

PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GEN Z PENGGUNA SPAYLATER
DI WILAYAH KELURAHAN LENTENG AGUNG

Raka Aditya AlFariz¹, Wiwin Wianti², Yosie Noverha³
Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
rakaaditya6202@gmail.com, wiwin.win@bsi.ac.id, yosie.ynv@bsi.ac.id

Abstract

The development of digital technology facilitates access to loans such as SPayLater services, but this convenience can trigger consumptive behavior in Generation Z if not balanced with good financial management. This study aims to analyze the effect of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of Generation Z SPayLater users in the Lenteng Agung Village area. The method used in this research is a quantitative approach with a purposive sampling technique. Data was collected through a Likert scale questionnaire distributed to 96 respondents and analyzed using a multiple linear regression test through the SPSS version 25 application. The results showed that financial literacy partially had a positive and significant effect on consumptive behavior with a t-count of 3.348 > t-table of 1.986 and a significance of 0.001 < 0.05. Lifestyle also partially has a positive and significant effect on consumptive behavior with a t-count of 4.519 > t-table of 1.986 and a significance of 0.000 < 0.05. Simultaneously, financial literacy and lifestyle have a positive and significant effect on consumptive behavior (F-count 93.361 > F-table 3.09, sig. 0.000 < 0.05) with a contribution of 67%, while the remaining 33% is influenced by other factors.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Consumtive Behavior

Abstrak

Perkembangan teknologi digital memudahkan akses pinjaman seperti layanan SPayLater, namun kemudahan ini dapat memicu perilaku konsumtif pada Generasi Z jika tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna SPayLater di wilayah Kelurahan Lenteng Agung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert yang disebarakan kepada 96 responden, dan dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai thitung 3,348 > ttabel 1,986 dan signifikansi 0,001 < 0,05. Gaya hidup juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai thitung 4,519 > ttabel 1,986 dan signifikansi 0,000 < 0,05. Secara simultan, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif (Fhitung 93,361 > Ftabel 3,09, sig. 0,000 < 0,05) dengan kontribusi sebesar 66,8%, sementara 32,2% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif

Article history

Received: Juli 2026

Reviewed: Juli 2026

Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial 4.0
international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Transformasi digital memperluas akses layanan keuangan, seperti dompet digital dan pinjaman instan, tetapi tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola uang secara bijak, terutama di kalangan muda, sehingga memicu perilaku konsumtif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menegaskan bahwa penguatan literasi finansial menjadi landasan penting agar masyarakat mampu mengambil keputusan ekonomi secara tepat sekaligus terhindar dari pola konsumtif yang berlebihan (OJK & BPS, 2025).

Perilaku ekonomi individu sering menunjukkan pola konsumsi yang melampaui kebutuhan sebenarnya, lebih didorong oleh impuls psikologis sesaat, tekanan sosial untuk memenuhi standar lingkungan, dan pencarian kepuasan pribadi. Dengan kata lain, pola konsumsi lebih banyak didasarkan pada hasrat personal daripada urgensi kebutuhan yang sesungguhnya (Oktaviani et al., 2023).

Kemampuan literasi keuangan dipandang sebagai instrumen kunci yang berpotensi mereduksi kecenderungan perilaku konsumtif pada individu. Melalui literasi keuangan, seseorang memperoleh kapasitas untuk menyusun hierarki kebutuhan finansial secara lebih rasional sekaligus mengidentifikasi perbedaan mendasar antara kebutuhan yang bersifat primer dan keinginan yang cenderung impulsif. Dalam konteks ini, literasi finansial berkedudukan sebagai fondasi vital bagi seluruh individu dalam mengelola keuangan secara bijaksana melalui penerapan prioritas pengeluaran yang terukur (Wulandari et al., 2025).

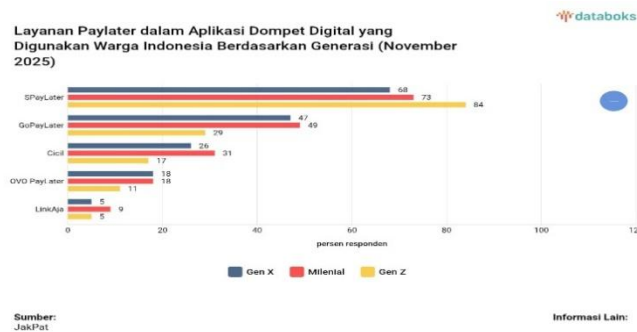
Tabel 1. Tingkat Literasi dan Inklusi Keuangan berdasarkan kelompok Usia (2026)

Kelompok/Kategori	Indeks Literasi Keuangan	Indeks Inklusi Keuangan
Nasional (Keseluruhan)	69,57%	93,13%
Usia 15 - 17 Tahun (Remaja/Pelajar)	56,04%	89,13%
Usia 18 - 25 Tahun	73,32%	95,69%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026).

Temuan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2026 memperlihatkan adanya jurang pemisah yang jelas antara akses dan pemahaman finansial di kalangan generasi muda. Baik pada kelompok remaja maupun dewasa awal serta dalam skala nasional indeks inklusi keuangan secara konsisten jauh melampaui tingkat literasinya. Kondisi ini menegaskan bahwa kemudahan masyarakat, khususnya kelompok muda yang sangat adaptif secara digital, dalam memanfaatkan produk keuangan belum berbanding lurus dengan kemampuan mereka dalam mengelola risiko dan keuangan secara bijak..

Selain literasi keuangan, gaya hidup turut membentuk perilaku konsumtif Gen Z. Gunawan dan Chairani menjelaskan bahwa gaya hidup mencerminkan cara seseorang berinteraksi dengan lingkungannya (Mohi et al., 2025), yang tampak dari aktivitas, minat, dan opini sebagai respons terhadap tekanan sosial dan budaya. Di era media sosial, tekanan untuk mengikuti tren semakin kuat, dan fenomena FOMO serta YOLO mendorong belanja impulsif tanpa perencanaan pada Gen Z (Amalia, 2025). Perilaku konsumtif generasi ini juga dipengaruhi oleh kemudahan platform digital, promosi harga, kebutuhan psikologis, serta peran media sosial dalam menjaga relevansi sosial (Pohan, 2025).



Sumber: (Databooks, 2025)

Gambar 1. Data Layanan Paylater Yang Digunakan Warga Indonesia

SPayLater, layanan pinjaman digital dari PT Commerce Finance yang diawasi OJK, banyak diminati Gen Z karena kemudahan cicilannya, dengan tingkat penggunaan tertinggi sebesar 84% (Databooks, November 2025). Di balik kemudahan ini terdapat risiko finansial, seperti denda keterlambatan 5% per bulan dan pencatatan gagal bayar di SLIK OJK sesuai POJK Nomor 11 Tahun 2024. Riwayat kredit buruk ini dapat bertahan hingga 24 bulan dan menghambat akses pembiayaan masa depan, sehingga perilaku konsumtif akibat kemudahan akses berpotensi menjadi beban finansial jangka panjang bagi Gen Z.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif telah banyak dilakukan, namun menghasilkan temuan yang beragam dan tidak selalu konsisten. (Kholizah & Sulton, 2025) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Berbeda dengan (Siti Lestari et al., 2024) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudian (Oktaviani et al., 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masih memerlukan pengujian lebih lanjut pada konteks, karakteristik, konsumen, dan objek penelitian yang berbeda.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh parsial maupun simultan dari literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Gen Z pengguna SPayLater di Kelurahan Lenteng Agung. Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memperkaya literatur manajemen keuangan dan perilaku konsumen, sedangkan secara praktis dapat memberikan masukan bagi penyedia layanan keuangan dan lembaga edukasi untuk merumuskan kebijakan perlindungan konsumen serta peningkatan literasi finansial generasi muda.

2. Tinjauan Pustaka

Literasi Keuangan

Literasi keuangan menurut (Wulandari et al., 2025) merupakan kemampuan individu dalam menetapkan prioritas finansial serta membedakan kebutuhan pokok dengan keinginan konsumtif, sementara (Oktaviani et al., 2023) memaknainya sebagai integrasi wawasan, keterampilan, dan sikap yang memengaruhi keputusan ekonomi menuju kesejahteraan optimal, dan menurut Sugianto dalam (Oktaviani et al., 2023) literasi keuangan menjadi kebutuhan dasar agar seseorang terhindar dari masalah keuangan; adapun Swiecka dalam (Subali & Nofiana, 2026) mengemukakan empat indikator literasi keuangan, yaitu 1. pengetahuan dasar keuangan, 2. kehati-hatian sebelum membeli, 3. kemampuan menghitung cicilan, dan 4. perencanaan masa depan.

Gaya Hidup

Alfred Adler dalam (Arrezqi, 2024) memahami gaya hidup sebagai konfigurasi perilaku bermakna yang bermanfaat bagi diri sendiri maupun orang lain dalam konteks tertentu, sementara Kotler & Armstrong dalam (Fadillah et al., 2025) mengonsepsikannya sebagai pola eksistensi manusia yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini sebagai bentuk interaksi dengan lingkungan sosial, dan menurut (Sari et al., 2023) gaya hidup juga tampak dari cara individu mengalokasikan pendapatan untuk belanja, mengisi waktu luang, serta mengejar minat pribadi, dengan indikator utama menurut Schiffman & Wisenblit dalam (Syakhilah et al., 2025) meliputi 1.kebiasaan belanja rutin, 2.kegiatan sosial, 3.ketertarikan pada tren, dan 4.citra diri.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Alghifari & Firman (2025) mencerminkan tindakan yang tidak didasarkan pada kebutuhan rasional melainkan keinginan berlebihan, termasuk kecenderungan meninggalkan suatu produk sebelum dimanfaatkan secara maksimal demi membeli produk lain karena tergiur insentif atau pengaruh banyak orang, sementara (Nasarudin et al., 2025) memaknainya sebagai pola pengeluaran untuk barang tanpa urgensi kebutuhan sebagai reaksi terhadap konsumsi produk sekunder, dengan indikator utama menurut Islami et al. dalam (Qhodafi et al., 2024) meliputi 1.mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, 2.membeli produk secara berlebihan, 3.pemenuhan gaya hidup, 4.peningkatan status sosial, serta 5.tidak adanya perencanaan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini mengimplementasikan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antara variabel independen (literasi keuangan dan gaya hidup) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di wilayah Kelurahan Lenteng Agung yang memiliki riwayat penggunaan layanan SPayLater. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui secara pasti (*infinite population*), penentuan jumlah sampel minimum dihitung menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat margin kesalahan (α) sebesar 10% dan nilai z pada tingkat kepercayaan 95% (1,96), yang menghasilkan ukuran sampel sebanyak 96 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria inklusi meliputi responden berusia 14-29 tahun, berdomisili di Kelurahan Lenteng Agung, dan pernah bertransaksi menggunakan SPayLater.

Pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuesioner terstruktur berbasis Google Form dengan menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari Sangat Tidak Setuju (skor 1) hingga Sangat Setuju (skor 5). Selain itu, studi dokumentasi dan observasi lapangan juga dilakukan untuk mendukung keabsahan data empiris. Analisis data kuantitatif menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25, yang mencakup: (1) Uji Kualitas Data meliputi Uji Validitas (korelasi Product Moment) dan Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha > 0,60); (2) Uji Asumsi Klasik meliputi Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov dan P-P Plot), Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot dan Uji Glejser), Uji Multikolinearitas (Tolerance dan VIF), serta Uji Linearitas (Deviation from Linearity); dan (3) Pengujian Hipotesis yang meliputi Uji Parsial (Uji-t), Uji Simultan (Uji-F), Analisis Koefisien Determinasi (R^2), dan Analisis Regresi Linear Berganda.

4. Hasil dan Pembahasan

Melalui penerapan uji distribusi frekuensi terhadap data kuesioner diperoleh deskripsi sistematis mengenai profil dan karakteristik demografis para responden yang mencakup komponen jenis kelamin dan usia.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Variabel	Classification	Total (Population)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki - laki	48	50,0
	Perempuan	48	50,0
Usia	14 - 19 Tahun	12	12,5
	20 - 24 Tahun	17	17,7
	25 - 29 Tahun	67	69,8

Sumber: Data diperoleh penulis, (2026)

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 1, profil responden dalam penelitian ini dikelompokkan berdasarkan dua hal, yaitu jenis kelamin serta rentang usia. Jika dilihat dari jenis kelamin berada pada kondisi seimbang, dengan total masing-masing 48 responden (50%) tanpa adanya dominasi gender tertentu. Untuk pengelompokkan umurnya, porsi paling besar diisi oleh Gen Z di rentang usia 25 - 29 tahun, yaitu sebanyak 67 orang (69,8%). Diikuti oleh mereka yang umurnya 20 - 24 tahun sebanyak 17 orang (17,7%), dan Gen Z yang lebih muda di kisaran 14 - 19 tahun ada sekitar 12 orang (12,5%).

Sebelum masuk ke tahap pembuktian hipotesis, kuesioner yang disebar harus dicek dulu kualitasnya lewat uji validitas dan uji reliabilitas, tujuannya agar pertanyaan yang diajukan benar-benar pas dan konsisten untuk mengukur variabel yang diteliti. Cara mengecek validitasnya adalah dengan membandingkan angka *Coreccted Item-Total Correlation* (r hitung) dengan r tabel yang nilainya 0,2006 (diambil dari batas signifikansi 5% untuk 100 sampel). Pertanyaan kuesioner baru bisa dianggap sah atau valid jika amgka r hitungnya sukses melampaui nilai r tabel. Kemudian, untuk uji reliabilitasnya, peneliti menggunakan acuan koefisien *Cronbach's Alpha*, di mana sebuah kuesioner dikatakan bisa diandalkan (reliabel) jika nilainya berada di atas 0,60 sesuai standar (Machali, 2018). Semua rincian hasil tes kelayakan kuesioner ini sudah dirangkum dengan jelas di dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X_1)	8	0,486-0,693	0,2006	0,783	Valid dan Reliabel
Gaya Hidup (X_2)	8	0,587-0,698	0,2006	0,806	Valid dan Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	10	0,596-0,782	0,2006	0,859	Valid dan Reliabel

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Berdasarkan hasil yang disajikan pada Tabel 2, seluruh pertanyaan kuesioner untuk mengukur literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif punya nilai r hitung yang lebih besar dari patokan r tabelnya, yaitu 0,2006. Artinya, semua daftar pertanyaan yang dipakai di riset ini sudah lolos uji dan resmi dinyatakan valid. Untuk tes reliabilitasnya, nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing variabel juga sukses melewati batas minimal 0,60. Rinciannya adalah 0,783 untuk literasi keuangan, 0,806 untuk gaya hidup, dan 0,859 untuk perilaku konsumtif. Kesimpulannya, kuesioner penelitian ini sudah terbukti akurat dan bisa diandalkan, sehingga sangat layak untuk dijadikan alat pengumpul data.

Sebelum analisis regresi linear berganda dilaksanakan, model penelitian terlebih dahulu melalui serangkaian uji asumsi klasik guna memastikan bahwa seluruh persyaratan analisis regresi telah terpenuhi. Hasil pengujian tersebut disajikan secara visual melalui grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual, yang digunakan untuk merepresentasikan pola sebaran residual dalam model penelitian. Karakteristik sebaran yang konsisten dan tanpa adanya deviasi ekstrem dari garis diagonal ini mengonfirmasi bahwa nilai residual dari model estimasi regresi telah memenuhi kriteria asumsi normalitas secara empiris. Nilai signifikansi uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov adalah sebesar $0,200 > 0,050$, maka dapat disimpulkan bahwa hasil normal P-Plot dan Kolmogorov Smirnov dinyatakan sudah normal. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen diketahui memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 serta nilai Variance Inflation Factor (VIF) di bawah 10. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa model penelitian tidak mengalami multikolinearitas maupun heteroskedastisitas karena seluruh nilai signifikansi melebihi 0,05. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis lanjutan (Machali, 2018).

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini sebagai metode untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi pengguna *spaylater* di wilayah kelurahan Lenteng Agung. Pengujian dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu uji t untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, serta uji F untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan. Selain itu, kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan koefisien determinasi (R^2).

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Keputusan
Konstanta	4.722	2.289	-	2.063	.042	-
Literasi Keuangan (X1)	.468	.140	.363	3.348	.001	H ₁ Diterima
Gaya Hidup (X2)	.633	.140	.490	4.519	.000	H ₂ Diterima

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Untuk melihat seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap perilaku konsumtif, peneliti menggunakan metode pengujian parsial alias uji t . Jika merujuk pada data di Tabel 3, terlihat jelas bahwa kualitas produk punya nilai t hitung di angka 3.348 dan tingkat signifikansinya 0,001 (jauh di bawah batas 0,05). Angka ini membuktikan jika literasi keuangan memang memberikan dampak yang positif dan juga signifikan buat perilaku konsumtif. Di sisi lain, variabel gaya hidup juga mencetak nilai t hitung yang tinggi yaitu 4.519 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang artinya gaya hidup pun ikut memberikan pengaruh positif dan nyata terhadap perilaku konsumtif. Dari fakta-fakta statistik ini, bisa ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama maupun hipotesis kedua sama-sama terbukti kebenarannya dan resmi diterima.

Tabel 4. Hasil Uji Simultan (Uji f)

Sumber Variasi	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1023.874	2	511.937	93.361	.000
Residual	509.960	93	5.483		
Total	1533.833	95			

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Uji simultan (F-test) dilakukan untuk melihat seberapa besar dampak literasi keuangan dan gaya hidup apabila digabungkan terhadap tingkat perilaku konsumtif. Merujuk pada hasil ringkasan di Tabel 4, angka F hitung tercatat sebesar 93.361 diiringi dengan nilai signifikansi 0,000, yang mana angka tersebut berada jauh di bawah batas toleransi 0,05. Angka statistik ini menjadi bukti empiris bahwa faktor literasi keuangan serta gaya hidup, ketika diuji secara bersama-sama, terbukti memberikan pengaruh yang positif sekaligus bermakna terhadap perilaku konsumtif Gen Z pengguna Spaylater. Oleh karena itu, kesimpulan akhirnya menetapkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima secara sah.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Beta	Zero Order	Kontribusi Efektif (%)
Literasi Keuangan (X1)	0.363	0,771	27.98
Gaya Hidup (X2)	0.490	0,792	38.80
Total			66.78

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Koefisien determinasi parsial digunakan sebagai dasar untuk mengukur besarnya kontribusi efektif yang diberikan oleh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pelanggan. Mengacu pada Tabel 5, variabel literasi keuangan memiliki kontribusi efektif sebesar 27.98%, sedangkan variabel gaya hidup memberikan kontribusi efektif sebesar 38,80%. Perbandingan tersebut mengindikasikan bahwa variabel gaya hidup memberikan sumbangan yang sedikit lebih besar daripada variabel literasi keuangan dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan (R²)

Statistik	Nilai
R	0.817
R Square	0.668
Adjusted R Square	0.660
Std. Error	2.342

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai R Square sebesar 0.668. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup secara bersama-sama mampu menerangkan 66,8% variasi perilaku konsumtif. Adapun 33,2% sisanya dijelaskan oleh berbagai faktor lain di luar cakupan penelitian yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Regresi

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Beta Standar
Konstanta	4.722	-
Literasi Keuangan (X1)	0.468	0.363
Gaya Hidup (X2)	0.633	0.490

Sumber: Hasil data diolah SPSS 25, (2026)

Merujuk pada hasil yang tersaji dalam tabel, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,722 + 0,468X_1 + 0,633X_2$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas menunjukkan arah koefisien yang positif. Secara lebih rinci, besaran koefisien untuk literasi keuangan berada di angka 0,468. Hal ini mengandung arti bahwa setiap peningkatan satu poin pada literasi keuangan akan memicu kenaikan perilaku konsumtif sebesar 0,468 poin, dengan asumsi faktor independen lainnya tidak mengalami perubahan (*ceteris paribus*). Pada variabel gaya hidup, nilai koefisien regresinya tercatat sebesar 0,633. Perolehan ini mengartikan bahwa persepsi harga yang semakin baik akan mendorong estimasi peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,633 satuan.

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil statistik yang dilakukan, diketahui bahwa variabel literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) yakni nilai *t* hitungnya 3,348 > nilai *t* tabel nya 1,986, dimana signifikansinya 0,001 < 0,05. Maka, hipotesis yang menyatakan secara parsial literasi keuangan berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mampu diterima (H1 diterima). Hal tersebut didukung dengan temuan yang dilakukan oleh (Oktaviani et al., 2023) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangkaraya)”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan secara parsial literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa variabel gaya hidup (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y) yakni nilai *t* hitungnya 4,519 > nilai *t* tabelnya 1,986, dimana signifikansinya 0,000 < 0,05. Maka, hipotesis yang menyatakan secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mampu diterima (Ha2 diterima). Ha2 tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Kholizah & Sulton, 2025) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Persepsi Kemudahan, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna ShopeePay Latter pada Genz Z di kota Lamongan”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan secara parsial gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan (X1) dan Gaya Hidup (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan analisis statistik diatas, hasil uji F dalam penelitian ini nilai *f* hitung yang di peroleh sebesar 93,361 yang berarti > *f* tabel 3,09 dimana tingkatan signifikansinya < 0,05, yakni sejumlah 0,000, maka, hipotesis yang menyatakan secara simultan literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan pada perilaku konsumtif mampu diterima (Ha3 diterima). Ha3 tersebut didukung dengan temuan riset yang dikaji oleh (Wulandari et al., 2025) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat”. Hasil penelitiannya variabel X1 yaitu literasi keuangan dan X2 yaitu gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

5. Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pengguna SPayLater di wilayah Kelurahan Lenteng Agung. Tingginya perilaku konsumtif tidak hanya didorong oleh tuntutan gaya hidup digital dan pemenuhan tren sosial, tetapi juga sejalan dengan peningkatan literasi keuangan;

di mana pemahaman finansial yang lebih baik justru meningkatkan rasa percaya diri (*financial self-efficacy*) Gen Z untuk memanfaatkan fitur pinjaman, promo, dan kemudahan pembayaran SPayLater secara lebih aktif. Oleh karena itu, edukasi keuangan di era digital tidak cukup hanya berfokus pada pemahaman produk *fintech*, melainkan harus diimbangi dengan pembentukan tingkat pengendalian diri (*self-control*) agar tingkat literasi yang tinggi tidak memicu keputusan konsumsi yang impulsif. Bagi agenda penelitian di masa mendatang, sangat direkomendasikan untuk memperluas spektrum kajian melalui penambahan variabel-variabel penguji baru, semisal *self-control*, *overconfidence*, *peer pressure*, hingga fenomena *FOMO* (*Fear of Missing Out*); lebih dari itu, eskalasi pada jumlah responden maupun perluasan cakupan wilayah sampel di luar lingkup kelurahan sangat diperlukan guna menghasilkan kesimpulan yang jauh lebih komprehensif dan memiliki bobot generalisasi yang lebih tangguh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari, G., & Firman. (2025). *Gaya Hidup , Literasi , dan Konsumsi : Studi Perilaku Konsumtif Generasi Z Pengguna Shopee PayLater di Kota Padang*. 5 (1), 243-260. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i1.5993>
- Amalia, N. (2025). *5 Fakta Literasi Finansial Gen Z berdasarkan survei OJK*. Nasmedia. <https://nasmedia.id/blog/5-fakta-literasi-finansial-gen-z-berdasarkan-survei-ojk/>
- Arrezqi, M. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *Syntax Idea*, 6(07), 2936-2947. <https://www.google.com/search?q=https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v6i7.4066&authuser=1>
- Fadillah, S., Setiawan, R. A., & Syaifuddin. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP DAN MEDIA SOSIAL. *Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 10 (4)(204), 2378-2399. <https://doi.org/10.30651/jms.v10i4.27571>
- Kholizah, A. N., & Sulton, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup , Persepsi Kemudahan Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Pay Latter Pada Gen Z. *YUME : Journal Of Management*, 8(1), 127-137. <https://doi.org/10.37531/yum.v8i1.7917>
- Machali, I. (2018). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. In A. Q. Habib (Ed.), *Prodi Manajemen Pendidikan Islam (PPMI) Studi Manajemen Pendidikan Islam (PPMPI)* (1). Prodi Manajemen Pendidikan Islam bekerjasama dengan Perkumpulan Program Studi Manajemen Pendidikan Islam (PPMPI).
- Mohi, R., Hinele, R., & Hamin, D. I. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo Rahma. *Economics Review Journal*, 4, 174-182. <https://doi.org/10.56709/mrj.v4i1.623>
- Nasarudin, U., Hasan, M. H., & Ruray, T. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa-Siswi Di SMK Negeri 1 Kota Tidore Kepulauan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(11.D), 493-500. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13258>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., & Alexandro, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136-145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Pohan, M. Z. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237-246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Qhodafi, M. al W., Nur Rohmah, L., Zelia, N., & Aurellia, L. (2024). PENGARUH KEMUDAHAN

BERTRANSAKSI dan SIFAT HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2023 UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 13-26.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/djieb.23771>

Sari, M. M., Austin, T., & Syahrizal, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019. *Journal of Creative Student Research*, 1(2), 137-151.
<https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>

Siti Lestari, D., Mutmainah, K., & Romandhon. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Gaya Hidup, Dan Budaya Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa UNSIQ Fakultas Ekonomi dan Bisnis). *Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Perbankan Syariah*, 4(1), 119-128.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32699/jamasy.v4i1.6850>

Subali, & Nofiana, L. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Universitas Pamulang (Studi Kasus Mahasiswa Semester 8) Mahasiswa Program Studi Manajemen S1 Universitas Pamulang Khususnya Program Studi Manajeme. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen (JIEM)*, 4(3), 683-695. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v4i3.9164>

Syakhilah, A. F., Fadilah, T., & Lestari, D. (2025). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM UIN SUMATERA UTARA. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(1), 461-477.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i1.3939>

Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, 3(2), 127-134. <https://doi.org/https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031>