



Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z

The Influence of Financial Literacy, Hedonic Lifestyle, and Self-Control on Consumer Behavior in Gen-Z

Syifa Salsabilla¹, Crescentiano Agung Wicaksono^{*2}

ssalsabilla727@gmail.com¹, crescentiano.agung@gmail.com²

Program Studi Diploma Tiga Akuntansi, Politeknik YKPN Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia¹

Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Sektor Publik, Politeknik YKPN Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia²

Diunggah: 8 April 2025, Direvisi: 23 April 2025, Diterima: 24 April 2025, Terbit: 13 Mei 2025

Abstract

This study examines how financial literacy, hedonistic lifestyle, and self-control affect the consumer behavior of Generation Z in Indonesia, both individually and together. Based on responses from 136 Gen Z participants via an online questionnaire, data were analyzed using multiple linear regression (SPSS v.22). Results show that financial literacy and hedonistic lifestyle significantly influence consumer behavior on their own, while self-control does not. However, all three factors combined have a significant overall impact. This suggests Gen Z's consumer behavior is influenced by financial understanding, lifestyle choices, and psychological factors.

Keywords: consumptive behavior, financial literacy, hedonistic lifestyle, self-control

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Indonesia, baik secara parsial maupun simultan. Sebanyak 136 responden Gen Z berpartisipasi melalui kuesioner online yang dianalisis menggunakan regresi linier berganda (SPSS versi 22). Hasilnya menunjukkan bahwa Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonis berpengaruh signifikan secara individu, sementara *self-control* tidak. Namun, secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi Gen Z dipengaruhi oleh kombinasi aspek finansial, gaya hidup, dan psikologis.

Keywords: gaya hidup dedonis, literasi keuangan, perilaku konsumtif, *self-control*

*Penulis Korespondensi: Crescentiano Agung Wicaksono

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kohort kelahiran yang mencakup individu yang lahir dalam rentang waktu antara tahun 1997 hingga 2012. Tumbuh dalam era digital tentu saja membuat mereka dengan mudah mengakses segala informasi. Kemudahan tersebut tidak hanya membuat mereka terbiasa dengan teknologi, tetapi juga membuat pola konsumsi yang meningkat (Sudaryanto et al., 2019). Perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui kebiasaan hidup yang boros dan berlebihan demi memenuhi keinginan diri sendiri. Perilaku ini cenderung menggunakan suatu barang atau jasa tanpa mempertimbangkan antara kebutuhan atau hanya keinginan semata. Tindakan tersebut biasanya tidak didasarkan dengan alasan yang objektif. Pengeluaran yang lebih besar dari pendapatan mencerminkan gaya hidup yang cenderung konsumtif, di mana pengeluaran yang tidak sebanding dengan kemampuan finansial. Kebiasaan ini berisiko memengaruhi stabilitas keuangan jangka panjang dan dapat menciptakan masalah ekonomi.

Manajemen keuangan merupakan elemen krusial yang harus diperhatikan oleh setiap individu, karena keberadaannya melekat dalam berbagai aspek aktivitas. Tanpa pengelolaan yang baik, seseorang berisiko mengalami kesulitan keuangan. Pengelolaan keuangan yang efektif memungkinkan tercapainya kondisi keuangan yang stabil dan berkelanjutan (Veriwati et al., 2021). Sayangnya, penerapan pada kehidupan sehari-hari pengetahuan tentang literasi keuangan masih menjadi masalah utama untuk masyarakat Indonesia. Bimbingan tentang keuangan merupakan upaya jangka panjang yang bertujuan agar terdapat keterampilan dan strategi pada setiap individu dalam mengatur keuangan sesuai kebutuhan sesuai dengan kebutuhan. Dengan literasi yang baik, individu dapat mengurangi risiko

This is an open access article under the CC BY-SA License.



kesulitan finansial dan mendapat kesejahteraan (Kewal, 2013). Selain itu menurut OECD (2013), literasi keuangan mencakup kombinasi dari berbagai aspek seperti kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan tindakan. Semua elemen tersebut berperan penting dalam membantu pengambilan keputusan seseorang dengan tepat demi mencapai kesejahteraan finansial.

Gaya hidup adalah cara individu dalam menjalani kehidupan, yang tergambar dari kebiasaan sehari-harinya. Hal tersebut mencangkup pola seseorang dalam memutuskan untuk membeli suatu barang serta caranya dalam mengatur waktu (Mowen & Hansen, 2001). Hedonis merupakan pandangan hidup yang menempatkan kebahagiaan dan kepuasan semata menjadi tujuan utama di kehidupan. Gaya hidup tersebut sering kali terlihat pada generasi Z, mereka terpusat pada tren terkini bertujuan untuk mendapat kepuasan emosional dan sosial. Banyak di antara mereka memilih untuk mendatangi cafe *overprice*, atau membeli barang-barang merek bukan semata-mata untuk kebutuhan, melainkan demi menunjukkan status sosial dan tampil "keren" di mata orang lain. Media sosial tentu menjadi peran utama dalam memengaruhi gaya hidup yang hedonis pada generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter membuat mereka terus merasa perlu untuk menunjukkan kehidupan mereka yang hedon, seperti berlibur di tempat yang sedang *trending*. Aktivitas tersebut biasanya dilakukan hanya untuk mendapat validasi berupa like atau komentar pada media sosial. Gaya hidup hedonis seperti ini sering menimbulkan tekanan sosial maupun psikologis. Mereka yang tidak mampu mengikuti tren biasanya akan merasa kurang percaya diri dan akan merasa tertinggal. Di sisi lain, gaya hidup hedonis membuat banyak orang lupa akan pentingnya pengelolaan keuangan secara baik serta kemampuan dalam mengontrol diri.

Self-control ialah kemampuan seseorang untuk mengontrol atau mengubah respon dari dalam dirinya untuk menghindari diri dari perilaku yang tidak diharapkan dan mengarahkan dirinya pada sesuatu yang ingin digapai (Perdana et al., 2021). Apabila seseorang mempunyai *self-control* yang tinggi, mereka cenderung akan mencermati perilaku yang sesuai saat menghadapi suatu keadaan, sehingga membuat kesan baik kepada orang lain. Perilaku yang responsif terhadap situasi sekitar, lebih adaptif, dan berupaya menciptakan interaksi yang baik (Borba, 2008). Individu yang memiliki *self-control* baik biasanya mampu mengendalikan keinginan sesaat yang mungkin berpotensi merugikannya di masa depan. Mereka cenderung akan lebih banyak berfikir untuk mempertimbangkan potensi baik dan buruk apa saja yang akan di dapat apabila memilih suatu keputusan. *Self-control* yang baik ditandai dengan individu dapat mengontrol dirinya untuk tidak melakukan pembelian yang bukan termasuk kebutuhan. Selain itu tanda *self-control* yang baik pada seseorang yaitu mereka dapat membuat keputusan bijaksana, seperti melakukan investasi atau menabung untuk masa depan. *Self-control* dalam keuangan membantu seseorang dalam mengelola uang dengan baik, menghindari pembelian impulsif, dan tidak mengutamakan keinginan diatas kebutuhan. Dengan *Self-control* yang baik tersebut individu akan cenderung menabung, berinvestasi, dan mengatur keuangannya secara terencana untuk menghindari masalah finansial di masa depan.

Penelitian ini didasarkan karena maraknya perilaku konsumtif pada generasi Z yang meningkat setiap harinya. Indonesia termasuk negara berkembang yang perekonomiannya terus naik dan berkembang dibandingkan negara berkembang lainnya, tapi di sisi lain perekonomian yang cepat ini tidak dihasilkan dari kegiatan ekspor melainkan berasal dari pola perilaku yang konsumtif dari penduduk Indonesia sendiri (Muhammad, 2022). Generasi Z, yang tumbuh dengan akses mudah terhadap teknologi, sering kali membuat mereka terjebak dengan pola hidup yang dipengaruhi oleh tren dan keinginan menunjukkan status sosialnya. Pola hidup tersebut menjadi salah satu contoh literasi yang rendah, karena mereka belum memahami bagaimana cara pengelolaan uang yang baik. Selain itu, gaya hidup hedonis menggerakkan mereka untuk terus terpaku pada kegembiraan hidup, dan kurangnya *self-control* membuat mereka kesulitan untuk menahan pembelian yang hanya untuk kesenangan semata.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara mendalam hubungan kausal antara tiga variabel utama dan manifestasinya dalam bentuk perilaku konsumtif pada kelompok Generasi Z. Variabel independen dalam penelitian ini mencakup literasi

keuangan, gaya hidup hedonis, serta *self-control*, sementara variabel dependen yang dianalisis adalah perilaku konsumtif pada Generasi Z. Penelitian yang dilakukan oleh Izazi et al. (2020) membahas pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menambahkan variabel gaya hidup hedonis dan *self-control* untuk melihat pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif gen-z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif dengan memanfaatkan data primer sebagai basis utama analisis. Teknik pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran instrumen kuesioner dalam format digital menggunakan media Google Form, yang secara terarah ditujukan kepada responden dari kelompok Generasi Z yang berada di berbagai wilayah geografis di Indonesia. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z di Indonesia, sesuai dengan karakteristik dan kriteria inklusi yang telah ditentukan oleh peneliti (Susanto et al., 2024). Sampel diperoleh dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Sampel yang ditetapkan peneliti yaitu dengan menggunakan rumus Roscoe (1975). Berdasarkan rumus tersebut, ukuran sampel yang direkomendasikan berada dalam kisaran 30 hingga 500 responden, dengan ketentuan bahwa jumlah minimal sampel adalah lima kali jumlah item instrumen.

Dalam penelitian ini, digunakan Skala Likert sebagai instrumen untuk mengukur tanggapan responden. Skala likert adalah salah satu teknik pengukuran yang lazim digunakan dalam studi-studi sosial guna mengidentifikasi serta mengkuantifikasi pandangan, kecenderungan sikap, dan opini responden terhadap suatu kondisi atau fenomena tertentu. Melalui skala likert responden diminta memberikan penilaian berdasarkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan. Penggunaan skala ini memudahkan peneliti dalam mengkuantifikasi data kualitatif sehingga dapat dianalisis secara statistik. Dalam penelitian ini pemahaman responden dinilai menggunakan skala likert terdapat literasi keuangan, apakah mereka memiliki gaya hidup hedonis, serta seberapa baik *self-control* yang dimiliki responden. Skala ini juga digunakan untuk melihat seberapa besar generasi Z yang memiliki perilaku konsumtif. Peneliti mengukur seluruh variabel tersebut dalam lima tingkatan dengan skor 1 sampai 5.

Perilaku Konsumtif

Tabel 1. Kuesioner Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan
1	Seringkali saya tidak dapat mengontrol diri untuk tidak melakukan pembelian hanya dengan dasar keinginan bukan kebutuhan
2	Saya melakukan pembelian produk tanpa melihat manfaat apa yang akan saya dapat
3	Saya melakukan pembelian berulang terhadap produk yang sama
4	Saya melakukan pembelian apabila produk memiliki kemasan yang menarik dilihat
5	Saya melakukan pembelian produk <i>trend</i> hanya karena takut ketinggalan zaman
6	Saya akan melakukan pembelian suatu produk apabila produk tersebut menawarkan hadiah atau diskon

Secara konseptual, perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan seseorang dalam melakukan keputusan pembelian, baik yang dilandasi oleh kebutuhan nyata maupun yang dipengaruhi oleh dorongan keinginan semata tanpa melalui proses pertimbangan rasional yang memadai. Dalam konteks ini, individu sering kali tidak membedakan antara kebutuhan primer dan keinginan semata, sehingga keputusan konsumsi lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional atau gaya hidup. Pola konsumsi semacam ini dapat berdampak pada kondisi keuangan pribadi serta mencerminkan tingkat *self-control* seseorang dalam menghadapi berbagai pilihan konsumsi yang ditawarkan oleh pasar. Perilaku ini sering ditemukan beberapa orang, mahasiswi rela mengeluarkan uang sakunya hanya demi memenuhi keinginan semata bukan karena kebutuhan Pratama et al. (2024). Perilaku konsumtif dijadikan sebagai

variabel dependen (Y). Untuk mengukur variabel tersebut, peneliti mengadopsi enam pertanyaan yang didapat dari penelitian sebelumnya oleh Susanti dan Saputro (2020). Skala likert akan digunakan untuk mengukur setiap pertanyaan.

Literasi Keuangan

Tabel 2. Kuesioner Literasi Keuangan

No	Pertanyaan
1	Saya tidak menggunakan uang sesuai kebutuhan
2	Saya tidak memiliki simpanan uang untuk masa sulit
3	Saya tidak memiliki catatan pengeluaran
4	Saya merasa tidak dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan semata
5	Saya tidak memiliki perencanaan untuk setiap pembelian kebutuhan sehari-hari

Literasi keuangan secara definitif dapat diartikan sebagai kompetensi kognitif dan afektif individu dalam memahami konsep, prinsip, serta risiko yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi maupun keluarga, yang mencakup kemampuan dalam merencanakan, mengelola, serta membuat keputusan finansial secara bijak dan bertanggung jawab guna mencapai kesejahteraan jangka panjang. Aspek tersebut meliputi pemahaman yang komprehensif mengenai perencanaan anggaran, pengelolaan tabungan, strategi investasi, serta kemampuan dalam mengidentifikasi dan mengevaluasi risiko maupun potensi manfaat dari berbagai instrumen dan produk keuangan. Literasi keuangan yang memadai memungkinkan individu untuk mengambil keputusan ekonomi yang lebih rasional, berorientasi jangka panjang, dan selaras dengan tujuan kesejahteraan finansial. Pemahaman tersebut tentu dapat menjaga kondisi finansial individu agar lebih stabil, aman, dan sentosa. Selain penting bagi individu, literasi keuangan juga berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan bisnis suatu negara. Maka dari itu, tanda yang terlihat pada kemajuan di suatu negara yaitu tingginya kesadaran masyarakat atas tingkat literasi keuangan di sektor ekonomi (Choerudin et al., 2023). Dalam penelitian ini, literasi keuangan dijadikan sebagai variabel independen (X1). Untuk mengukur variabel tersebut, peneliti mengadopsi lima pertanyaan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mubarokah & Rita (2020). Skala likert akan digunakan untuk mengukur setiap pertanyaan.

Gaya Hidup Hedonis

Tabel 3. Kuesioner Gaya Hidup Hedonis

No	Pertanyaan
1	Saya menggunakan sebagian besar waktu untuk berbelanja
2	Saya sering mengutamakan keinginan daripada kebutuhan saat belanja
3	Saya hanya akan merasa percaya diri apabila memakai barang <i>branded</i>
4	Saya akan melakukan pembelian agar tidak tertinggal <i>trend</i>
5	Saya melakukan pembelian barang <i>branded</i> hanya untuk gengsi

Gaya hidup hedonis merujuk pada orientasi perilaku individu yang menempatkan pencapaian kesenangan, kenyamanan, serta kepuasan instan sebagai prioritas utama dalam kehidupannya. Pola hidup semacam ini sering kali mengabaikan pertimbangan rasional terhadap konsekuensi jangka panjang, baik dari sisi finansial, sosial, maupun psikologis. Dalam ranah perilaku konsumtif, orientasi hedonistik berpotensi mendorong individu untuk melakukan tindakan pembelian secara impulsif, yang tidak dilandasi oleh kebutuhan rasional, melainkan dipicu oleh rangsangan emosional semata. Dalam gaya hidup ini, seseorang lebih memprioritaskan aspek kesenangan pribadi dibandingkan kebutuhan esensial atau nilai fungsional dari suatu barang atau aktivitas. Bagi Generasi Z yang hidup di era digital dan budaya media sosial, gaya hidup hedonis kerap muncul dalam bentuk konsumsi berlebihan, mengikuti tren, hingga melakukan pembelian impulsif demi citra atau eksistensi. Apabila tidak disertai dengan

kapasitas *self-control* yang memadai serta tingkat literasi keuangan yang optimal, kecenderungan gaya hidup semacam ini berpotensi menstimulasi perilaku konsumtif yang irasional, yang pada gilirannya dapat menimbulkan implikasi negatif terhadap stabilitas keuangan individu. Pada dasarnya gaya hidup seperti ini tidak masalah apabila finansial seseorang baik, namun akan menjadi masalah jika orang yang tidak memiliki finansial baik mengikuti gaya hidup tersebut. Kita dapat melihat bagaimana gaya hidup seseorang melalui barang apa yang mereka beli dan juga jasa apa yang mereka gunakan. Dalam penelitian ini, gaya hidup hedonis dijadikan sebagai variabel independen (X2). Untuk mengukur variabel tersebut, peneliti mengadaptasi enam pertanyaan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fitri & Basri (2021).

Self-Control

Tabel 4. Kuesioner *Self-control*

No	Pertanyaan
1	Saya kehabisan uang bulanan sebelum waktunya
2	Saya membeli barang yang dibutuhkan saja
3	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk masuk ke pusat perbelanjaan saat diskon
4	Saya tidak dapat menahan keinginan untuk melakukan pembelian saat melihat barang yang menarik
5	Saya selalu mengutamakan menabung daripada menghabiskan uang untuk barang yang tidak diperlukan
6	Saya dapat menunda pembelian suatu produk

Setiawan (2023) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur kondisi fisik, psikologis, dan juga perilaku dirinya sendiri. Kontrol diri juga dapat diartikan sebagai serangkaian proses untuk membentuk kepribadian dan pola kehidupan sehari-harinya. Pengertian tersebut menegaskan bahwa kemampuan dalam mengelola segala aspek kehidupan merupakan hal yang penting dalam membentuk pola perilaku individu. Kontrol diri meliputi seluruh proses dalam membentuk individu, mulai dari bagaimana mengatur emosi, fisik, dan seluruh tindakannya setiap hari. Dalam penelitian ini, *self-control* dijadikan sebagai variabel independen (X3). Untuk mengukur variabel tersebut, peneliti mengadaptasi enam pertanyaan dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aini, 2016). Skala likert akan digunakan untuk mengukur setiap pertanyaan. Skala likert yang digunakan memiliki nilai dari 1 sampai dengan 5, angka 1 mengartikan bahwa responden "sangat tidak setuju" kepada pertanyaan yang diajukan sedangkan angka 5 mengartikan tanda "sangat setuju" terhadap pertanyaan tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z

H2: Gaya hidup hedonis berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z

H3: *Self-control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z

H4: Literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Gen-Z

HASIL DAN PEMBAHASAN
Analisis Deskriptif

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Literasi keuangan	136	1	5	3,02	1,20
Gaya hidup hedonis	136	1	5	2,97	1,17
Self-control	136	1	5	3,29	1,18
Perilaku konsumtif	136	1	5	3,26	1,12

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Sebanyak 136 partisipan terlibat dalam studi ini, yang datanya dianalisis untuk mengkaji sejauh mana pemahaman individu terhadap literasi keuangan, preferensi terhadap pola hidup yang berorientasi pada kenikmatan (hedonisme), tingkat kemampuan dalam mengontrol impuls diri, serta manifestasi perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh responden. Jumlah responden tersebut dinilai memadai untuk memberikan gambaran yang representatif terkait hubungan antar variabel yang diteliti dalam konteks Generasi Z di Indonesia. Hasil statistik deskriptif menunjukkan berbagai kecenderungan menarik dalam pola konsumsi dan pengelolaan keuangan individu. Tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh para responden berada dalam kisaran skor 1 sampai 5, dengan nilai rata-rata sebesar 3,02 dan deviasi standar sebesar 1,20. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, responden memiliki tingkat literasi keuangan yang sedang, dengan variasi yang cukup tinggi di antara mereka. Gaya hidup yang diukur juga memiliki rentang skor 1 hingga 5, dengan rata-rata 2,97 dan standar deviasi 1,17. Rata-rata ini menunjukkan bahwa kecenderungan untuk memiliki gaya hidup hedonis berada pada tingkat sedang, meskipun terdapat variasi yang cukup besar di antara responden. *Self-control* memiliki rata-rata skor 3,29 dengan standar deviasi 1,18. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden menunjukkan tingkat *self-control* yang tergolong cukup baik. Namun demikian, masih terdapat variasi antar individu dalam hal kemampuan menahan dorongan untuk melakukan konsumsi secara impulsif. Perilaku konsumtif responden memiliki rata-rata 3,26 dengan standar deviasi 1,12. Ini menandakan bahwa tingkat konsumtif para responden cenderung cukup tinggi, meskipun dengan variasi yang masih cukup signifikan.

Uji Validitas

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Data

Variabel	Indikator	Pearson Corelation	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.748	0,00	Valid
	X1.2	0.565	0,00	Valid
	X1.3	0.661	0,00	Valid
	X1.4	0.787	0,00	Valid
	X1.5	0.783	0,00	Valid
Gaya Hidup Hedonis (X2)	X2.1	0.702	0,00	Valid
	X2.2	0.732	0,00	Valid
	X2.3	0.739	0,00	Valid
	X2.4	0.833	0,00	Valid
	X2.5	0.839	0,00	Valid
<i>Self-control</i> (X3)	X3.1	0.661	0,00	Valid
	X3.2	0.548	0,00	Valid
	X3.3	0.635	0,00	Valid
	X3.4	0.747	0,00	Valid
	X3.5	0.619	0,00	Valid

Variabel	Indikator	Pearson Corelation	Sig.	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	X3.6	0.620	0.00	Valid
	Y.1	0.806	0.00	Valid
	Y.2	0.832	0.00	Valid
	Y.3	0.663	0.00	Valid
	Y.4	0.724	0.00	Valid
	Y.5	0.776	0.00	Valid
	Y.6	0.554	0.00	Valid

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Pada Tabel 6 ditampilkan hasil pengujian validitas, yang memperlihatkan bahwa setiap item pernyataan dalam instrumen penelitian—baik yang digunakan untuk mengukur variabel bebas seperti literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control*, maupun variabel terikat yaitu perilaku konsumtif—memiliki nilai korelasi Pearson dengan signifikansi statistik yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item tersebut valid dalam merepresentasikan konstruk yang dimaksud. Temuan ini menunjukkan bahwa setiap butir dalam instrumen penelitian memiliki validitas yang memadai dalam merepresentasikan konstruk yang hendak diukur. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa masing-masing item dalam kuesioner memiliki hubungan yang signifikan dengan skor total variabel terkait, sehingga seluruh instrumen dinyatakan memenuhi syarat validitas. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel, serta memiliki kapabilitas dalam menghimpun data secara akurat dan dapat dipertanggungjawabkan baik secara metodologis maupun secara ilmiah.

Uji Reliabilitas Data

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Data

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.758	Reliabel
Gaya Hidup Hedonis (X2)	0.830	Reliabel
<i>Self-control</i> (X3)	0.709	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0.823	Reliabel

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Merujuk pada hasil pengujian reliabilitas yang ditampilkan dalam Tabel 7, seluruh konstruk dalam penelitian ini terbukti memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Hal ini tercermin dari nilai Cronbach's Alpha masing-masing variabel yang melampaui batas minimum sebesar 0,70, yaitu sebesar 0,758 untuk literasi keuangan (X1), 0,830 untuk gaya hidup hedonis (X2), 0,709 untuk *self-control* (X3), dan 0,823 untuk perilaku konsumtif (Y). Oleh karena itu, instrumen yang digunakan dalam studi ini dapat dinyatakan memiliki reliabilitas yang tinggi, dengan kemampuan untuk menghasilkan data yang stabil dan konsisten sesuai dengan konteks penelitian yang dilakukan. Nilai-nilai tersebut mencerminkan tingkat konsistensi internal yang tinggi dari instrumen penelitian, serta menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki stabilitas dan keandalan yang memadai dalam merepresentasikan konstruk yang diteliti.

Uji Multikolinearitas

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.567	1.736	Tidak terjadi Multikolinearitas
Gaya Hidup Hedonis (X2)	0.644	1.552	
Self-control (X3)	0.511	1.959	

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi adanya kemungkinan korelasi linear yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi, yang dapat memengaruhi validitas estimasi parameter. Adanya korelasi yang kuat antar variabel independen berpotensi menimbulkan bias dalam estimasi parameter, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat akurasi serta validitas model regresi secara menyeluruh. Multikolinearitas terjadi ketika dua atau lebih variabel independent memiliki korelasi tinggi, sehingga dapat mempengaruhi kestabilan dan interpretasi model regresi yang dibangun. Deteksi terhadap keberadaan multikolinearitas dalam model regresi dilakukan melalui analisis dua indikator utama, yakni nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF), yang berfungsi sebagai parameter untuk menilai tingkat keterkaitan antar variabel independen. Suatu variabel independen dianggap bebas dari indikasi multikolinearitas apabila nilai Tolerance melebihi 0,10 dan VIF berada di bawah ambang batas 10. Apabila syarat tersebut terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa interdependensi antar variabel bebas berada dalam batas yang dapat diterima, sehingga tidak mengganggu keandalan estimasi dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap stabil secara statistik dan layak untuk dianalisis serta diinterpretasikan lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0.910	Bebas Heteroskedastisitas
Gaya Hidup Hedonis (X2)	0.474	Bebas Heteroskedastisitas
Self-control (X3)	0.713	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Uji heteroskedastisitas merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi adanya variabilitas yang tidak konstan pada residual dalam model regresi, yang berpotensi mengganggu validitas inferensial serta efisiensi dalam estimasi parameter model. Dalam studi ini, peneliti menerapkan uji Glejser sebagai metode untuk mengidentifikasi gejala tersebut. Indikasi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dikenali melalui nilai p-value yang diperoleh dari pengujian. Apabila nilai tersebut berada pada atau di bawah tingkat signifikansi 0,05, hal ini mengisyaratkan bahwa variabel bebas secara statistik berasosiasi signifikan dengan fluktuasi varians galat, sehingga menunjukkan adanya pola ketidakhomogenan residual. Sebaliknya, p-value yang lebih besar dari 0,05 menandakan bahwa penyebaran galat bersifat homogen, dan dengan demikian, model dinilai bebas dari gejala heteroskedastisitas. Rangkuman hasil uji tersebut disajikan dalam tabel berikut:

Berdasarkan tabel 9, nilai signifikansi dari seluruh variabel lebih dari 0,05. Literasi Keuangan memiliki nilai signifikansi 0,910, gaya hidup hedonis 0,474, dan *self-control* 0,713. Maka dapat disimpulkan bahwa data dari penelitian ini bebas dari heteroskedastisitas.

Uji T (Uji Parsial)

Tabel 10. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	B	T	Sig.	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	-0.348	-4.373	0.000	H1: Diterima
Gaya Hidup Hedonis (X2)	0.629	9.371	0.000	H2: Diterima
Self-control (X3)	-0.420	-0.489	0.625	H3: Ditolak
Konstanta		16.310		
Adjusted R ²		0.649		
F		84.107		

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Studi ini menerapkan analisis regresi linier berganda sebagai teknik statistik untuk mengkaji secara kuantitatif derajat pengaruh variabel-variabel independen —yang terdiri atas literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan kemampuan *self-control* —terhadap variabel dependen, yakni perilaku konsumtif. Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi adanya hubungan yang signifikan, baik bersifat positif maupun negatif, antara masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi pada Generasi Z. Melalui regresi linear berganda, peneliti dapat mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen secara simultan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Teknik ini juga memungkinkan untuk mengidentifikasi variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan dalam model. Hasil lengkap dari pengujian regresi akan ditampilkan pada tabel berikut untuk dianalisis lebih lanjut.

Merujuk pada data yang disajikan dalam Tabel 10, maka bentuk persamaan regresi yang dihasilkan dari analisis tersebut dapat disusun sebagai berikut:

$$Y = 16,310 - 0,348 + 0,629 - 0,420 + \beta_n X_n + e$$

Keterangan:

Y = Pengaruh Perilaku Konsumtif Generasi Z

X1 = Literasi keuangan

X2 = Gaya hidup hedonis

X3 = Self-control

Hasil analisis mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,000, yang secara substansial berada di bawah ambang signifikansi 0,05. Temuan ini memberikan dasar empiris yang kuat bahwa terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara tingkat literasi keuangan dengan kecenderungan individu dalam berperilaku konsumtif. Selanjutnya, nilai koefisien regresi (β) sebesar -0,348 merefleksikan adanya hubungan negatif antara variabel, yang mengindikasikan bahwa peningkatan dalam tingkat literasi keuangan individu cenderung diikuti oleh penurunan kecenderungan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat asumsi bahwa pemahaman finansial yang baik mampu mendorong individu untuk bersikap lebih rasional dalam pengambilan keputusan konsumsi. Nilai negatif pada koefisien regresi berarti setiap peningkatan literasi keuangan akan menurunkan variabel dependen, semakin kecil peluang seseorang memiliki perilaku konsumtif jika tingkat literasi keuangan yang lebih baik berbanding terbalik dengan kecenderungan perilaku konsumtif.

Variabel Gaya Hidup Hedonis memperoleh nilai koefisien regresi (β) sebesar 0,629 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang secara substansial berada di bawah ambang batas signifikansi 0,05. Secara statistik, hasil ini mengonfirmasi bahwa orientasi gaya hidup hedonis memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif individu. Koefisien regresi yang positif

mengindikasikan adanya hubungan searah antara kedua variabel tersebut, yang berarti bahwa peningkatan dalam kecenderungan individu menjalani gaya hidup hedonis akan diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif. Temuan ini mencerminkan bahwa orientasi terhadap kesenangan dan kepuasan instan secara substansial mendorong individu, khususnya dari kalangan Generasi Z, untuk melakukan konsumsi yang tidak selalu didasari oleh kebutuhan rasional. Dengan kata lain, semakin tinggi seseorang menerapkan gaya hidup hedonis, semakin besar pula peluangnya untuk memiliki perilaku konsumtif.

Variabel *self-control* menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,420 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,625. Karena nilai signifikansi ini melebihi batas signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa *self-control* tidak memberikan kontribusi yang signifikan secara statistik terhadap perilaku konsumtif. Meskipun arah hubungan yang ditunjukkan negatif, kekuatannya tidak cukup untuk dianggap memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen dalam model ini.

Uji F (Simultan)

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1890.587	3	630.196	84.107	0.000 ^b
Residual	989.052	132	7.493		
Total	2879.640	135			

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Uji F dimanfaatkan sebagai metode analitis untuk mengevaluasi signifikansi simultan dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam konteks model regresi yang dirumuskan. Pengujian ini bertujuan untuk menilai kelayakan model secara keseluruhan. Apabila nilai signifikansi yang dihasilkan melebihi 0,05, maka model regresi dianggap tidak signifikan secara statistik dan tidak layak digunakan untuk prediksi. Apabila nilai signifikansi berada di bawah ambang 0,05, maka model regresi yang diestimasi dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Kondisi ini mengindikasikan bahwa secara simultan, keseluruhan variabel independen memiliki kontribusi yang substansial dalam menjelaskan variabilitas yang terjadi pada variabel dependen. Ringkasan hasil Uji F tersebut akan disajikan dalam bentuk tabel sebagai dasar untuk analisis lanjutan.

Berdasarkan pengujian pada tabel 11 di atas, nilai F hitungnya sebesar 84,107 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05, menunjukkan bahwa model regresi secara simultan berpengaruh secara signifikan, dan dianggap valid dalam menjelaskan hubungan antar variabel dependen dengan variabel dependennya.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.810 ^a	0.657	0.649	2.737

Sumber: SPSS 22 (data diolah, 2025)

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh kombinasi seluruh variabel independen dalam model regresi yang dibangun. Parameter utama dalam pengujian ini adalah nilai R² (R-squared), yang merepresentasikan proporsi total variabilitas variabel dependen yang dapat diterangkan oleh variabel-variabel bebas. Semakin besar nilai R²—mendekati angka 1—menunjukkan bahwa model memiliki daya prediktif yang tinggi dan relevan dalam menggambarkan hubungan antarvariabel. Di sisi lain, apabila nilai R² berada

mendekati angka nol, hal ini mencerminkan rendahnya daya jelas model terhadap fluktuasi yang terjadi pada variabel terikat. Dengan demikian, koefisien determinasi berperan krusial sebagai indikator dalam menilai sejauh mana model regresi memiliki ketepatan dan relevansi dalam merepresentasikan hubungan antar variabel. Dengan demikian, R^2 menjadi indikator penting dalam menilai kelayakan dan kekuatan prediktif model regresi yang digunakan. Hasil dari pengujian koefisien determinasi akan disajikan dalam tabel berikut untuk dianalisis lebih lanjut.

Berdasarkan Tabel 12, nilai Adjusted R-Square sebesar 0,657 menunjukkan bahwa sekitar 65,7% variasi dalam perilaku konsumtif Generasi Z dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, yakni literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control*. Sementara itu, sisa sebesar 34,3% diperkirakan berasal dari pengaruh variabel lain yang berada di luar cakupan analisis dalam penelitian ini.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z

Hasil analisis terhadap pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) tidak dapat dipertahankan, sementara hipotesis alternatif (H_1) memperoleh dukungan empiris. Temuan ini mengonfirmasi bahwa tingkat literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan dan bersifat negatif terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Validitas temuan ini diperkuat oleh nilai signifikansi yang sangat rendah, yakni 0,000, yang secara meyakinkan berada di bawah ambang probabilitas 0,05, sehingga memberikan dasar statistik yang kuat atas kebermaknaan hubungan tersebut. Selain itu, nilai koefisien regresi yang negatif mengimplikasikan bahwa peningkatan dalam tingkat literasi keuangan berasosiasi dengan penurunan kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan, yang menunjukkan bahwa pemahaman finansial yang memadai mampu mengarahkan individu pada pola konsumsi yang lebih rasional dan terkendali. Secara umum, literasi keuangan mengacu pada pemahaman individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan finansial sehari-hari. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa Generasi Z secara umum telah mencapai tingkat literasi keuangan yang relatif memadai. Peningkatan kapasitas literasi keuangan tersebut berkontribusi pada penguatan perilaku finansial yang lebih rasional, sehingga kecenderungan untuk melakukan pengeluaran konsumtif cenderung mengalami penurunan seiring dengan meningkatnya pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilaporkan oleh Fattah et al. (2018) yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berperan secara signifikan dan berlawanan arah terhadap perilaku konsumtif di kalangan siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. Konsistensi temuan ini memperkuat argumen bahwa peningkatan literasi keuangan berpotensi menekan kecenderungan konsumsi yang tidak rasional. Temuan tersebut menegaskan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola pengeluaran, sehingga perilaku konsumtif dapat ditekan. Secara konseptual, hal ini mencerminkan bahwa peningkatan pengetahuan dan pemahaman dalam aspek keuangan berkontribusi terhadap pengambilan keputusan konsumsi yang lebih rasional dan terkontrol, khususnya di kalangan generasi muda.

Namun demikian, temuan dalam penelitian ini tidak selaras dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Winarta et al. (2019) yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perbedaan hasil ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, lingkungan sosial, serta tingkat pemahaman keuangan masing-masing kelompok. Selain itu, konteks waktu dan perkembangan akses informasi keuangan juga dapat memengaruhi hasil penelitian, terutama pada generasi yang lebih terbuka terhadap teknologi dan sumber literasi digital seperti Generasi Z. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa siswa SMA tersebut belum mampu menerapkan pembelajaran tentang pengelolaan keuangan dengan baik.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z

Berdasarkan temuan empiris yang diperoleh, diketahui bahwa tingkat hedonisme dalam gaya hidup Generasi Z tergolong tinggi. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada kelompok Generasi Z. Kesimpulan tersebut dapat dibuktikan melalui nilai signifikansi diperoleh, di mana nilainya lebih kecil dibandingkan signifikansi yang digunakan ($0,000 < 0,05$). Sedangkan nilai positif koefisien regresi mengindikasikan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin besar peluang individu tersebut untuk memiliki perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis sendiri merupakan pola hidup yang menjadikan kebahagiaan sesaat sebagai tujuan utama tanpa memperinbangkan dampak yang mungkin terjadi di masa depan.

Penelitian ini didukung oleh temuan Ritonga & Adiati (2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis secara positif dan signifikan memengaruhi perilaku konsumtif pada remaja di Surabaya. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu terhadap hedonisme, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk terlibat dalam aktivitas konsumsi yang berlebihan. Dukungan empiris lainnya datang dari studi Nuro'im & Anasrulloh (2023) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis memberikan kontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pada program studi Pendidikan ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. Hal ini memperkuat pemahaman bahwa hedonisme menjadi salah satu determinan penting dalam mendorong perilaku konsumtif pada kelompok usia muda dan terpelajar.

Pengaruh *Self-control* terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh informasi bahwa *self-control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif gen-z. Kesimpulan tersebut dapat dilihat dari hasil signifikansi di mana nilainya lebih besar dari signifikansi yang digunakan ($0,625 > 0,05$) dan juga hasil dari koefisien regresi yang menunjukkan angka negatif. Semakin tinggi tingkat kontrol diri seseorang, maka semakin rendah peluangnya untuk memiliki perilaku konsumtif, seperti yang ditunjukkan oleh hasil negatif tersebut. Namun, pada penelitian ini hubungan tersebut tidak signifikan.

Ulayya & Mujasih (2020) dalam penelitian mereka menyatakan bahwa *self-control* memiliki pengaruh negatif yang signifikan. Hal tersebut tentu saja bertentangan dengan hasil penelitian ini, yang mungkin saja terjadi karena beberapa faktor, seperti perbedaan kepribadian dan juga sampel yang diambil. Selain itu, pertanyaan yang terdapat pada penelitian ini terdominasi oleh perilaku konsumtif sehingga *self-control* tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Evindey et al. (2024) mendukung hasil dari penelitian ini, yang menyatakan bahwa kontrol diri tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Penjelasan dari pernyataan tersebut yaitu, mahasiswa Fakultas Ekonomi UNIMED belum sepenuhnya dapat mengendalikan dirinya dari perilaku konsumtif. Kesulitan dalam *self-control* tersebut dapat disebabkan oleh pengaruh dari teman sebaya, yang mungkin saja membuat seseorang hilang kendali untuk menahan godaan konsumsi.

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Secara statistik, kesimpulan tersebut dapat diperoleh dari nilai signifikansi Uji F di bawah 0,05, yaitu 0,000 (Tabel 11).

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat dekat dengan teknologi dan media sosial. Kedekatan ini seringkali mempengaruhi perilaku konsumtif mereka, terutama dalam hal gaya hidup dan

cara mengelola keuangan. Gen-Z yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung tidak memiliki perencanaan anggaran yang baik, mudah tergoda diskon atau promo, dan kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Kurangnya pemahaman ini mendorong perilaku konsumtif yang tidak sehat. Paparan konten media sosial yang menampilkan kemewahan, liburan eksklusif, atau tren fashion terbaru, membuat Gen-Z mudah terdorong untuk ikut serta demi pencitraan atau pengakuan sosial. Gaya hidup ini memperkuat kebiasaan konsumtif, terutama ketika didorong oleh tekanan sosial.

Di sisi lain, Gen-Z yang memiliki tingkat *self-control* yang baik cenderung lebih mampu menahan dorongan emosional dalam berbelanja dan lebih bijak dalam mengambil keputusan keuangan. *Self-control* yang tinggi mampu menekan efek negatif dari gaya hidup hedonis dan membantu menerapkan literasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Hartiningsih et al. (2021) menjelaskan bahwa mahasiswa saat ini terlalu banyak mengikuti tren yang dimana membeli suatu barang itu sangat penting untuk menunjang sebuah penampilan, kecenderungan untuk memiliki barang-barang baru yang sedang populer menjadi salah satu ciri khas mahasiswa saat ini. Gaya hidup mahasiswa yang didasarkan pada keinginan bukan pada kebutuhan serta untuk mengikuti tren yang berkembang, akan menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif (Wulandari et al., 2021).

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan dan gaya hidup hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan *self-control* tidak berpengaruh secara signifikan. Secara simultan, literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi pemahaman individu terhadap konsep pengelolaan keuangan, semakin rendah kecenderungannya untuk terlibat dalam konsumsi berlebihan atau impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi yang bijak dan rasional di kalangan anak muda. Sebaliknya, gaya hidup hedonis terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Individu dengan orientasi kuat pada kesenangan, pencitraan diri, dan kepuasan sesaat lebih rentan melakukan pembelian tidak terencana, terutama dalam konteks dominasi media sosial dan budaya konsumerisme yang terus berkembang. Sementara itu, *self-control* menunjukkan pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, namun tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa kontrol diri bukan satu-satunya faktor penentu, karena tekanan lingkungan sosial juga memainkan peran besar.

Secara praktis, hasil ini menegaskan pentingnya penguatan literasi keuangan sebagai strategi preventif dalam mengurangi perilaku konsumtif. Peningkatan kesadaran finansial dapat membantu Generasi Z menjadi lebih selektif dan rasional dalam mengambil keputusan konsumsi. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada penggabungan ketiga variabel—literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan *self-control*—dalam satu model analisis terhadap perilaku konsumtif generasi muda, yang dikaji dalam konteks digital dan sosial yang khas bagi era saat ini.

Sebagai implikasi kebijakan, disarankan agar pemerintah dan institusi pendidikan mengintegrasikan pendidikan literasi keuangan secara sistematis ke dalam kurikulum, mulai dari tingkat dasar hingga perguruan tinggi. Program-program pelatihan pengendalian diri dan manajemen emosi juga perlu dikembangkan secara masif, terutama melalui media sosial yang dekat dengan kehidupan Generasi Z. Selain itu, kampanye edukatif yang melibatkan *influencer* dan tokoh publik dengan gaya hidup sederhana dapat dimanfaatkan untuk menanamkan nilai konsumsi yang lebih sadar dan bertanggung jawab. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku industri, dan media menjadi kunci penting dalam menciptakan generasi yang tidak hanya cerdas finansial, tetapi juga bijak dalam menghadapi tekanan budaya konsumtif.

DAFTAR RUJUKAN

- Aini, R. D. (2016). Kontrol diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa universitas "X" di Yogyakarta. *Dspace.Uii.Ac.Id*.
- Borba, M. (2008). *Membangun Kecerdasan Moral: Tujuh Kebajikan Utama untuk Membentuk Anak Bermoral Tinggi*. Gramedia Pustaka Utama .
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., & Panatap Soehaditama, J. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1>
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). *LITERASI KEUANGAN*. PT Global Eksekutif Teknologi. <https://www.researchgate.net/publication/371724162>
- Evindey Manihuruk, F., Marbun, J., Azkiah, F., & Hidayat, N. (2024). The Influence of Self-control and Peer Conformity on the Consumptive Behavior of E-commerce User Students at the Faculty of Economics UNIMED. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksata*, 4(1), 13–21. <https://doi.org/10.47134/trilogi.v4i1.139>
- Fattah, F. A., Indriayu, M., & Sunarto. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 4(1).
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 9(2).
- Hartiningsih, M., Reza, R., & Rahayu, V. P. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Prodi Pendidikan Ekonomi Fkip Universitas Mulawarman. *Educational Studies: Conference Series*, 1(2). <https://doi.org/10.30872/escs.v1i2.905>
- 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). <https://doi.org/10.52250/reas.v1i1.333>
- Kewal, A. S. M. & S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE Musi. *Jurnal Economia*, 9.
- Mowen, M. M., & Hansen, D. R. (2001). *Akuntansi Manajemen* (5th ed.). Penerbit Erlangga.
- Mubarakah, S., & Rita, M. R. (2020). Antecedent Perilaku Konsumtif Generasi Milenial: Peran Gender Sebagai Pemoderasi. *International Journal of Social Science and Business*, 4(2). <https://doi.org/10.23887/ijssb.v4i2.24139>
- Muhammad, M. (2022). Pengaruh Kontrol Diri Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unesa 2018. *Neraca: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2). <https://doi.org/10.33084/neraca.v7i2.3510>
- Nuro'im, A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Iv, Vi Dan Viii Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *JURNAL ECONOMINA*, 2(9). <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.811>
- OECD. (2013). *PISA 2012 Assessment and Analytical Framework: Mathematics, Reading, Science, Problem Solving and Financial Literacy*. OECD Publishing.
- Perdana, F. J., Hidayat, A., & Fuad, V. (2021). Terapi Afektif Media Digital Terhadap Prokrastinasi Akademik Pada Tugas Akhir Dan Skripsi Mahasiswa Di Era Pandemi Covid-19. *Edueksos : Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 10(2). <https://doi.org/10.24235/edueksos.v10i2.9406>

- Pratama, G., Millah, F., Aeni, F., Rokhmatullah, L., Atikah, N., & Asyarofah, W. (2024). Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Trend Fashion Studi Kasus Mahasiswi Ciayumajakuning. *Journal of Economics and Business UBS*, 13(1). <https://doi.org/10.52644/joeb.v13i1.990>
- Ritonga, L. S., & Adiati, R. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Self-Esteem terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja di Surabaya. *Buletin Riset Psikologi Dan Kesehatan Mental (BRPKM)*, 2(1). <https://doi.org/10.20473/brpkm.v2i1.34640>
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research statistic For The Behavioural Sciences* (2nd ed.).
- Setiawan, E. A. (2023). Kontrol Diri Terhadap Pengambilan Keputusan Karier Siswa. *Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 2(1).
- Sudaryanto, Subagio N. A, Hanim A, & Utami W. (2019). *Consumer Behavior Gen Z*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279.
- Veriwati, S., Relita, D. T., & Pelipa, E. D. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Jurkami : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1). <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1150>
- Winarta, A. H., Djajadikerta, H., & Wirawan, S. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Accounting and Business Studies*, 4(2). <https://doi.org/10.61769/jabs.v4i2.472>
- Wulandari, F., Wardani, D. K., & Setyowibowo, F. (2021). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Dalam Keluarga, Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta. *BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(2).