

# Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat

Sri Rahma Wulandari<sup>1\*</sup>, Darma Wijaya<sup>2</sup>, Fadli Ilyas<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
Jl. Kamal Raya No.18, RT.6/RW.3, Cengkareng, Jakarta Barat, Indonesia

e-mail korespondensi: rahmawulandari230303@gmail.com

Submit: 27-08-2025 | Revisi: 17-09-2025 | Terima: 25-09-2025 | Terbit online: 30-09-2025

**Abstrak** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan korelasional, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada mahasiswa aktif berusia 18–27 tahun dari berbagai perguruan tinggi di Jakarta Barat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah literasi keuangan dan gaya hidup, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, dengan nilai F-hitung sebesar 33,494 (lebih besar dari F-tabel 3,245) dan nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Kontribusi kedua variabel independen terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 62,5% (Adjusted R Square = 0,625). Namun, secara parsial, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, ditunjukkan dengan nilai t-hitung 1,152 (lebih kecil dari t-tabel 1,686) dan nilai signifikansi 0,257 (lebih besar dari 0,05). Sebaliknya, gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai t-hitung 6,854 (lebih besar dari t-tabel 1,686) dan nilai signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05).

**Kata Kunci** : Literasi Keuangan; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif; Gen Z

**Abstract** - This study aims to analyze the influence of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of Generation Z students in West Jakarta. The research method used is quantitative with a correlational approach, where data is collected through questionnaires distributed to active students aged 18–27 years from various universities in West Jakarta. The independent variables in this study are financial literacy and lifestyle, while the dependent variable is consumptive behavior. The results of data analysis show that simultaneously, financial literacy and lifestyle have a significant effect on student consumptive behavior, with an F-count value of 33.494 (greater than F-table 3.245) and a significance value of 0.000 (less than 0.05). The contribution of both independent variables to consumptive behavior is 62.5% (Adjusted R Square = 0.625). However, partially, financial literacy does not have a significant effect on consumptive behavior, indicated by a t-count value of 1.152 (less than t-table 1.686) and a significance value of 0.257 (greater than 0.05). In contrast, lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior, with a t-count value of 6.854 (greater than t-table 1.686) and a significance value of 0.000 (less than 0.05).

**Keywords** : Financial Literacy; Lifestyle; Consumptive Behavior; Generation Z

## 1. Pendahuluan

Generasi Z merupakan kelompok terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai sekitar 74,93 juta jiwa atau sekitar 27,94% dari total populasi, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) pada sensus penduduk 2020. Generasi ini terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal memiliki gaya hidup yang dinamis, cepat, serta sangat terhubung secara digital. Perkembangan teknologi, terutama penggunaan smartphone, telah membawa dampak signifikan bagi mahasiswa. Perangkat ini tidak sekadar alat komunikasi, tetapi juga memengaruhi cara individu berinteraksi, bekerja, bersosialisasi, dan beraktivitas sehari-hari. Aktivitas di media sosial turut membentuk gaya hidup, termasuk tren fashion, gaya hidup selebritas, dan konsumsi di tempat-tempat mewah (Retalia et al., 2022). Fenomena ini berpotensi memicu perilaku konsumtif yang cukup tinggi di kalangan mahasiswa. Di era digital, akses terhadap informasi tentang manajemen keuangan menjadi lebih mudah. Namun, penerapan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah perbedaan tingkat pengetahuan yang dimiliki. Meskipun banyak individu yang sudah memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan, tidak semua mampu



mengaplikasikannya dengan baik. Faktor gaya hidup dan kurangnya pengalaman dalam pengelolaan keuangan sering kali menyebabkan ketidakstabilan finansial pribadi.

Salah satu kendala utama adalah kecenderungan Generasi Z yang fokus pada pengalaman masa kini tanpa mempertimbangkan risiko finansial di masa depan. Hal ini tercermin dalam konsep *You Only Live Once* (YOLO). Selain itu, ada pula fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), di mana individu merasa takut tertinggal tren gaya hidup yang sedang populer (Collins et al., 2021). Pengaruh tren fashion yang dipopulerkan melalui media sosial membuat budaya konsumtif meningkat terutama pada kalangan mahasiswi, yang menjadikan gaya hidup konsumtif sebagai salah satu bentuk ekspresi diri (Arsyianto & Sinollah, 2022)). Konsumsi berlebihan kini tidak hanya terjadi pada kalangan tertentu, tetapi meluas ke seluruh lapisan masyarakat, khususnya remaja dan mahasiswa (Della Irona et al., 2022). Faktor kemudahan memperoleh barang secara instan juga turut mendorong perilaku konsumtif ini. Gaya hidup didefinisikan sebagai pilihan individu dalam menjalani kehidupan, termasuk bagaimana cara mengalokasikan waktu dan uang. Apabila seseorang menggunakan waktu dan uangnya untuk aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah atau kepuasan jangka panjang, hal tersebut dapat berdampak buruk pada aspek kehidupan lainnya, khususnya kondisi keuangan (Keuangan et al., 2024). Gaya hidup tersebut mencakup kebiasaan dalam menghabiskan waktu (aktivitas), minat terhadap hal-hal yang dianggap bermanfaat, serta pandangan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar.

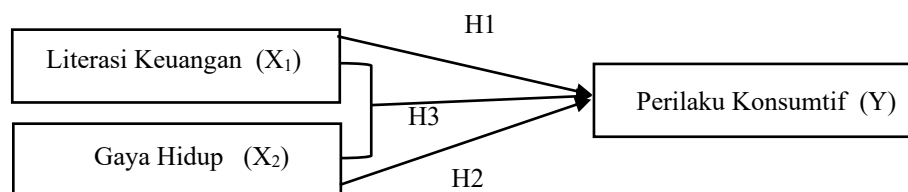
Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Mereka biasanya mampu membuat anggaran, menabung, dan berinvestasi secara bijak (Wahyuni et al., 2023). Oleh karena itu, gaya hidup mereka lebih terkontrol dan terencana, dengan fokus pada pencapaian tujuan keuangan jangka panjang seperti menyiapkan dana pensiun atau membeli properti. Sebaliknya, individu dengan literasi keuangan rendah lebih rentan melakukan pembelian impulsif, utang berlebihan, dan pengeluaran yang tidak perlu (Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti, 2021). Gaya hidup mereka cenderung tidak teratur dan berisiko dengan fokus pada pemenuhan keinginan jangka pendek tanpa memperhatikan konsekuensi keuangan di masa depan (Baiq Fitri Arianti & Khoirunnisa Azzahra, 2020).

Manajemen keuangan yang efektif harus didukung oleh literasi keuangan yang memadai. Tanpa keterampilan pengelolaan keuangan yang baik, keamanan finansial sulit dicapai meskipun penghasilan tinggi. Perubahan gaya hidup masyarakat dapat memengaruhi perilaku keuangan, terutama bagi pekerja. Secara ideal, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan seseorang. Pengetahuan yang baik tentang keuangan dapat membentuk perilaku positif, sementara gaya hidup dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kondisi keuangan. Individu dengan literasi keuangan tinggi dan gaya hidup yang sesuai pendapatan cenderung mampu melakukan manajemen keuangan dengan baik (Diyanty, 2024).

Menurut (Krisdayanti, 2020), Literasi keuangan merupakan sesuatu yang diperlukan oleh setiap orang agar mampu menerapkan skala prioritas dalam mengelola keuangannya dan bisa membedakan kebutuhan dan keinginan. Literasi keuangan juga menjadi hal yang sangat penting bagi pemahaman dan pengetahuan dalam mengelola keuangannya dengan bijak. (Setia, 2024) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan modal manusia yang terdiri dari pengetahuan dan keterampilan yang dapat diterapkan dalam aktivitas keuangan, yang mempengaruhi perilaku dan kesejahteraan finansial.

Gaya hidup didefinisikan oleh kebiasaan seseorang dalam menghabiskan waktu (aktivitas), halhal yang dianggapnya bermanfaat dalam kehidupannya (minat), dan pandangannya tentang dirinya dan dunia sekitarnya (Sabillah et al., 2019). Gaya hidup mencerminkan pola pengeluaran yang menggambarkan bagaimana seseorang memilih untuk menghabiskan uang mereka (Rahmawati Gina & Mirati Elly, 2022).

Perilaku konsumtif merujuk gaya atau perilaku yang senang membelanjakan uangnya tanpa pertimbangan yang matang (Hidayat, 2021). Menurutny dalam perilaku konsumtif ada kecenderungan atau pola tingkah laku individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa dengan intensitas, frekuensi, atau cara yang lebih tinggi daripada kebutuhan dasar atau rasionalitas ekonomi.



Gambar 1. Kerangka berpikir

Berdasarkan hubungan antara variabel pada gambar 1, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H01 : Literasi keuangan tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.

- H1 : Literasi keuangan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.
- H02 : Gaya hidup tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.
- H2 : Gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.
- H03 : Literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.
- H3 : Literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Generasi Z di wilayah Jakarta Barat.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Populasi

Menurut (Sugiono, 2019) menyampaikan bahwasanya “Populasi ialah suatu area umum yang meliputi objek Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Generasi Z (usia 18–27 tahun) di perguruan tinggi wilayah Jakarta Barat. Karena ukuran populasi tidak diketahui secara pasti, penentuan sampel dilakukan dengan merujuk pada rumus Lemeshow (1990) untuk populasi tak diketahui:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1-p)}{d^2} \quad (1)$$

Dengan  $Z = 1,96$  (95% CI),  $p = 0,5$ , dan  $d = 0,155$ , maka diperoleh  $n = 40$  responden. Jumlah ini sesuai dengan responden aktual. Selain itu, menurut Hair et al. (1998), ukuran sampel minimal adalah 5–10 kali jumlah variabel independen. Dengan 2 variabel independen, minimal 10–20 responden dibutuhkan. Oleh karena itu, jumlah 40 responden dinilai memadai.

### 2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2019), teknik purposive sampling adalah pengambilan sampel dengan mempertimbangkan beberapa kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik sampling yang berdasarkan pertimbangan khusus agar sampel yang diambil sesuai dengan kriteria penelitian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini meliputi: pertama, berusia antara 18 hingga 27 tahun, yang merupakan rentang usia kelompok generasi Z (kelahiran tahun 1997 hingga 2012). Kedua, responden harus terdaftar dan aktif sebagai mahasiswa di perguruan tinggi yang berlokasi di wilayah Jakarta Barat. Ketiga, responden bersedia menjadi partisipan dalam penelitian dengan mengisi kuesioner secara lengkap. Dengan memenuhi kriteria tersebut, diharapkan sampel yang diambil relevan dan mewakili populasi target penelitian.

### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data serta informasi untuk penelitian ini, kuesioner dipergunakan. Salah satu metode pengumpulan data ialah melalui penggunaan kuesioner, yang terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang telah ditulis sebelumnya. Responden diminta guna mengisi kekosongan maupun menawarkan jawaban kuantitatif dengan mempergunakan pilihan jawaban yang telah ditentukan

### 2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data ditunjukkan guna mengidentifikasi informasi penting yang terdapat dalam data dan memanfaatkan temuan tersebut guna menyelesaikan permasalahan yang ada. Pengaruh masing-masing variabel bebas atau kebersamaan dapat dihitung secara langsung melalui penerapan metode regresi linear berganda. Microsoft Excel 2021 digunakan sebagai perangkat lunak pendukung dalam pengolahan data penelitian ini, sedangkan software yang dipergunakan untuk perhitungan statistik ialah program SPSS 25 (*Statistical Package for Social Science*).

### 2.5 Definisi Operasional Variabel

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

No	Nama Variabel	Indikator/Proxy dan Pengukuran
1	Literasi Keuangan (X1)	Pengetahuan dasar Tentang Pengelolaan Keuangan Penganggaran, Tabungan, dan Pengelolaan kredit Pemahaman Investasi Pengelolaan Asuransi
2	Gaya Hidup (X2)	Pembelian Impulsif Pembelian Tidak Rasional Motivasi Psikologis

No	Nama Variabel	Indikator/Proxy dan Pengukuran
3	Perilaku Konsumtif (Y)	Pembelian tanpa perencanaan, dipicu promosi/dorongan emosional Sering berbelanja online tanpa pertimbangan Pengaruh trend iklan media sosial Sulit menahan keinginan membeli barang tidak perlu Konsumsi sebagai bentuk ekspresi diri dan simbol status sosial

Sumber: Data diolah, 2025

### 3. Hasil dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan berupa data primer. Fokus penelitian adalah pada pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z yang berada di wilayah Jakarta Barat. Data dikumpulkan langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Sampel penelitian ini terdiri dari mahasiswa Gen Z yang aktif terdaftar di perguruan tinggi di Jakarta Barat dengan jumlah responden tertentu sesuai metodologi purposive sampling. Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah statistik deskriptif yang dikombinasikan dengan model regresi linear berganda untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antar variabel bebas dan variabel terikat.

#### 3.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2018), uji normalitas merupakan salah satu prosedur penting yang dilakukan untuk menguji apakah data dari masing-masing variabel dalam suatu penelitian mengikuti distribusi normal atau tidak. terdapat dua kriteria utama yang digunakan sebagai dasar evaluasi. Pertama, apabila nilai signifikansi yang diperoleh dari uji tersebut lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka nilai residual dianggap tidak berdistribusi normal

Tabel 2. Uji Normalitas

Variabel	N	Std. Deviaton	Absolute	Positive	Negative	Test Statistic	Asymp.Sig. (2-tailed)
Literasi Keuangan	40	7,253	0,156	0,082	-0,156	-0,156	0,016
Gaya Hidup	40	11,455	0,145	0,104	-0,145	-0,145	0,033
Perilaku Konsumtif	40	9,487	0,132	0,108	-0,132	-0,132	0,077

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 2 diperoleh nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) pada variabel Literasi Keuangan sebesar 0,016, Gaya Hidup sebesar 0,033, dan Perilaku Konsumtif sebesar 0,077. Menurut (Ghozali, 2020) Suatu data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi  $> 0,05$ . Dengan demikian, meskipun variabel Literasi Keuangan dan Gaya Hidup memiliki nilai signifikansi  $< 0,05$ , namun hasil pengujian residual menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,077 > 0,05$ . Hal ini berarti residual berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas dalam model regresi dapat terpenuhi.

#### 3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas adalah tidak adanya gejala multikolinieritas jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10,00. Sebaliknya, jika nilai Tolerance kurang dari 0,10 dan nilai VIF lebih dari 10,00, maka model mengalami multikolinieritas (Ghozali, 2018).

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
(Constant)	16.365	7.386		2.216	0.033		
Literasi Keuangan	-0.163	0.142	-0.125	-1.152	0.257	0.821	1.218
Gaya Hidup	0.614	0.090	0.742	6.854	0.000	0.821	1.218

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 3 diperoleh nilai Tolerance untuk variabel Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) masing-masing sebesar 0,821 yang lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk kedua variabel tersebut adalah 1,218, yang masih jauh di bawah batas 10,00. Hal ini sesuai dengan pendapat Ghozali (2020), yang menyatakan bahwa suatu model regresi dikatakan bebas dari

gejala multikolinearitas apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hidayat et al., 2022) uji heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah model regresi mengalami pertidaksamaan varian dari variabel-variabelnya. Uji heteroskedastisitas apabila nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolute residual lebih dari > 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4. Uji Heteroskedastisitas

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	8.601	3.663		2.348	0.024
Literasi Keuangan	-0.089	0.070	-0.224	-1.262	0.215
Gaya Hidup	-0.008	0.044	-0.031	-0.176	0.861

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 4, diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar **0,215** dan Gaya Hidup (X2) sebesar **0,861**. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians residual antar pengamatan bersifat konstan atau homoskedastisitas. Heteroskedastisitas yang muncul pada model regresi dapat mengakibatkan estimasi parameter menjadi tidak efisien. Oleh karena itu, hasil ini menegaskan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3.4 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Sulantari et al., 2024), analisis regresi linier berganda adalah metode statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen secara simultan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dan arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam suatu model linear.

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	16.365	7.386		2.216	0.033
Literasi Keuangan	-0.163	0.142	-0.125	-1.152	0.257
Gaya Hidup	0.614	0.090	0.742	6.854	0.000

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Berikut adalah bentuk permodelan yang digunakan dalam penelitian ini:

Berdasarkan tabel 5 dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 16.365 + 0.163 X_1 + 0.614 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka intepretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a) Nilai konstanta sebesar 16,365 menunjukkan bahwa jika variabel Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) bernilai nol, maka nilai rata-rata Perilaku Konsumtif (Y) adalah 16,365
2. Literasi Keuangan (X1) Koefisien regresi  $b_1X_1$  sebesar 0.163 bahwa setiap kenaikan 1 satuan dalam Literasi Keuangan akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,163 satuan, dengan asumsi variabel Gaya Hidup (X2) tetap konstan. Artinya, semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan seseorang, cenderung terjadi peningkatan perilaku konsumtif, meskipun pengaruhnya relatif kecil dibandingkan variabel lain.
3. Gaya Hidup (X2) Koefisien ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan dalam Gaya Hidup akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,614 satuan, dengan asumsi variabel Literasi Keuangan (X1) tetap konstan. Ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh yang lebih kuat terhadap Perilaku Konsumtif dibandingkan Literasi Keuangan. Semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin besar kecenderungan untuk berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis diatas memperlihatkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan Literasi Keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mendukung teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor eksternal yang dominan dalam menentukan pola konsumsi individu (Kotler & Keller, 2016).

### 3.5 Uji Parsial (Uji T)

Menurut Putra dan Wulandari (2022), Dasar pengambilan keputusan uji-t adalah Jika nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, Jika nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 6. Uji Parsial (Uji T)

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	16.365	7.386		2.216	0.033
Literasi Keuangan	-0.163	0.142	-0.125	-1.152	0.257
Gaya Hidup	0.614	0.090	0.742	6.854	0.000

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Pada tabel 6 dinyatakan yaitu,  $H_1$  = Diketahui nilai signifikansi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif sebesar  $0,257 > 0,05$  dan nilai t hitung  $-1,152 < t$  tabel  $1,686$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.  $H_2$  = Diketahui nilai signifikansi pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $-6,854 < -t$  tabel  $-1,686$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Hasil ini konsisten dengan temuan kontemporer dalam riset perilaku konsumen. Misalnya, penelitian oleh Zahratul Jannah & Arief Maulana (2020) mengungkapkan bahwa gaya hidup belanja (*shopping lifestyle*) secara signifikan memengaruhi perilaku pembelian impulsif generasi Z dalam produk kosmetik (*Shopping Lifestyle* berpengaruh positif signifikan pada *Impulse Buying*, dengan koefisien  $0,448$ ;  $p < 0,05$ ) Selain itu, studi kasus konsumsi kopi di Indonesia oleh Utama et al. (2021) juga menemukan bahwa gaya hidup terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi kopi, lebih dominan dibanding motif kesehatan dan daya tarik sensori.

### 3.6 Uji Simultan (Uji F)

Dasar pengambilan keputusan uji F yaitu jika  $\text{sig} < 0.05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Jika  $\text{sig} > 0.05$  atau  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2260.972	2	1130.486	33.494	0.000
Residual	1248.803	37	33.751		
Total	3509.775	39			

Sumber : Olah Data, SPSS 25 , 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 8 di atas, didapatkan nilai F hitung sebesar  $33,494$  lebih besar dari F tabel ( $3,245$ ) dan nilai signifikansi (Sig.) sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan berfungsi sebagai faktor internal yang dapat mengendalikan kecenderungan konsumtif, gaya hidup sebagai faktor eksternal tetap menjadi pendorong utama perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z. Hasil ini konsisten dengan penelitian Septiyani et al. (2021) yang menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, sementara literasi keuangan berkontribusi menekan perilaku tersebut. Penelitian Dinanti & Nesner (2021) juga mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan justru berpengaruh negatif.

### 3.7 Pengaruh Literasi Keuangan (X1) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil penelitian, literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif yang memiliki nilai  $T_{hitung}$  ( $1,152 < T_{tabel}$   $1,686$ ) dan nilai signifikansi lebih besar dari  $0,05$  ( $0,257 > 0,05$ ). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Hasil uji t disimpulkan hasil hipotesis  $H_1 =$  diketahui nilai sig pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif sebesar  $0,257 > 0,05$  dan nilai Thitung  $1,152 < T_{tabel} 1,686$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak maka tidak terdapat pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.  $H_2 =$  diketahui nilai sig pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai Thitung  $6,854 > T_{tabel} 1,686$ , dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima maka terdapat pengaruh signifikan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian (Putri & Pratiwi., 2021) yang juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z, namun dalam konteks penelitian ini, pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Hal ini mungkin mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa memiliki pengetahuan keuangan yang baik, faktor lain seperti gaya hidup atau tekanan sosial mungkin lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif mereka. Sebaliknya, penelitian oleh Utama (2020) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku manajemen keuangan Generasi Z, yang secara tidak langsung dapat mengurangi perilaku konsumtif. Perbedaan hasil ini bisa disebabkan oleh perbedaan konteks atau metodologi penelitian.

### 3.8 Pengaruh Gaya Hidup (X2) Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang signifikan dan positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan nilai  $(6,854 > 1,686)$  dan nilai sig yang lebih kecil dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dapat ditarik kesimpulan bahwa ditolak dan diterima, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif.

Hasil ini konsisten dengan penelitian Arif & Imsar (2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan keinginan sesaat dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak rasional. Selain itu, penelitian oleh (Sianipar & Kairupan., 2023) juga mendukung temuan ini, di mana tren fashion dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial secara signifikan memicu budaya konsumsi yang tinggi di kalangan mahasiswi. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup, terutama yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan media digital, merupakan pendorong utama perilaku konsumtif pada Generasi Z.

### 3.9 Pengaruh Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil analisis pada uji f didapatkan nilai  $(33,494) > (3,245)$  dan sig  $(0,000) < 0,05$  maka disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara simultan terhadap Y sehingga diterima dan ditolak. Nilai Fhitung lebih besar dari Ftabel ( $33,494 > 3,245$ ), menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa kedua variabel ini secara bersama-sama berkontribusi dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa.

Berdasarkan uji parsial bahwa hasil uji koefisien determinasi menunjukkan simultan yakni nilainya (Adjusted R Square) sebesar 0.625 yang berarti sebesar 62,5% Perilaku Konsumtif (Y) dipengaruhi oleh variabel Literasi Keuangan ( $X_1$ ) dan Gaya Hidup ( $X_2$ ) secara simultan. Sedangkan sisanya sebesar 37,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam model ini. Serta untuk uji koefisien determinasi simultan bahwa nilai Sig sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup secara simultan atau bersamasama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (Literasi Keuangan dan Gaya Hidup) terhadap variabel terikat (Perilaku Konsumtif), maka digunakan nilai Adjusted R Square  $\times 100\%$ .

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Putri & Pratiwi (2021) yang juga menyimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan gaya hidup memiliki pengaruh yang lebih dominan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun literasi keuangan penting, gaya hidup memiliki peran yang sangat kuat dalam membentuk pola konsumsi. Studi oleh Utama (2020) juga mendukung bahwa literasi keuangan dan gaya hidup secara simultan mempengaruhi manajemen keuangan, yang pada gilirannya berdampak pada perilaku konsumtif. Implikasi dari hasil ini adalah bahwa intervensi untuk mengurangi perilaku konsumtif harus mempertimbangkan baik peningkatan literasi keuangan maupun perubahan gaya hidup secara holistik.

## 4. Kesimpulan

Setelah dilakukan pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di wilayah Jakarta Barat, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu, secara simultan, variabel literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang ditunjukkan dengan nilai F hitung sebesar 33,494 lebih besar dari F tabel 3,245 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Secara parsial, literasi keuangan berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti gaya hidup

konsumtif mendorong peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Secara parsial, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi 0,257 ( $> 0,05$ ) dan nilai t-hitung -1,152 ( $< t$ -tabel 1,686), artinya semakin tinggi literasi keuangan mahasiswa, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa dengan gaya hidup yang cenderung konsumtif dan mengikuti tren media sosial lebih berpotensi memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

## Referensi

- Arsyianto, M. T., & Sinollah, S.-. (2022). Keputusan Pembelian Pakaian Online Pada Mahasiswa Dilihat Dari Lifestyle Dan Kematangan Emosi. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 7(1), 25–31. <https://doi.org/10.37058/jem.v7i1.2077>
- Baiq Fitri Arianti, & Khoirunnisa Azzahra. (2020). Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan : Studi Kasus UMKM Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 9(2), 156–171. <https://doi.org/10.33059/jmk.v9i2.2635>
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *Pengaruh Hedonic Shopping Value Dan Shopping Lifestyle Terhadap Impulse Buying Dengan Positif Emotion Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Shopee di Kota Malang)*. 167–186.
- Della Irona, V., Triyani, M., Fakultas, M., & Management, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm) Corresponding author: Vitra Della Irona. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 1(1), 174–185.
- Diyanty, T. W. E. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Kartu Indonesia Pintar Indonesia Pintar Kuliah. *Ekonomi Syariah FEB IAIN Ponorogo*, 1–107.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 (Badan penerbit Universitas Diponegoro. Variabel Pemoderasi. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana (Ed.)). 23(2), 1470.
- Hasbia Rizqi Annisa Sita Ramadanti. (2021). *Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Jurusan Manajemen Upn Veteran Jakarta*. 3(5), 6.
- Hidayat, W. (2021). *Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus Terhadap Pelanggan Warung Kopi Di Kota Makassar) Lifestyle Of Urban Communities (Case Study of Coffee Shop Customers in Makassar City)*. 1–96.
- Kuangan, P., Khoirunnisa, R. A., & Purnamasari, P. E. (2024). *Literasi Keuangan Memoderasi Hubungan FoMO, Love of Money, dan Self Control terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi*. 8(2), 724–739.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Harlow : Pearson Education Limited
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>
- Rahmawati Gina, & Mirati Elly. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial. *Prosiding SNAM PNJ*, 2022.
- Retalia, R., Soesilo, T. D., & Irawan, S. (2022). Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Interaksi Sosial Remaja. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 12(2), 139–149. <https://doi.org/10.24246/j.js.2022.v12.i2.p139-149>
- Sabillah, F., Hindrayani, A., & Sangka, K. B. (2019). Pengaruh konformitas dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal on Education*, 07(01), 2729–2740. <http://repository.unsil.ac.id/3123/>
- Setia, U. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Masyarakat Generasi Z Kabupaten Aceh Barat Daya. *Skripsi*, 1–106. <https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/39429/>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan RnD*. Bandung: Alfabeta.
- Sulantari, Hariadi, W., Putra, E. D., & Anas, A. (2024). Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Memodelkan Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Penambahan Utang Tahunan Negara Indonesia. *Jurnal UJMC*, 10(1), 36–46.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., & Kinanti, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Owner*, 7(1), 656–671. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1304>