

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Nurul Septiyani¹, Besse Wediawati², Agus Solikhin³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi

Email: nurulseptiyani159@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and the use of digital payment on the consumptive behavior of Generation Z. The object of this research is undergraduate students of the Faculty of Economics and Business at Jambi University from the 2021–2024 cohorts. The study employs a quantitative approach using the Partial Least Square (PLS) method with the assistance of SmartPLS 4 software. Primary data were collected through a questionnaire using a 5-point Likert scale and distributed via Google Form. A total of 100 respondents were selected using the Slovin formula from a population of 3,131 students. The results show that: (1) financial literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior; (2) lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior; and (3) digital payment also has a positive and significant effect on consumptive behavior. These findings imply that improving financial literacy can reduce consumptive behavior, whereas a consumptive lifestyle and the ease of digital payment tend to increase such behavior.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Digital Payment, Consumptive Behavior*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Objek penelitian adalah mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2021–2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Partial Least Square (PLS) melalui bantuan software SmartPLS 4. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert 5 poin dan disebarluaskan melalui Google Form. Jumlah responden sebanyak 100 orang, yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dari populasi sebanyak 3.131 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; (2) gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; dan (3) digital payment juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini memberikan implikasi bahwa peningkatan pemahaman keuangan dapat menekan perilaku konsumtif, sementara gaya hidup konsumtif dan kemudahan digital payment cenderung mendorong perilaku tersebut.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Digital Payment, Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif telah menjadi fenomena umum di kalangan generasi muda, khususnya generasi Z, yang dikenal sebagai digital native dan sangat adaptif terhadap kemajuan teknologi. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang serba cepat, instan, dan terkoneksi secara digital, sehingga berdampak pada pola konsumsi yang cenderung impulsif dan berbasis tren sosial. Kondisi ini diperkuat dengan kemudahan akses digital payment serta eksistensi media sosial yang mendorong terciptanya gaya hidup konsumtif.

Menurut data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023), tingkat literasi keuangan generasi muda di Indonesia baru mencapai 49,48%, menunjukkan bahwa mayoritas dari mereka belum memiliki pemahaman yang memadai dalam mengelola keuangan secara bijak. Di sisi lain laporan dari We Are Social (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 85% pengguna internet usia 18–24 tahun di Indonesia telah melakukan transaksi digital secara rutin, dan lebih dari 70% menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran utama. Kombinasi antara rendahnya literasi keuangan, paparan gaya hidup modern, dan kemudahan transaksi digital inilah yang dapat memicu perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi diberbagai aspek kehidupan yang sebelumnya berlangsung secara konvensional, beralih menuju proses digitalisasi, perkembangan teknologi saat ini mencakup kemajuan dalam teknologi internet (Ihsan et al, 2022). Perkembangan pesat teknologi digital telah mengintegrasikan diri ke dalam setiap aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan.

Mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z merupakan kelompok yang cukup rentan terhadap perilaku konsumtif. Berbagai kebutuhan sosial, tuntutan gaya hidup kampus, hingga pengaruh dari lingkungan dan media sosial menjadi faktor pendorong utama. Selain itu, kemudahan akses terhadap fitur-fitur pembayaran digital seperti dompet digital, QRIS, maupun layanan paylater juga memberikan celah bagi mahasiswa untuk berbelanja tanpa perencanaan keuangan yang matang.

Berdasarkan hasil pengamatan pada tanggal 14 Oktober 2024, terlihat jelas adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi di kalangan Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi Angkatan 2021-2024. Fenomena ini ditandai dengan keinginan kuat untuk memenuhi setiap keinginan, terutama dalam hal mengikuti trend fashion terkini. Dorongan untuk tampil modern dan menghindari stigma ketinggalan zaman, serta kemudahan transaksi melalui pembayaran digital, semakin memperkuat perilaku konsumtif tersebut.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z, khususnya pada mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2021–2024. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong perilaku konsumtif serta menjadi masukan bagi institusi pendidikan dan pembuat kebijakan dalam menyusun strategi edukasi keuangan yang lebih efektif untuk generasi muda.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z?
3. Apakah Digital payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z?

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z.
2. Untuk menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z.

3. Untuk menganalisis pengaruh digital payment terhadap perilaku konsumtif generasi Z

LANDASAN TEORI

Behaviorisme Theory

Teori behavioristik menekankan pada kajian ilmiah mengenai berbagai respon perilaku yang dapat diamati dan penentu lingkungannya. Dengan kata lain, perilaku memusatkan pada interaksi dengan lingkungannya yang dapat dilihat dan diukur. Dalam teori behaviorisme memandang bahwa individu dianggap sebagai makhluk reaktif yang memberi respon terhadap lingkungannya. Suatu pengalaman dan pemeliharaan yang telah terjadi nantinya akan dapat membentuk perilaku mereka. Dalam penelitian ini merujuk pada pendekatan behaviorisme sebagai grand theory. Jhon B. Waton mengatakan bahwa belajar sebagai proses interaksi antara stimulus dan respon yang harus dapat diamati dan juga dapat diukur. Jhon B. Waston merupakan penemu teori behaviorisme yang berpendapat bahwa manusia akan berkembang berdasarkan stimulus yang diterimanya dari lingkungan sekitar. Lingkungan yang baik akan menghasilkan manusia yang baik. Sedangkan lingkungan yang buruk akan menghasilkan manusia yang buruk.

Perilaku Konsumtif

Menurut Lina & Rosyid (1997), perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi sudah ada faktor keinginan berlebihan. Selanjutnya Jessica Gumulya (2023) menyatakan bahwa perilaku konsumtif seringkali didorong oleh hasrat atau keinginan yang bersifat impulsif dan tidak didasarkan pada kebutuhan yang sebenarnya. Oleh karena itu, perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai perilaku yang didominasi oleh emosional dan sosial daripada pertimbangan rasional.

Literasi Keuangan

Literasi Keuangan yaitu: Kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan pada akhirnya mencapai kesejahteraan finansial individu (OECD, 2022). konsep literasi keuangan lebih berfokus kepada peningkatan dari layanan keuangan dan peningkatan pada akses keuangan (Utama & Suryani, 2023).

Definisi lain dari literasi keuangan merupakan kemampuan untuk mengelola sumber daya finansial secara efektif guna mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Pemuda yang sadar literasi keuangan atau cerdas secara finansial dapat memahami perencanaan keuangan, sehingga dapat mengambil keputusan keuangan untuk mencapai tujuan keuangan mereka (Wediawati et al, 2022). Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk memahami konsep pengelolaan keuangan, termasuk pentingnya menabung dan bagaimana hal itu memengaruhi kesejahteraan finansial mereka. Terlepas dari tingkat pendapatan, orang yang sadar keuangan cenderung lebih mampu mengontrol pengeluarannya dan lebih tahan terhadap risiko keuangan (Yahya, 2021).

Gaya Hidup

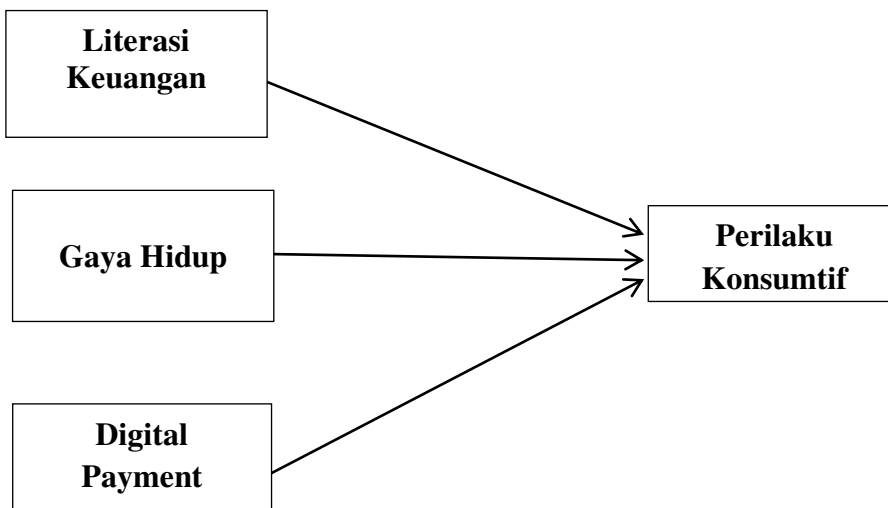
Gaya hidup menurut Sunarto (2005) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO yaitu activities (aktivitas), interest (minat) dan opinion (opini). Salah satu tokoh yang telah memberikan definisi gaya hidup adalah Alfred Adler, seorang psikolog terkemuka pada tahun 1929 dalam (Kusnandar & Kurniawan, 2020), Gaya hidup merupakan kumpulan kebiasaan dan pilihan yang mencerminkan identitas seseorang dalam berbagai aspek kehidupan, seperti interaksi sosial, konsumsi, hiburan, dan penampilan.

Digital Payment

Perkembangan teknologi digital di Indonesia mendorong transformasi diberbagai aspek kehidupan yang sebelumnya berlangsung secara konvensional, beralih menuju proses digitalisasi, perkembangan teknologi saat ini mencakup kemajuan dalam teknologi internet (Ihsan et al, 2022). Perkembangan pesat teknologi digital telah mengintegrasikan diri ke dalam setiap aspek kehidupan, termasuk transaksi keuangan. Digital Payment adalah alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik bisa berupa chip atau server. Uang elektronik berbasis chip tersedia dalam kartu yang dileluarkan perbankan (Gosal & Linawati, 2018).

MODEL PENELITIAN

Gambar 1 Kerangka Berpikir



Hipotesis Penelitian

Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

H2 : Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

H3 : Digital Payment berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif untuk menguji pengaruh antara variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan digital payment terhadap perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2021–2024, yang berjumlah 3.131 orang. Sampel diambil menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan skala Likert 5 poin. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan software SmartPLS 4, yang digunakan untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antar variabel dalam model penelitian.

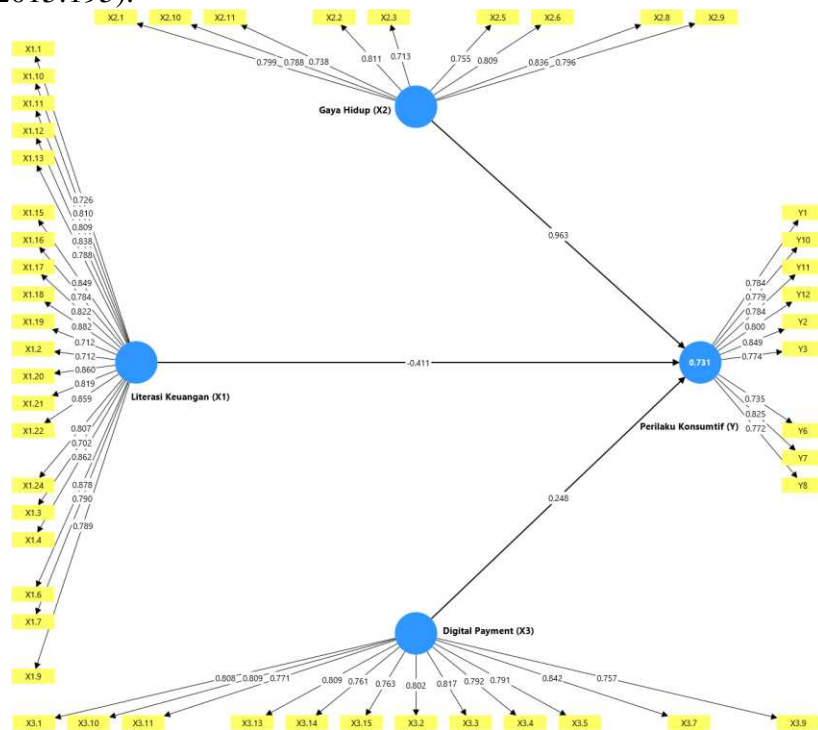
HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari data deskripsi karakteristik responden dapat diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 84%. Mayoritas responden merupakan mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi angkatan 2021 dengan persentase 50%.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Uji validitas konvergen dalam PLS dengan indikator reflektif dinilai berdasarkan loading factor indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut (Abdillah & Jogiyanto, 2015:195).



Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Gambar 2. Outer Model

Tabel 1.
Outer Loading

Variabel	Indikator	Nilai Outer Loading	Keterangan	
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.726	Valid	
	X1.2	0.712	Valid	
	X1.3	0.702	Valid	
	X1.4	0.862	Valid	
	X1.6	0.878	Valid	
	X1.7	0.790	Valid	
	X1.9	0.789	Valid	
	X1.10	0.810	Valid	
	X1.11	0.809	Valid	
	X1.12	0.838	Valid	
	X1.13	0.788	Valid	
	X1.15	0.849	Valid	
	X1.16	0.784	Valid	
	X1.17	0.822	Valid	
	X1.18	0.882	Valid	
	X1.19	0.712	Valid	
	X1.20	0.860	Valid	
	X1.21	0.819	Valid	
	X1.22	0.859	Valid	
	X1.24	0.807	Valid	
Gaya Hidup (X2)	X2.1	0.799	Valid	
	X2.2	0.811	Valid	
	X2.3	0.713	Valid	
	X2.5	0.755	Valid	
	X2.6	0.809	Valid	
	X2.8	0.836	Valid	
	X2.9	0.796	Valid	
	X2.10	0.788	Valid	
	X2.11	0.738	Valid	
	Digital Payment (X3)	X3.1	0.808	Valid
		X3.2	0.802	Valid
X3.3		0.817	Valid	
X3.4		0.792	Valid	
X3.5		0.791	Valid	

	X3.7	0.842	Valid
	X3.9	0.757	Valid
	X3.10	0.809	Valid
	X3.11	0.771	Valid
	X3.13	0.809	Valid
	X3.14	0.761	Valid
	X3.15	0.763	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.784	Valid
	Y2	0.849	Valid
	Y3	0.774	Valid
	Y6	0.735	Valid
	Y7	0.825	Valid
	Y8	0.772	Valid
	Y10	0.779	Valid
	Y11	0.784	Valid
	Y12	0.800	Valid

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel 1 outer loading yang diberikan, dapat diinterpretasikan bahwa semua indikator dalam variabel Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Digital Payment serta Perilaku Konsumtif memiliki outer loading yang signifikan dan melebihi batas minimal 0,7 yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut secara efektif mengukur konstruk yang dituju. Oleh karena itu, semua indikator dalam masing-masing variabel dapat dianggap valid dan memenuhi kriteria validitas konstruk.

Tabel 2.
Hasil Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
Digital Payment (X3)	0.630
Gaya Hidup (X2)	0.614
Literasi Keuangan (X1)	0.651
Perilaku Konsumtif (Y)	0.624

Sumber : Pengolahan Data dengan SmartPLS (2025)

Berdasarkan hasil analisis validitas konvergen menggunakan Average Variance Extracted (AVE) pada tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa semua variabel memiliki tingkat validitas konvergen yang baik. Menurut Ghazali (2015), nilai AVE yang direkomendasikan untuk validitas konvergen minimal sebesar 0,5. Dalam penelitian ini, semua variabel memiliki nilai AVE yang melebihi nilai ambang batas tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel secara efektif mengukur konstruk yang dimaksud dalam penelitian. Dengan demikian, variabel-variabel tersebut dapat dianggap valid dalam konteks analisis konvergen pada model yang digunakan.

Tabel 3.
Nilai Discriminant Validity (*Cross Loading*)

	Literasi Keuangan (X1)	Gaya Hidup (X2)	Digital Payment (X3)	Perilaku Konsumtif (Y)
X1.1	0.726	0.607	0.638	0.443
X1.2	0.712	0.539	0.589	0.327
X1.3	0.702	0.533	0.522	0.283
X1.4	0.862	0.744	0.715	0.532
X1.6	0.878	0.769	0.738	0.569
X1.7	0.79	0.644	0.588	0.438
X1.9	0.789	0.670	0.652	0.515
X1.10	0.810	0.586	0.661	0.344
X1.11	0.809	0.690	0.593	0.433
X1.12	0.838	0.654	0.690	0.442
X1.13	0.788	0.579	0.677	0.396
X1.15	0.849	0.706	0.668	0.436
X1.16	0.784	0.595	0.649	0.458
X1.17	0.822	0.712	0.651	0.578
X1.18	0.882	0.721	0.750	0.449
X1.19	0.712	0.499	0.470	0.309
X1.20	0.860	0.750	0.700	0.570
X1.21	0.819	0.680	0.635	0.567
X1.22	0.859	0.724	0.693	0.434
X1.24	0.807	0.656	0.695	0.525
X2.1	0.844	0.799	0.687	0.520
X2.2	0.856	0.811	0.716	0.553
X2.3	0.456	0.713	0.505	0.735
X2.5	0.619	0.755	0.591	0.605
X2.6	0.542	0.809	0.570	0.723
X2.8	0.844	0.836	0.790	0.584
X2.9	0.534	0.796	0.623	0.721
X2.10	0.663	0.788	0.636	0.645
X2.11	0.538	0.738	0.638	0.651
X3.1	0.591	0.584	0.808	0.495
X3.2	0.675	0.597	0.802	0.515
X3.3	0.710	0.678	0.817	0.594
X3.4	0.620	0.603	0.792	0.526
X3.5	0.591	0.571	0.791	0.461
X3.7	0.708	0.646	0.842	0.529
X3.9	0.680	0.625	0.757	0.496
X3.10	0.618	0.677	0.809	0.592
X3.11	0.731	0.675	0.771	0.539
X3.13	0.646	0.686	0.809	0.582
X3.14	0.612	0.691	0.761	0.590

X3.15	0.534	0.646	0.763	0.644
Y1	0.556	0.748	0.629	0.784
Y2	0.404	0.686	0.577	0.849
Y3	0.427	0.604	0.467	0.774
Y6	0.462	0.581	0.439	0.735
Y7	0.468	0.739	0.597	0.825
Y8	0.336	0.586	0.416	0.772
Y10	0.388	0.588	0.533	0.779
Y11	0.545	0.620	0.615	0.784
Y12	0.514	0.685	0.627	0.800

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Berdasarkan data yang ditunjukkan pada tabel 3 dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang ada pada penelitian ini telah memiliki validitas diskriminan (discriminant validity) yang baik dalam menyusun setiap variabelnya. Hal ini turut dibuktikan dengan nilai cross loading tiap-tiap indikator pada variabel yang dibentuk lebih besar jika dibandingkan dengan nilai cross loading pada variabel lainnya.

Tabel 4.

Composite Reliability

Composite reliability (rho_c)	
Digital Payment (X3)	0.953
Gaya Hidup (X2)	0.935
Literasi Keuangan (X1)	0.974
Perilaku Konsumtif (Y)	0.937

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Berdasarkan data pada tabel 4 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan adanya nilai composite reliability yang menunjukkan angka lebih dari 0,70.

Berikut ini adalah data nilai cronbach's alpha untuk masing-masing variabel pada penelitian ini:

Tabel 5.

Cronbach's Alpha

Cronbach's alpha	
Digital Payment (X3)	0.947
Gaya Hidup (X2)	0.921
Literasi Keuangan (X1)	0.972
Perilaku Konsumtif (Y)	0.925

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Berdasarkan data pada tabel 5 dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria reliabel, hal ini dibuktikan dengan adanya nilai cronbach's alpha yang menunjukkan angka lebih dari 0,70.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Uji R-Square

Untuk mengetahui nilai inner model pada PLS dapat dilihat pada R-square untuk konstruk dependen. Berikut ini tabel 6 yang merupakan hasil estimasi Adjusted R-Square dengan menggunakan SmartPLS 4:

Tabel 6.

Nilai R-Square

	R-square	R-square adjusted
Perilaku Konsumtif (Y)	0.731	0.723

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Pada penelitian ini, nilai R-Square diperoleh sebesar 0,731 atau bila di persentasekan sebesar 73,1%. Yang selanjutnya dapat disimpulkan bahwa variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat dijelaskan yakni sebesar 73,1%, kemudian sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar dari model yang diajukan.

Uji Hipotesis

Adapun dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis untuk menunjukkan tingkat signifikansi yaitu dengan melihat nilai path coefficient atau inner model. Berikut disajikan tabel 7 yang memberikan hasil output pengujian inner model atau model struktural:

Tabel 7.

Path Coefficient

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Digital Payment (X3) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.248	0.249	0.101	2.451	0.014
Gaya Hidup (X2) -> Perilaku Konsumtif (Y)	0.963	0.967	0.096	10.040	0.000
Literasi Keuangan (X1) -> Perilaku Konsumtif (Y)	-0.411	-0.410	0.104	3.958	0.000

Sumber: Pengolahan Data Dengan SmartPLS, 2025

Untuk melihat tingkat signifikan keterdukungan hipotesis dapat digunakan perbandingan nilai T-table dan T-statistic, dimana jika nilai T-statistic lebih tinggi dibandingkan nilai T-table, maka berarti bahwa hipotesis terdukung. Dengan tingkat keyakinan 95 persen (alpha 5 persen atau 0,05) maka nilai T-table untuk hipotesis dua ekor yaitu $\geq 1,96$ (Abdillah & Jogiyanto, 2021).

PEMBAHASAN

Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien

jalur bertanda negatif sebesar -0,411 dan nilai (T-statistic) $3,958 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa semakin meningkatnya kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku mahasiswa dalam membuat keputusan keuangan, maka akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam membeli produk dengan jumlah yang lebih, mengurangi pembelian produk yang kurang dibutuhkan, serta memakai produk yang belum habis dipakai namun sudah membeli produk yang baru dengan merek yang sama.

Hasil studi ini konsisten dengan penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh (Haryana, 2020) dan (Izazi, Nuraina, & Styaningrum, 2020), yang mengindikasikan adanya hubungan negatif antara tingkat literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Individu dengan pemahaman yang kurang mendalam mengenai pengelolaan keuangan cenderung membuat keputusan pembelian yang impulsif dan kurang rasional, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang.

Namun penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisi & Purwanto, 2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Hal ini dikarenakan individu yang belum memahami mengenai literasi keuangan sehingga menyebabkan individu mengalami kerugian, menyebabkan ekonomi individu yang cenderung boros karena masyarakat yang semakin konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,963 dan nilai (T-statistic) $10,040 > 1,96$ (T-table) dan nilai P-Values $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam berbelanja, maka akan meningkatkan perilaku mahasiswa yang konsumtif dalam membeli produk yang terdapat hadiah menarik. Serta, semakin meningkat gaya hidup mahasiswa dalam mengoleksi barang bermerek, maka akan meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa dalam menjaga status sosialnya bila menggunakan barang bermerek.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Mario Ferdy Pradana (2017) yang menyoroti bahwa aktivitas, minat, dan opini merupakan faktor dominan yang membentuk gaya hidup konsumtif di kalangan pelajar. Implikasinya adalah semakin tinggi tingkat gaya hidup seseorang, semakin besar kecenderungannya untuk terlibat dalam perilaku konsumtif, dan sebaliknya.

Namun penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Asisi & Purwanto, 2020) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. Kebiasaan gaya hidup telah mengalami perubahan dalam waktu yang relatif singkat dan cenderung menuju kearah berlebihan selama berkembangnya teknologi *smartphone*, *social media*, dan *electronic commerce*. Tindakan yang berlebihan dalam mengonsumsi barang atau layanan jasa untuk memenuhi gaya hidup yang boros.

Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digital payment (Z) berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y). Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur bertanda positif sebesar 0,248 dan nilai (T-statistic) 2,451 > 1,96 (T-table) dan nilai P-Values 0,014 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan digital payment dan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa, semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pun sebaliknya. Semakin rendah tingkat pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan digital payment dan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian-penelitian terdahulu, seperti yang dilakukan oleh (Puspitasari & Indrarini, 2021) serta (Naufalia, 2022), telah secara konsisten menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital memiliki dampak positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Kemudahan, aksesibilitas, dan manfaat yang dirasakan dari metode pembayaran ini menjadi faktor pendorong utama.

Namun penelitian ini tidak searah dengan penelitian yang dilakukan oleh (Agustin & Abidin, 2024) hasil menunjukkan bahwa meskipun terdapat kemudahan dalam melakukan pembayaran digital tetapi tidak mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa untuk membeli barang yang diluar kebutuhan. Hal ini bisa disebabkan karena meskipun mereka menggunakan atau terdapat kemudahan dalam pembayaran digital tetapi jika dana yang dimiliki mahasiswa belum cukup untuk melakukan pembelian maka tidak dapat berperilaku konsumtif dan perlu menunggu dana yang cukup untuk melakukan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi). Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS). Adapun berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh negatif dan signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman dan pengetahuan seseorang mengenai konsep dan pengelolaan keuangan, maka hal ini akan mendorong perilaku konsumsi yang lebih baik dan bijak.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Sehingga dapat disimpulkan apabila semakin tinggi atau semakin konsisten gaya hidup tertentu yang dianut oleh mahasiswa (misalnya gaya hidup modern, mengikuti trend, mengutamakan status sosial melalui barang mewah), maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif mereka.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan digital payment terhadap perilaku konsumtif mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jambi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan digital payment dan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa, semakin

tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa, begitu pun sebaliknya. Semakin rendah tingkat pengetahuan mahasiswa tentang penggunaan digital payment dan kemudahan yang dirasakan oleh mahasiswa semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Saran

Adapun saran yang dapat diberikan berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan pada penelitian ini diharapkan untuk peneliti selanjutnya mampu memperluas sampel penelitian memanfaatkan target responden yang berbeda dan spesifik seperti pada masyarakat luas secara umum sesuai dengan target dari pemerintah Indonesia tidak hanya pada mahasiswa saja.

DAFTAR PUSTAKA

- 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. <https://doi.org/10.47134/innovative.v1i4.44>
- Desmita. (2009). *Developmental Psychology of Students, a guide for parents and teachers in understanding the psychology of elementary, middle, and high school children*. PT REMAJA ROSDAKARYA Bandung.
- Ghozali, P. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (KEDUA). Penerbit: Badan Universitas Diponegoro.
- Haryana, R. D. T. (2020). Pengaruh Life Style, Self Control Dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Melakukan Online Shopping. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16(1), 29. <https://doi.org/10.30742/equilibrium.v16i1.805>
- Ihsan, M., Sitanggang, P. S., & Solikhin, A. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Penggunaan Teknologi Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Batik Jambi Di Kampung Jelmu Dan Ulu Gedong Kecamatan Pelayangan Kota Jambi Periode 2018-2020. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(3), 119–132. Retrieved from <https://online-journal.unja.ac.id/jmbp/article/view/18694>
- Izazi, I. M., Nuraina, E., & Styaningrum, F. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Pgri Madiun). *Review of Accounting and Business*, 1(1), 35–43. <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Jessica Gumulya, M. W. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- 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. <https://doi.org/10.35448/jmb.v13i1.7920>
- Lina, & Rosyid, H. F. (1997). PERILAKU KONSUMTIF BERDASAR LOCUS O F CONTROL PADA REMAJA PUTRI Lina. *Psikologika*, 2(4), 5–13. Retrieved from journal.uui.ac.id
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion 2022. (2022). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial*

- Inclusion 2022*. <https://doi.org/10.1787/cbc4114f-en>
- Puspitasari, S. D., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2), 64–74. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n2.p64-74>
- Sunarto, K. (2005). *Pengantar Sosiologi*. Universitas Indonesia Publishing.
- Utama, A. N. B., & Suryani, A. I. (2023). Analisa Literasi Keuangan pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik di Kota Jambi. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 1275. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1287>
- Wediawati, B., Liska, R., Machpudin, A., Khaza, M. A. M. H., & Ratnawati, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Inklusi Keuangan (Studi Empiris Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 11(04), 1034–1043. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21796>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>