

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Wallet, Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Florentina Tristawulan Octafiani¹, Kristyana Dananti²

Universitas Kristen Teknologi Solo, Indonesia

fianiocta50@gmail.com¹, danantikristyana1@gmail.com²

Submitted: 06th June 2026 | **Edited:** 24th July 2026 | **Issued:** 01st September 2026

Cited on: Octafiani, F. T., & Dananti, K. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Wallet, Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 6(3), 1364-1379.

ABSTRACT

The rapid expansion of digital payment systems and online shopping has intensified consumptive behavior among Generation Z, raising concerns about the role of financial capability and lifestyle in shaping purchasing decisions. This study aims to examine the influence of financial literacy, e-wallet usage, lifestyle, and income on the consumptive behavior of Generation Z in Surakarta. A quantitative approach was employed using a survey of 100 Generation Z respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a structured questionnaire and analyzed through multiple linear regression after meeting the validity, reliability, and classical assumption tests. The findings indicate that financial literacy has a significant negative effect on consumptive behavior, suggesting that individuals with better financial knowledge tend to make more rational spending decisions. In contrast, e-wallet usage, lifestyle, and income have significant positive effects, indicating that greater access to digital payment services, a more consumption-oriented lifestyle, and higher income levels encourage higher consumption. Collectively, these variables explain a substantial proportion of the variation in consumptive behavior. The findings provide empirical evidence that strengthening financial literacy while promoting responsible digital financial practices is essential to encourage more sustainable consumption patterns among Generation Z.

Keywords: Financial literacy, E-wallet, Lifestyle, Income, Consumptive behavior

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat, terutama pada Generasi Z yang tumbuh bersama internet, media sosial, dan layanan keuangan digital. Kemudahan akses informasi, perkembangan perdagangan elektronik, serta meningkatnya penggunaan pembayaran digital menjadikan aktivitas konsumsi berlangsung lebih cepat, praktis, dan minim hambatan. Di sisi lain, kondisi tersebut juga meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif dan perilaku konsumtif, khususnya pada kelompok mahasiswa dan pekerja muda yang memiliki intensitas tinggi dalam memanfaatkan teknologi digital. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi uang elektronik dan dompet digital terus mengalami peningkatan setiap tahun, sejalan dengan

meningkatnya adopsi sistem pembayaran digital oleh masyarakat. Sementara itu, Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan OJK menunjukkan bahwa meskipun tingkat literasi keuangan masyarakat terus meningkat, perilaku pengelolaan keuangan yang bijaksana belum sepenuhnya sejalan dengan perkembangan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemudahan teknologi digital tidak selalu diikuti dengan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi (Nainggolan, 2022; Oktaviani et al., 2023; Ramadhan Putrantona & Pasaribu, 2024).

Salah satu faktor yang diyakini memengaruhi perilaku konsumtif adalah literasi keuangan. Literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, menyusun perencanaan, mengelola pendapatan, serta mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu membedakan kebutuhan dan keinginan sehingga dapat mengendalikan perilaku konsumsi (Lusardi & Mitchell, 2023). Penelitian Mila Mulya Sari et al. (2023), Putra dan Sinarwati (2023), serta Oktaviani et al. (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Namun demikian, Kusmiati dan Kurnianingsih (2022), Amaniyah dan Sholeha (2024), serta Alzura dan Khalifaturofi'ah (2024) menemukan bahwa literasi keuangan belum tentu mampu menekan perilaku konsumtif apabila individu dipengaruhi oleh gaya hidup, kemudahan transaksi digital, maupun lemahnya pengendalian diri. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan masih adanya empirical gap mengenai efektivitas literasi keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif Generasi Z.

Selain literasi keuangan, penggunaan e-wallet menjadi salah satu fenomena yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai fitur kemudahan transaksi, promosi, cashback, dan integrasi dengan platform digital mendorong meningkatnya frekuensi pembelian masyarakat. Beberapa penelitian menemukan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif karena mampu mengurangi persepsi pengeluaran secara langsung (Haq et al., 2023; Ramadhan Putrantona & Pasaribu, 2024). Sebaliknya, Kusmiati dan Kurnianingsih (2022) serta Amaniyah dan Sholeha (2024) menunjukkan bahwa penggunaan pembayaran digital tidak selalu meningkatkan perilaku konsumtif apabila diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Di sisi lain, gaya hidup yang dipengaruhi media sosial, tren digital, dan kebutuhan memperoleh pengakuan sosial juga terbukti menjadi determinan penting

perilaku konsumsi Generasi Z (Fitriyani et al., 2023; Estu Pramudita & Misidawati, 2024). Sementara itu, pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif juga masih menunjukkan hasil yang berbeda. Fahrezi et al. (2024) dan Elvi et al. (2024) menyatakan bahwa peningkatan pendapatan mendorong konsumsi yang lebih tinggi, sedangkan Meiriza et al. (2024) menemukan bahwa pendapatan tidak selalu berpengaruh apabila individu memiliki orientasi pengelolaan keuangan yang baik.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, pendapatan, dan perilaku konsumtif masih menghasilkan temuan yang belum konsisten. Sebagian besar penelitian hanya menguji beberapa variabel secara parsial atau menambahkan variabel mediasi seperti kontrol diri, fintech, maupun paylater sehingga belum memberikan gambaran menyeluruh mengenai keterkaitan faktor-faktor tersebut dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z (Haq et al., 2023; Alzura & Khalifaturofi'ah, 2024; Amaniyah & Sholeha, 2024). Dengan demikian, masih terdapat theoretical gap mengenai bagaimana faktor kemampuan finansial, teknologi pembayaran digital, gaya hidup, dan kemampuan ekonomi berinteraksi dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, sebagian besar penelitian dilakukan pada mahasiswa di kota-kota besar, sedangkan kajian yang mengintegrasikan keempat variabel tersebut pada Generasi Z di Surakarta masih relatif terbatas sehingga menunjukkan adanya gap penelitian.

Surakarta dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu kota pendidikan dan pusat pertumbuhan ekonomi di Jawa Tengah dengan jumlah mahasiswa, pekerja muda, dan pengguna layanan pembayaran digital yang terus meningkat. Penelitian Agata Safira Rahma Dany dan Ari Susanti (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surakarta. Namun, penelitian tersebut belum memasukkan penggunaan e-wallet dan gaya hidup sebagai variabel dalam satu model analisis. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif dengan mengintegrasikan literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan untuk menjelaskan perilaku konsumtif Generasi Z dalam konteks ekonomi digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan

memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian perilaku konsumen pada era ekonomi digital melalui integrasi faktor finansial, teknologi, dan sosial dalam satu model empiris. Selain itu, hasil penelitian diharapkan menjadi masukan bagi pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan lembaga terkait dalam merumuskan program peningkatan literasi keuangan, penggunaan layanan pembayaran digital secara bijaksana, serta penguatan perilaku konsumsi yang lebih rasional pada Generasi Z.

LANDASAN TEORI

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu melakukan pembelian barang atau jasa yang lebih didasarkan pada keinginan dibandingkan kebutuhan sehingga sering kali mengabaikan pertimbangan manfaat, kemampuan ekonomi, maupun perencanaan keuangan. Dalam konteks Generasi Z, perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga perkembangan teknologi digital, kemudahan transaksi elektronik, serta dorongan untuk mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Menurut Sumartono (dalam Sari & Koto, 2022), perilaku konsumtif ditandai oleh pembelian impulsif, orientasi pada prestise, dan kecenderungan menjadikan konsumsi sebagai simbol identitas. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh lingkungan digital yang memungkinkan individu memperoleh informasi produk, promosi, dan rekomendasi secara cepat sehingga keputusan pembelian menjadi lebih spontan (Pradana & Rikumahu, 2022). Oleh karena itu, perilaku konsumtif dipandang sebagai hasil interaksi antara faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan perkembangan teknologi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola sumber daya finansial, mengevaluasi risiko, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat untuk mencapai kesejahteraan jangka panjang. Berdasarkan OECD (2023), literasi keuangan tidak hanya mencakup aspek pengetahuan (financial knowledge), tetapi juga sikap (financial attitude) dan perilaku (financial behavior) dalam mengelola keuangan. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta memiliki orientasi terhadap tujuan keuangan masa depan. Penelitian Hidayat dan Nugroho (2023) serta Pratiwi dan Kurniawan (2024)

menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan mampu mendorong pengambilan keputusan konsumsi yang lebih rasional. Berdasarkan teori perilaku konsumen, semakin tinggi literasi keuangan maka semakin besar kemampuan individu mengendalikan perilaku konsumtif sehingga hubungan keduanya diperkirakan bersifat negatif.

Penggunaan E-Wallet

E-wallet merupakan aplikasi pembayaran elektronik yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan e-wallet menjadi bagian dari transformasi sistem pembayaran digital yang memberikan berbagai kemudahan, seperti transaksi real time, promo, cashback, dan integrasi dengan berbagai platform digital. Menurut Bank Indonesia (2023), penggunaan uang elektronik terus meningkat seiring berkembangnya ekonomi digital di Indonesia. Dari perspektif Technology Acceptance Model (TAM), kemudahan penggunaan (perceived ease of use) dan manfaat (perceived usefulness) mendorong penerimaan teknologi pembayaran digital (Davis, 1989). Dalam praktiknya, kemudahan tersebut dapat meningkatkan frekuensi transaksi sekaligus menurunkan persepsi pengeluaran karena proses pembayaran dilakukan tanpa kontak langsung dengan uang tunai. Penelitian Wulandari dan Rahmawati (2023) serta Chen dan Aklirikou (2020) menunjukkan bahwa intensitas penggunaan pembayaran digital berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan pengendalian keuangan yang memadai.

Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan pola hidup seseorang yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Gaya hidup menjadi salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumsi karena berkaitan dengan cara individu mengekspresikan identitas dan memperoleh pengakuan sosial. Perkembangan media sosial menyebabkan gaya hidup Generasi Z semakin dipengaruhi oleh tren digital, content creator, serta fenomena fear of missing out (FOMO). Menurut Solomon (2020), keputusan konsumsi sering kali didorong oleh kebutuhan simbolik untuk membangun citra diri di lingkungan sosial. Penelitian Rahmawati dan Fitriani (2023) menunjukkan bahwa individu dengan orientasi gaya hidup modern cenderung memiliki intensitas konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan individu yang berorientasi pada nilai

fungsional. Dengan demikian, semakin tinggi kecenderungan gaya hidup konsumtif, semakin besar pula peluang munculnya perilaku konsumtif.

Pendapatan

Pendapatan merupakan seluruh penerimaan ekonomi yang diperoleh individu dalam periode tertentu dan menjadi salah satu faktor yang menentukan kemampuan konsumsi. Secara ekonomi, peningkatan pendapatan akan memperbesar daya beli sehingga individu memiliki kesempatan lebih luas untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginannya. Namun, besarnya pendapatan tidak selalu berbanding lurus dengan perilaku konsumtif karena dipengaruhi pula oleh kemampuan pengelolaan keuangan dan prioritas konsumsi. Menurut Mankiw (2021), keputusan konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan yang tersedia (*disposable income*), preferensi individu, serta ekspektasi terhadap kondisi ekonomi di masa mendatang. Penelitian Putri dan Haryanto (2023) menemukan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap tingkat konsumsi, tetapi dampaknya dapat diminimalkan apabila individu memiliki perencanaan keuangan yang baik.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan hasil penelitian terdahulu, perilaku konsumtif Generasi Z dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, baik yang berasal dari karakteristik individu maupun perkembangan lingkungan digital. Literasi keuangan berperan sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara rasional sehingga diharapkan mampu menekan kecenderungan perilaku konsumtif. Sebaliknya, penggunaan e-wallet memberikan kemudahan, kecepatan, serta berbagai insentif transaksi yang dapat meningkatkan intensitas pembelian dan mendorong konsumsi yang kurang terencana. Selain itu, gaya hidup yang dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, tren digital, dan kebutuhan memperoleh pengakuan sosial juga berpotensi meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi di luar kebutuhan utama. Di sisi lain, pendapatan mencerminkan kemampuan ekonomi individu dalam melakukan konsumsi, di mana semakin tinggi pendapatan maka semakin besar peluang individu untuk meningkatkan pengeluaran apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Dengan demikian, penelitian ini mengintegrasikan empat variabel independen, yaitu literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan, untuk

menjelaskan perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta. Model konseptual yang dibangun didasarkan pada asumsi bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan diperkirakan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Keempat variabel tersebut dianalisis baik secara parsial maupun simultan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z pada era ekonomi digital. Kerangka konseptual ini menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis penelitian serta pengujian model empiris menggunakan analisis regresi linear berganda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori (explanatory research) untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta. Populasi penelitian adalah seluruh Generasi Z yang berdomisili di Surakarta dengan rentang usia 17–27 tahun serta pernah menggunakan layanan pembayaran digital (e-wallet). Jumlah populasi tidak dapat diidentifikasi secara pasti sehingga penentuan sampel menggunakan teknik non-probability sampling melalui metode purposive sampling, dengan kriteria responden yaitu berdomisili di Surakarta, termasuk kategori Generasi Z, menggunakan e-wallet dalam aktivitas transaksi, serta bersedia mengisi kuesioner penelitian. Berdasarkan pertimbangan kecukupan analisis regresi linear berganda dan mengacu pada Hair et al. (2022), jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden telah memenuhi ukuran minimum penelitian kuantitatif. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat. Variabel literasi keuangan diukur melalui indikator pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan; penggunaan e-wallet diukur berdasarkan intensitas penggunaan, kemudahan, dan manfaat transaksi; gaya hidup diukur melalui aktivitas, minat, dan opini (activities, interests, dan opinions); pendapatan diukur berdasarkan besarnya pendapatan yang diterima responden setiap bulan; sedangkan perilaku konsumtif diukur melalui kecenderungan pembelian impulsif, pembelian karena prestise, dan pembelian yang berorientasi pada keinginan dibandingkan kebutuhan (Sekaran & Bougie, 2020; OECD, 2023).

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur konstruk penelitian secara konsisten. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas sebagai prasyarat penggunaan regresi linear berganda. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 27, di mana Y merupakan perilaku konsumtif, X_1 literasi keuangan, X_2 penggunaan e-wallet, X_3 gaya hidup, dan X_4 pendapatan. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta koefisien determinasi (Adjusted R^2) pada tingkat signifikansi 5% untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta.

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan setiap butir pernyataan dalam mengukur konstruk penelitian yang diwakilinya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, pendapatan, dan perilaku konsumtif memiliki nilai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0,159 dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Nilai r hitung pada variabel literasi keuangan berada pada kisaran 0,511–0,804, penggunaan e-wallet sebesar 0,469–0,825, gaya hidup sebesar 0,830–0,919, pendapatan sebesar 0,672–0,784, dan perilaku konsumtif sebesar 0,724–0,874. Hasil tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki hubungan yang memadai dengan variabel yang diukur sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi internal instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,70. Variabel literasi keuangan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,781, penggunaan e-wallet sebesar 0,772, pendapatan sebesar 0,804, gaya hidup sebesar 0,935, dan perilaku konsumtif sebesar 0,909. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi yang

baik dalam mengukur konstruk yang sama. Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian memenuhi kriteria reliabel dan dapat digunakan pada tahap analisis selanjutnya.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, model regresi diuji melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga residual dalam model berdistribusi normal.

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10. Variabel literasi keuangan memiliki nilai tolerance sebesar 0,976 dan VIF sebesar 1,024, penggunaan e-wallet memiliki nilai tolerance sebesar 0,554 dan VIF sebesar 1,804, gaya hidup memiliki nilai tolerance sebesar 0,538 dan VIF sebesar 1,860, sedangkan pendapatan memiliki nilai tolerance sebesar 0,878 dan VIF sebesar 1,139. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas sehingga masing-masing variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara independen.

Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menunjukkan nilai signifikansi variabel literasi keuangan sebesar 0,387, penggunaan e-wallet sebesar 0,901, gaya hidup sebesar 0,342, dan pendapatan sebesar 0,560. Seluruh nilai signifikansi berada di atas 0,05 sehingga model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan keseluruhan hasil pengujian tersebut, model regresi telah memenuhi asumsi klasik sehingga layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi (Adjusted R^2). Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan e-wallet, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta, sedangkan pendapatan tidak berpengaruh signifikan.

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan koefisien regresi sebesar -0,254. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan arah hubungan negatif. Artinya, semakin tinggi

tingkat literasi keuangan responden, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

Variabel penggunaan e-wallet memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien regresi sebesar 0,463. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif pada responden.

Variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan koefisien regresi sebesar 0,602. Nilai tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain memiliki pengaruh yang signifikan, variabel gaya hidup juga memiliki koefisien regresi terbesar dibandingkan variabel independen lainnya, sehingga menjadi faktor yang memberikan kontribusi paling dominan dalam model penelitian.

Berbeda dengan ketiga variabel sebelumnya, variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,364 atau lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta. Dengan demikian, besarnya pendapatan responden belum dapat menjelaskan variasi perilaku konsumtif dalam penelitian ini.

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selanjutnya, nilai Adjusted R² sebesar 0,777 menunjukkan bahwa sebesar 77,7% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen dalam model penelitian, sedangkan sisanya sebesar 22,3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola anggaran, serta mengambil keputusan finansial secara rasional mampu menekan kecenderungan melakukan konsumsi yang berorientasi pada keinginan.

Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari suatu pengeluaran, serta menghindari pembelian yang bersifat impulsif.

Temuan tersebut mendukung konsep literasi keuangan yang dikemukakan oleh OECD (2023), yaitu bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku yang mendorong pengambilan keputusan keuangan secara bertanggung jawab. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Mila Mulya Sari et al. (2023), Oktaviani et al. (2023), Hidayat dan Nugroho (2023), serta Lusardi dan Mitchell (2023) yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung memiliki perilaku konsumsi yang lebih rasional. Dengan demikian, penguatan literasi keuangan dapat menjadi salah satu strategi untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana pada Generasi Z.

Pengaruh Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Generasi

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan e-wallet berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan e-wallet, semakin besar kecenderungan responden melakukan aktivitas konsumsi. Kemudahan transaksi, proses pembayaran yang cepat, serta berbagai program promosi seperti potongan harga, cashback, dan poin loyalitas mendorong peningkatan frekuensi pembelian tanpa melalui pertimbangan yang panjang.

Hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan manfaat teknologi meningkatkan intensitas pemanfaatan suatu sistem (Davis, 1989). Dalam konteks pembayaran digital, kemudahan tersebut secara tidak langsung meningkatkan peluang terjadinya pembelian yang kurang terencana. Temuan ini konsisten dengan penelitian Herlizah dan Subali (2023), Oktary dan Wardhani (2023), Wulandari dan Rahmawati (2023), serta Ramadhan Putrantona dan Pasaribu (2024) yang menemukan bahwa penggunaan pembayaran digital berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi pembayaran tidak hanya memberikan efisiensi transaksi, tetapi juga menuntut kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih baik agar kemudahan tersebut tidak mendorong perilaku konsumsi yang berlebihan.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Gaya hidup merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z dalam penelitian ini. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pola aktivitas, minat, serta orientasi individu terhadap tren dan lingkungan sosial memiliki peran penting dalam menentukan keputusan konsumsi. Generasi Z merupakan kelompok yang sangat dekat dengan media sosial sehingga lebih mudah terpapar berbagai informasi mengenai tren, produk baru, maupun gaya hidup yang berkembang. Kondisi tersebut dapat meningkatkan keinginan untuk mengikuti tren sebagai bagian dari pembentukan identitas dan penerimaan sosial.

Hasil penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Solomon (2020), yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis dan sosial. Temuan ini juga konsisten dengan penelitian Haq et al. (2023), Fitriyani et al. (2023), Estu Pramudita dan Misidawati (2024), serta Rahmawati dan Fitriani (2023), yang menyimpulkan bahwa gaya hidup modern berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Dominannya pengaruh gaya hidup menunjukkan bahwa keputusan konsumsi Generasi Z semakin dipengaruhi oleh faktor sosial dan simbolik, sehingga peningkatan literasi keuangan perlu diimbangi dengan penguatan kemampuan mengendalikan pengaruh lingkungan sosial.

Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta. Temuan ini mengindikasikan bahwa besarnya pendapatan bukan merupakan faktor utama yang menentukan kecenderungan perilaku konsumtif responden. Dengan kata lain, individu dengan tingkat pendapatan yang lebih tinggi belum tentu memiliki perilaku konsumsi yang lebih tinggi dibandingkan individu dengan pendapatan yang lebih rendah.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif lebih dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan karakteristik perilaku dibandingkan oleh besarnya pendapatan yang dimiliki. Hasil penelitian ini sejalan dengan Kusmiati dan Kurnianingsih (2022), Amaniyah dan Sholeha (2024), serta Putri dan Haryanto (2023) yang menyatakan bahwa pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif dapat melemah apabila individu memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Namun demikian, hasil penelitian ini berbeda dengan Fahrezi et al. (2024) dan Elvi et al.

(2024) yang menemukan adanya pengaruh positif pendapatan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan tersebut diduga dipengaruhi oleh karakteristik responden, lingkungan penelitian, serta perbedaan kondisi sosial ekonomi pada masing-masing objek penelitian.

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Wallet, Gaya Hidup, dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian simultan menunjukkan bahwa literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Surakarta. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan sebagian besar variasi perilaku konsumtif responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena multidimensional yang dipengaruhi oleh kombinasi faktor kemampuan finansial, perkembangan teknologi pembayaran digital, karakteristik gaya hidup, dan kondisi ekonomi individu.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian Mengga et al. (2023) serta Ramadhan Putrantona dan Pasaribu (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu faktor, melainkan merupakan hasil interaksi berbagai faktor internal dan eksternal. Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkaya kajian mengenai perilaku konsumen dengan mengintegrasikan literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan dalam satu model empiris. Dari sisi praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya menekan perilaku konsumtif Generasi Z tidak cukup hanya melalui peningkatan literasi keuangan, tetapi juga perlu diimbangi dengan edukasi mengenai penggunaan layanan pembayaran digital secara bijaksana serta penguatan kesadaran terhadap pengaruh gaya hidup dalam pengambilan keputusan konsumsi.

KESIMPULAN

Perilaku konsumtif Generasi Z pada era ekonomi digital merupakan fenomena yang dipengaruhi oleh interaksi antara kemampuan individu dalam mengelola keuangan dengan karakteristik lingkungan digital yang semakin dinamis. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan berperan sebagai mekanisme pengendalian dalam pengambilan keputusan konsumsi, sedangkan kemudahan penggunaan e-wallet dan kecenderungan gaya hidup modern menjadi faktor yang

memperkuat dorongan konsumsi. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif tidak lagi semata-mata ditentukan oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga oleh perubahan pola transaksi digital dan dinamika sosial yang membentuk preferensi konsumsi Generasi Z.

Dari perspektif teoritis, penelitian ini memperkuat pandangan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku multidimensional yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu variabel. Integrasi literasi keuangan, penggunaan e-wallet, gaya hidup, dan pendapatan dalam satu model memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kemampuan mengelola keuangan dan pengendalian diri menjadi aspek yang lebih menentukan dibandingkan besarnya pendapatan dalam membentuk keputusan konsumsi. Dengan demikian, penelitian ini memperluas kajian perilaku konsumen pada konteks ekonomi digital dengan menempatkan literasi keuangan dan adaptasi terhadap teknologi pembayaran digital sebagai faktor yang saling melengkapi dalam menjelaskan perilaku konsumsi masyarakat muda.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan lembaga terkait untuk mengembangkan program edukasi keuangan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan pengetahuan finansial, tetapi juga pada pembentukan perilaku konsumsi yang bertanggung jawab di lingkungan digital. Edukasi mengenai penggunaan layanan pembayaran digital secara bijaksana, penguatan kemampuan menyusun prioritas keuangan, serta peningkatan kesadaran terhadap pengaruh gaya hidup perlu menjadi bagian dari program literasi keuangan bagi Generasi Z. Upaya tersebut diharapkan mampu mendorong terbentuknya perilaku konsumsi yang lebih rasional, adaptif, dan berorientasi pada keberlanjutan kesejahteraan finansial di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agata Safira Rahma Dany, & Ari Susanti. (2022). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(2), 211-224.
- Alzura, D., & Khalifaturafi'ah, S. O. (2024). How students' use of e-commerce, e-money, financial literacy, self-control, and lifestyle affect their consumptive behavior. *Jurnal Ilmu Keuangan dan Perbankan*, 13(2), 214-229.
- Amaniyah, E., & Sholeha, S. E. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan risiko terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dengan penggunaan fintech payment (paylater)

- sebagai variabel intervening. *Competence: Journal of Management Studies*, 18(1), 65-80.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2023*. Bank Indonesia.
- Chen, L., & Aklikokou, A. K. (2020). Determinants of e-payment adoption: Testing the Technology Acceptance Model. *International Journal of E-Business Research*, 16(4), 1-17.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Elvi, F., Sara, D., Ariska, A., Franciska, M., & Viana, E. L. (2024). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif guru. *Jurnal Ekonomi Integra*, 14(1), 45-57.
- Estu Pramudita, A., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh gaya hidup, marketing effect, modernitas individu, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online mahasiswa. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 87-102.
- Fahrezi, M. Z., Balqis, S. R., Rahmawati, D., & Azzahra, A. M. P. (2024). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan, dan FOMO terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pengguna Shopee. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(2), 112-126.
- Fitriyani, I., Karmeli, E., Usman, & Kamaruddin. (2023). Analisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening. *Jurnal Tambora*, 7(3), 145-156.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate Data Analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Haq, I. I., Tubastuvi, N., Purwianti, W., & Widhidanono, H. (2023). Pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, electronic money, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(2), 240-255.
- Herlizah, R., & Subali, B. (2023). Pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(3), 155-168.
- Hidayat, R., & Nugroho, A. (2023). Financial literacy and consumer decision making among university students. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 19(2), 150-163.
- IBM Corp. (2021). *IBM SPSS Statistics for Windows, Version 27.0*. IBM Corporation.
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa: Seberapa besar peran financial literacy, lifestyle, e-money, dan self-control? *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 1320-1333.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2023). The importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 61(4), 1405-1463.
- Mankiw, N. G. (2021). *Principles of Economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Meiriza, M. S., Zai, B., Sembiring, C. A. B., Saragi, J. B., & Tampubolon, M. S. A. (2024). Pengaruh pendapatan per bulan mahasiswa terhadap perilaku konsumtif. *Future Academia: The Journal of Multidisciplinary Research on Scientific and Advanced*, 2(1), 15-27.
- Mengga, A., dkk. (2023). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z pada era ekonomi digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 143-156.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 810-826.

- OECD. (2023). *OECD/INFE International Survey of Adult Financial Literacy 2023*. OECD Publishing.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 185-197.
- Pradana, M., & Rikumahu, B. (2022). Digital consumer behaviour in the era of financial technology. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1281-1290.
- Pratiwi, D., & Kurniawan, R. (2024). Financial literacy and spending behaviour among Generation Z. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 24(1), 45-58.
- Putri, A. N., & Haryanto, B. (2023). Income, financial planning, and consumer behaviour among young adults. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 612-624.
- Rahmawati, S., & Fitriani, D. (2023). Lifestyle and consumptive behaviour among Generation Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 487-500.
- Ramadhan Putrantonu, F., & Pasaribu, R. D. (2024). Analysis of the influence of electronic wallet usage, lifestyle, and financial literacy on the consumptive behaviour of Generation Z workers in DKI Jakarta. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2), 563-575.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (13th ed.). Pearson.
- Wulandari, N., & Rahmawati, I. (2023). The effect of digital payment usage on consumer spending behaviour. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 10(7), 241-250.