peningkatan jumlah pengguna yang membuat mobile banking menjadi solusi keuangan yang praktis dan efisien.

Peningkatan teknologi mendorong perubahan gaya hidup masyarakat menuju digitalisasi dan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari cara berinteraksi, bekerja, bahkan berbelanja (Yustini & Prihastuty, 2024). *Digital lifestyle* merupakan fenomena yang mencerminkan perubahan signifikan dari cara seseorang dalam berinteraksi dengan teknologi di berbagai aspek kehidupan. Hal ini tercermin dalam penggunaan internet, perangkat digital, dan aplikasi berbasis teknologi modern (Afriza et al., 2024).

Kemudahan akses dan kebutuhan yang semakin meningkat, *digital lifestyle* mendorong masyarakat untuk lebih aktif dalam mengelola keuangan pribadi. Namun, di sisi lain, *digital lifestyle* juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif masyarakat yang tidak terkendali. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak diperlukan (Mawardi et al., 2023). Hal ini dapat dilihat dari pola konsumsi masyarakat yang mulai bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder, bahkan tersier (Nainggolan, 2022).

Gen-Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997-2012 dan menjadi generasi yang tumbuh di era digital. Hal itu menjadi salah satu faktor yang telah mengubah perilaku konsumsi mereka dari yang hanya memenuhi kebutuhan menjadi gaya hidup yang didasarkan keinginan dan kepuasan (Ashilah & Waluyo, 2023). Gaya hidup mengikuti tren menjadi pemicu gen-z untuk membeli barang tanpa berpikir panjang dan membuat mereka terjebak kedalam perilaku konsumtif. Hal itu dapat disebabkan karena kurangnya wawasan mengenai pentingnya pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, pentingnya literasi keuangan untuk membuat keputusan keuangannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami faktor-faktor *digital lifestyle* yang mempengaruhi perilaku konsumtif gen-z. Penelitian ini akan dilakukan terhadap mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Dengan latar belakang pengetahuan dalam bidang ekonomi, sosial dan humaniora, mahasiswa menunjukkan pemahaman yang baik dalam pengelolaan keuangan. Maka, penelitian ini ditujukan untuk mengeksplorasi apakah pengetahuan yang dimiliki mahasiswa cukup untuk mengendalikan perilaku konsumtif mereka, tidak hanya dari aspek ekonomi, namun dilihat juga dari perspektif sosial dan psikologisnya, serta untuk mengetahui sejauh mana pengaruhnya terhadap pengambilan keputusan keuangannya.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang berfokus pada hubungan kausal antar variabel. Metode penelitian yang digunakan berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan analisis data bersifat statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital terhadap variabel dependen yaitu perilaku konsumtif gen-z.

Definisi operasional merupakan aspek penelitian yang berperan penting dalam menentukan instrumen alat ukur, sehingga dapat memudahkan dalam pengumpulan data, menghindari perbedaan interpretasi dan membatasi ruang lingkup variabel (Pasaribu et al., 2022). Adapun definisi operasional dalam penelitian, yaitu:

a. Literasi keuangan

Literasi keuangan adalah serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keahlian dan idealisme seseorang dalam mengelola keuangan secara efektif melalui penerapan pengetahuan yang dimiliki (Ramandati et al., 2021). Indikator yang digunakan pada variabel literasi keuangan menurut (Yushita, 2017) yaitu; pengetahuan umum tentang keuangan, simpanan, investasi, dan asuransi.

b. Gaya hidup

Gaya hidup adalah cara seseorang berperilaku dalam mengalokasikan uang dan waktunya untuk mengekspresikan aktivitas, minat dan opininya (Rozaini & Purwita, 2021). Indikator yang digunakan dalam variabel gaya hidup menurut (Kusnandar & Kurniawan, 2020) yaitu; *activities* (aktivitas), *interest* (minat), dan *opinion* (opini).

c. Penggunaan transaksi digital

Transaksi digital adalah teknologi yang memberikan pandangan baru tentang pembayaran non-tunai dengan lebih aman dan praktis dalam bertransaksi (Rahayu et al., 2023). Indikator yang digunakan dalam variabel penggunaan transaksi digital menurut (Puspita, 2019) yaitu; kenyamanan, kemudahan akses, dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

d. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengonsumsi secara berlebihan, dimana seseorang membeli produk karena hanya iming-ming hadiah atau produk tersebut sedang tren (Anggraini & Santhoso, 2017). Indikator yang digunakan dalam variabel perilaku konsumtif menurut (Sardiyo & Martini, 2022) yaitu; membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk untuk menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas dasar pertimbangan harga, dan membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Sampel yang digunakan adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Ilmu Sosial dan Humaniora yang menggunakan aplikasi mobile banking dengan jumlah 102 responden. Metode pengumpulan data menggunakan data primer melalui penyebaran kuesioner secara online dengan google form, yang selanjutnya diolah dengan software olah data SPSS 25. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan kriteria *purposive sampling*.

Teknik analisis data merupakan cara yang digunakan peneliti untuk menganalisis data atau membuktikan apakah hasil penelitian sesuai dengan teori atau tidak. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, uji regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dengan 102 responden dan menggunakan SPSS 25 dengan tingkat signifikansi 0.05.

Tabel 1. Hasil uji validitas literasi keuangan (X1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%) N-2 = 100	Sig.	Keterangan
1	0,676	0,1946	0,000	Valid
2	0,731	0,1946	0,000	Valid
3	0,682	0,1946	0,000	Valid
4	0,636	0,1946	0,000	Valid
5	0,623	0,1946	0,000	Valid
6	0,561	0,1946	0,000	Valid
7	0,731	0,1946	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel literasi keuangan (X1), nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 2. Hasil uji validitas gaya hidup (X2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%) N-2 = 100	Sig.	Keterangan
1	0,557	0,1946	0,000	Valid
2	0,673	0,1946	0,000	Valid
3	0,588	0,1946	0,000	Valid
4	0,741	0,1946	0,000	Valid
5	0,654	0,1946	0,000	Valid
6	0,569	0,1946	0,000	Valid
7	0,611	0,1946	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel gaya hidup (X2), nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil uji validitas penggunaan transaksi digital (X3)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%) N-2 = 100	Sig.	Keterangan
1	0,891	0,1946	0,000	Valid
2	0,826	0,1946	0,000	Valid
3	0,815	0,1946	0,000	Valid
4	0,851	0,1946	0,000	Valid
5	0,776	0,1946	0,000	Valid
6	0,822	0,1946	0,000	Valid
7	0,816	0,1946	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel penggunaan transaksi digital (X3), nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dinyatakan valid.

Tabel 4. Hasil uji validitas perilaku konsumtif (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel} (5%) N-2 = 100	Sig.	Keterangan
1	0,730	0,1946	0,000	Valid
2	0,811	0,1946	0,000	Valid
3	0,743	0,1946	0,000	Valid
4	0,748	0,1946	0,000	Valid
5	0,821	0,1946	0,000	Valid
6	0,323	0,1946	0,000	Valid
7	0,749	0,1946	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisis data, menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel perilaku konsumtif (Y), nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan tujuan untuk menilai apakah data yang digunakan reliabel atau tidak. Suatu variabel dinyatakan reliabel, apabila nilainya lebih besar dari 0,60.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,784	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,743	Reliabel
Penggunaan Transaksi Digital (X3)	0,921	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,840	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan transaksi digital, dan perilaku konsumtif nilai reliabilitas $> 0,60$ sehingga dapat dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji kolmogorov-smirnov dengan dasar pengambilan keputusan nilai signifikansi $> 0,05$ sehingga dinyatakan terdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil uji normalitas kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.87686056
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.046
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai dari data tersebut, nilai signifikansi yang diperoleh sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas mengacu pada nilai *Tolerance* dan nilai VIF dengan kriteria pengambilan keputusan dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan VIF $< 10,00$.

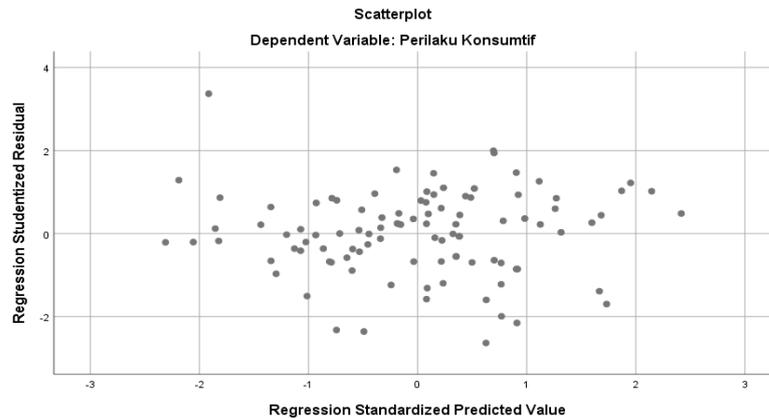
Tabel 7. Hasil uji multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
(Constant)			
Literasi Keuangan (X1)	0,784	1,276	Tidak terjadi multikolinearitas
Gaya Hidup (X2)	0,971	1,030	Tidak terjadi multikolinearitas
Penggunaan Transaksi Digital (X3)	0,771	1,298	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital, nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteoskedastisitas menggunakan metode Grafik Scatter Plot dengan kriteria pengujian apabila titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil uji heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil olah data menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dengan titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Tabel 8. Hasil uji autokorelasi

Du < DW < 4-du	Keterangan
1,7383 < 1,957 < 2,2617	Tidak terjadi autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi, diperoleh nilai durbin watson sebesar 1,957 dengan n = 102, dan K = 3 didapat nilai DL = 1,6174 dan DU = 1,7383. Jadi 4 - DU = 2,2617. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi.

Statistik Deskriptif

Tabel 9. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi Keuangan	102	21	35	29,18	3,597
Gaya Hidup	102	11	35	23,50	4,583
Penggunaan Transaksi Digital	1021	15	35	30,78	4,246
Perilaku Konsumtif	102	11	35	22,77	5,491
Valid N (listwise)	102				

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif diatas, dapat digambarkan distribusi data yang didapat yaitu:

1. Variabel literasi keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 29,18 menunjukkan bahwa pemahaman yang cukup baik tentang keuangan. Dengan nilai standar deviasi 3,597, terlihat bahwa tingkat literasi keuangan di antara responden relatif konsisten.
2. Variabel gaya hidup memiliki nilai rata-rata 23,50 menunjukkan bahwa banyak responden yang mungkin perlu meningkatkan kualitas hidup. Nilai standar deviasi yang tinggi sebesar 4,583 menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam kebiasaan dan pilihan gaya hidup.
3. Variabel penggunaan transaksi digital, nilai rata-rata sebesar 30,78 yang menunjukkan bahwa responden cukup adaptif terhadap penggunaan transaksi digital. Nilai standar deviasi 4,246 menunjukkan bahwa meskipun banyak yang nyaman dengan teknologi, masih terdapat responden yang masih ragu atau terbatas dalam penggunaan transaksi digital.
4. Variabel perilaku konsumtif, nilai rata-rata sebesar 22,77 menandakan bahwa responden cenderung memiliki pola konsumsi yang kurang bijak. Nilai standar deviasi 5,491 menunjukkan adanya perbedaan signifikan dalam mengelola keuangan mereka.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 10. Hasil uji parsial (uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.578	3.850		-.929	.355
	Literasi Keuangan	.271	.123	.177	2.200	.030
	Gaya Hidup	.803	.087	.670	9.255	.000
	Penggunaan Transaksi Digital	-.013	.105	-.010	-.124	.902

Berdasarkan tabel diatas, hasil perhitungan menggunakan rumus $t_{tabel} = (a/2; n-k-1) = (0,05/2; 102-3-1 = 98)$ sehingga dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel literasi keuangan (X1) memiliki $t_{hitung} 2,200 > t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Variabel gaya hidup (X2) memiliki $t_{hitung} 9,255 > t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. Penggunaan transaksi digital (X3) memiliki $t_{hitung} (-0,124) < t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,902 > 0,005$, sehingga H_0 diterima dan H_3 ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa penggunaan transaksi digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 11. Hasil uji simultan (uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1527.779	3	509.260	32.876	.000 ^b
Residual	1518.035	98	15.490		
Total	3045.814	101			

Berdasarkan hasil uji F diatas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 32,876 > F_{tabel} 2,70$, sehingga H_4 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, gaya

hidup, dan penggunaan transaksi digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12. Hasil koefisien determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.708 ^a	.502	.486	3.936

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai Adjusted R Square yaitu 0,486 atau 48,6%. Maka variabel literasi keuangan (X1), gaya hidup (X2), dan penggunaan transaksi digital (X3) memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 48,6% dan sisanya 51,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Pembahasan

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif gen-Z

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-Z (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji $t_{hitung} 2,200 > t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,030 < 0,05$, sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif gen-Z. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Aini et al., 2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan sangat penting untuk diterapkan mahasiswa agar terhindar dari masalah keuangan.

Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif gen-Z

Hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-Z (Y.) Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} 9,255 > t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H0 ditolak dan H2 diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Penelitian ini sejalan dengan penelitian (Sari et al., 2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa manajemen keuangan syariah angkatan 2028-2019, artinya semakin tinggi gaya hidup mahasiswa, maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi juga.

Pengaruh penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif gen-Z

Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis menunjukkan bahwa penggunaan transaksi digital (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Hal ini dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} -0,124 < t_{tabel} 1,98447$ dan nilai signifikansi $0,902 > 0,05$, sehingga H0 diterima dan H3 ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa penggunaan transaksi digital tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Hasil penelitian ini mendukung penelitian (Agustin & Abidin, 2024) yang menyatakan bahwa digital payment tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun terdapat kemudahan dalam melakukan transaksi, hal tersebut tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli barang diluar kebutuhan.

Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif gen-Z

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh antara variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Pada hasil uji F, nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $F_{hitung} 32,876 > F_{tabel}$

2,70, sehingga H4 diterima dan H0 ditolak. Maka, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan transaksi digital secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z.

SIMPULAN

1. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat membantu gen-Z dalam mengambil keputusan yang lebih bijak terkait pengeluaran. Selain itu, mereka dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan sehingga bisa menghindari pembelian impulsif. Maka dari itu, literasi keuangan sangat penting untuk diterapkan agar terhindar dari masalah keuangan di masa depan.
2. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Gaya hidup yang tinggi akan meningkatkan pembelian secara impulsif. Hal ini dikarenakan adanya kecenderungan untuk memenuhi keinginan tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial.
3. Penggunaan transaksi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun adanya kemudahan transaksi digital, namun tidak serta mempengaruhi pola hidup konsumtif. Sebab, masih banyak gen-Z yang tetap memilih perencanaan keuangan yang matang, meskipun akses mudah terhadap berbagai *platform* belanja online.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan transaksi digital berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-Z. Maka, dari ketiga variabel tersebut secara bersamaan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif gen-Z.

Referensi :

- Afriza, A. F. et al. (2024). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Berbasis Digital dan Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Semarang. *Jurnal Analis*, 3(2), 195–205.
- Agustin, I. D., & Abidin, F. I. N. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Financial Behavior, Digital Payment dan Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Era Pandemi COVID-19. *Innovative Technologica: Methodical Research Journal*, 1(4), 15.
- Aini, N. Z. et al. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 41–49.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131–140.
- Ashilah, F., & Waluyo, B. (2023). Pengaruh Cashless Society, Gaya Hidup dan Tingkat

- Religiositas Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Generasi Z. *Seminar Nasional Akuntansi Dan Manajemen*, 3.
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2020). Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Di Tasikmalaya. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 123–143.
- Layuksugi, A. A. et al. (2024). Pengaruh Financial Technology Payment dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia Toraja (Studi Empiris Pada Mahasiswa Manajemen). *Poma Jurnal Publish of Management*, 2(1), 1–12.
- Maulidah, A. R. et al. (2024). Perkembangan sistem pembayaran digital: Pada era Revolusi Industri 4.0 di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 1(4), 798–803.
- Mawardi, M. A. et al. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 9(1), 1–11.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Pasaribu, B. S. et al. (2022). Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis. In A. Muhaimin (Ed.), *UUP Academic Manajemen Perusahaan YKPN*. Media Edu Pustaka.
- Puspita, Y. C. (2019). Analisis Kesesuaian Teknologi Penggunaan Digital Payment Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Informatika*, 9(2), 121–128.
- Rahayu, K. et al. (2023). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat. *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, 2(3), 290–298.
- Ramandati, H. R. A. S. et al. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Analysis of Financial Behavior of Generation Z on Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Rozaini, N., & Purwita, S. (2021). Gaya Hidup Dan Hasil Belajar Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Niagawan*, 10(2), 198–205.
- Rumuar, A., & Nugroho, H. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Fitur Layanan, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking di Kalangan Generasi-Z. *Media Mahardhika*, 23(1), 190–201.
- Sardiyo, S., & Martini, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169–3180.
- Sari, M. M. et al. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2), 137–151.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal*, 6(1), 11–26.
- Yustini, R. S., & Prihastuty, D. R. (2024). Exploration Of Digital-Based Consumptive Behavior E-Lifestyle In Generation-Z. *Jurnal Ekonomi*, 13(03), 302–315.