



PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP DAN PENGGUNAAN E-MONEY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI KALANGAN GENERASI Z

Cindy Mahardika Feren¹, Maria Agatha Sri W H², Moh Gufron³

Universitas Bhinneka PGRI^{1,2,3}

e-mail: cindymferen@gmail.com¹, mariaagatha2020@gmail.com², gufronubhi@gmail.com³

Diterima: 25/7/2026; Direvisi: 10/8/2026; Diterbitkan: 15/8/2026

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan kemudahan transaksi nontunai mendorong peningkatan perilaku konsumtif Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Penelitian kuantitatif asosiatif ini melibatkan 200 responden Generasi Z berusia 18–24 tahun yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui program SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan ($\beta = 0,236$; $p = 0,000$), gaya hidup ($\beta = 0,745$; $p = 0,000$), dan penggunaan *e-money* ($\beta = 0,112$; $p = 0,000$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial. Gaya hidup menjadi variabel paling dominan berdasarkan koefisien *Beta* terstandarisasi terbesar. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan ($F = 1069,215$; $p = 0,000$) dengan kontribusi variabel sebesar 94,2% ($\text{Adjusted } R^2 = 0,942$). Temuan ini mengindikasikan pentingnya pengendalian gaya hidup dan edukasi pengelolaan keuangan digital bagi Generasi Z.

Kata Kunci: *E-Money, Gaya Hidup, Generasi Z, Keputusan Pembelian, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif*

ABSTRACT

Rapid advancements in digital technology and cashless payment systems have contributed to increasing consumptive behavior among Generation Z. This study aims to analyze the effect of financial literacy, lifestyle, and e-money usage on the consumptive behavior of Generation Z in Tulungagung Regency. This associative quantitative study involved 200 Generation Z respondents aged 18–24 selected through purposive sampling techniques. Data were collected via structured questionnaires and analyzed using multiple linear regression via SPSS 27 software. The findings reveal that financial literacy ($\beta = 0.236$; $p = 0.000$), lifestyle ($\beta = 0.745$; $p = 0.000$), and e-money usage ($\beta = 0.112$; $p = 0.000$) have positive and significant partial effects on consumptive behavior. Lifestyle emerged as the most dominant variable based on the largest standardized Beta coefficient. Simultaneously, all three independent variables significantly influenced consumptive behavior ($F = 1069.215$; $p = 0.000$), explaining 94.2% of the variance ($\text{Adjusted } R^2 = 0.942$). These findings highlight the urgency of lifestyle control and digital financial education for Generation Z.

Keywords: *Consumptive Behavior, E-Money, Financial Literacy, Generation Z, Lifestyle*

PENDAHULUAN

Transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat secara signifikan dalam era perdagangan modern saat ini. Kemudahan akses internet, perkembangan platform



perdagangan elektronik, serta penggunaan sistem pembayaran digital memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara cepat dan praktis. Kondisi tersebut tidak hanya meningkatkan efisiensi transaksi, tetapi juga mendorong perubahan perilaku konsumsi yang cenderung berorientasi pada pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan. Berbagai promosi menarik yang ditawarkan melalui *marketplace* dan media sosial semakin memperkuat kecenderungan pembelian impulsif, khususnya pada kelompok usia muda (Islami et al., 2023; Nurhalim, 2022). Akibatnya, perilaku konsumtif menjadi salah satu fenomena sosial ekonomi yang semakin menonjol dalam kehidupan masyarakat digital modern.

Generasi Z merupakan kelompok demografis yang paling dekat dengan perkembangan teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, Generasi Z mendominasi struktur penduduk Indonesia dengan proporsi mencapai 27,94% atau sekitar 74,93 juta jiwa (Rainer, 2023). Di Kabupaten Tulungagung, jumlah Generasi Z tercatat mencapai 247.439 jiwa, di mana data transaksi menunjukkan 68,4% pemuda rutin bertransaksi *online* mingguan (BPS Kabupaten Tulungagung, 2021). Tingginya intensitas belanja *online* ini memicu fenomena pembelian barang non-esensial akibat godaan diskon digital di kalangan pemuda Tulungagung. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif yang berdampak negatif pada rendahnya tabungan dan investasi jangka panjang (Abdullah et al., 2022; Apriliani et al., 2024).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan dan tidak rasional yang lebih didorong oleh keinginan dibanding kebutuhan (Nainggolan, 2022). Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku tersebut adalah literasi keuangan yang mencakup pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan (Irawati & Kasemetan, 2023; Perkasa et al., 2024). Data Otoritas Jasa Keuangan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan nasional terus meningkat hingga mencapai angka 65% (Reynaldy, 2024). Namun demikian, pemahaman keuangan yang tinggi pada Generasi Z sering kali tidak dibarengi dengan kontrol emosi saat berbelanja produk *lifestyle* (Ernayani et al., 2024). Pemahaman aspek finansial secara teoritis belum menjamin kemampuan individu dalam menahan dorongan konsumsi di dunia maya.

Selain literasi keuangan, gaya hidup juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup mencerminkan pola hidup individu yang ditunjukkan melalui aktivitas, minat, dan opini harian. Pada era digital, gaya hidup Generasi Z sangat dipengaruhi oleh paparan konten media sosial, tren *influencer*, dan budaya populer. Keinginan untuk diakui dalam pergaulan mendorong peningkatan pengeluaran untuk produk mode, kuliner *aesthetic*, dan rekreasi yang melebihi batas anggaran (Pangaribowo & Belarminus, 2023). Dengan demikian, gaya hidup modern berperan sebagai determinan utama yang mengarahkan keputusan pembelian Generasi Z secara konsisten.

Perkembangan teknologi finansial turut memperkuat perubahan pola konsumsi melalui penggunaan uang elektronik atau *e-money* mencakup dompet digital (*e-wallet*). Instrumen *e-money* memberikan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas transaksi tanpa perlu membawa uang tunai fisik (Islami et al., 2023). Survei industri menunjukkan bahwa aplikasi ShopeePay, DANA, dan GoPay menjadi instrumen *e-wallet* pilihan utama pemuda di Jawa Timur (Harahap, 2025; Muhammad, 2025). Hilangnya rasa "sakit membayar" (*pain of paying*) saat menggunakan *e-money* mempercepat eksekusi transaksi impulsif tanpa pertimbangan matang. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi

keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* baik secara parsial maupun simultan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif asosiatif ini dilaksanakan di Kabupaten Tulungagung dari bulan Januari hingga April 2026. Populasi sasaran adalah Generasi Z di Kabupaten Tulungagung yang berjumlah 247.439 jiwa (BPS Kabupaten Tulungagung, 2021). Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 200 responden menggunakan rumus *Slovin* pada presisi margin kesalahan 5%, dengan kriteria pemilihan sampel berbasis *purposive sampling* mencakup: 1) berusia 18–24 tahun, 2) berdomisili di Kabupaten Tulungagung, dan 3) aktif menggunakan *e-money* minimal 3 kali bertransaksi dalam sebulan terakhir (Ghozali, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* via *Google Form* yang dilengkapi fitur *one-response limit* guna mencegah pengisian ganda. Instrumen pengukuran menggunakan skala *Likert* 5 tingkat yang diadaptasi dari kuesioner teruji milik Handayani (2024) serta telah dinyatakan valid dan reliabel melalui uji coba instrumen.

Pengolahan data penelitian dilakukan menggunakan program IBM SPSS Statistics versi 27 dengan pengujian berasumsi klasik yang ketat guna menjamin keabsahan regresi linear berganda (Ghozali, 2021). Rangkaian uji asumsi klasik yang dipenuhi meliputi uji normalitas *Monte Carlo Kolmogorov-Smirnov*, uji linieritas *ANOVA Table*, uji multikolinieritas *Tolerance* dan *VIF*, serta uji heteroskedastisitas *Scatterplot*. Selanjutnya, analisis regresi linear berganda dilakukan untuk membuktikan pengaruh parsial melalui uji *t*, pengaruh simultan melalui uji *F*, serta mengukur kontribusi variansi melalui koefisien determinasi ($\text{Adjusted } R^2$). Prosedur analisis statistik kuantitatif ini difokuskan untuk menguji hubungan prediktif antarvariabel independen terhadap perilaku konsumtif secara obyektif tanpa menyajikan data hasil penelitian di bab metode ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Analisis deskriptif dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai tingkat literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan *e-money*, dan perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Hasil distribusi frekuensi menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan *e-money*, dan perilaku konsumtif pada kategori tinggi. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa responden memiliki keterlibatan yang cukup intens dalam aktivitas keuangan digital dan konsumsi sehari-hari.

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan terhadap 30 responden Generasi Z di Kabupaten Tulungagung untuk memastikan setiap item pernyataan mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian menggunakan korelasi Product Moment dengan nilai *rtabel* sebesar 0,361 pada taraf signifikansi 5% ($df = 28$). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Perilaku Konsumtif (*Y*), Literasi Keuangan (X_1), Gaya Hidup (X_2), dan Penggunaan *E-money* (X_3) memiliki nilai *rhitung* yang lebih besar daripada *rtabel*. Pada variabel Perilaku Konsumtif, nilai *rhitung* berkisar antara 0,458–0,773. Variabel Literasi Keuangan memiliki nilai *rhitung* antara 0,563–0,851, variabel Gaya Hidup antara 0,431–0,790, sedangkan variabel Penggunaan *E-money* antara 0,403–0,777. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada

keempat variabel dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian. **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas batas minimum 0,60. Variabel Perilaku Konsumtif memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,856, Literasi Keuangan sebesar 0,933, Gaya Hidup sebesar 0,861, dan Penggunaan *e-money* sebesar 0,887. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian secara konsisten.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			200
Normal Parameters^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		2,97849517
Most Extreme Differences	Absolute		0,056
	Positive		0,035
	Negative		-0,056
Test Statistic			0,056
Asymp. Sig. (2-tailed)^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed)^e	Sig.		0,125
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,116
		Upper Bound	0,134
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 624387341.			

Berdasarkan tabel 1 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, sehingga model regresi yang dihasilkan dapat dikatakan baik dan memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan linier yang signifikan antara dua variabel penelitian. Dalam penelitian ini, pengujian linearitas dilakukan melalui tabel ANOVA. Suatu data dikatakan memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi pada linearity sig. (α) $< 0,05$ dan nilai signifikansi deviation from linearity $> 0,05$. Adapun hasil uji linearitas dalam penelitian ini disajikan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas Literasi Keuangan (X₁)

ANOVA Table	
-------------	--

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF * LITERASI KEUANGAN	Between Groups	(Combined)	2804,691	23	121,943	5,622	0,000
		Linearity	2299,828	1	2299,828	106,031	0,000
		Deviation from Linearity	504,863	22	22,948	1,058	0,397
	Within Groups		3817,464	176	21,690		
	Total		6622,155	199			

Berdasarkan tabel 2 diatas , nilai sig. untuk linieritas adalah $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai sig. untuk deviasi dari linieritas adalah $0,397 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel perilaku konsumtif dengan literasi keuangan, sehingga asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas Gaya Hidup (X₂)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF * GAYA HIDUP	Between Groups	(Combined)	4816,689	23	209,421	20,415	0,000
		Linearity	4524,538	1	4524,538	441,060	0,000
		Deviation from Linearity	292,152	22	13,280	1,295	0,180
	Within Groups		1805,466	176	10,258		
	Total		6622,155	199			

Berdasarkan tabel 3 diatas , nilai sig. untuk linieritas adalah $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai sig. untuk deviasi dari linieritas adalah $0,180 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel perilaku konsumtif dengan gaya hidup, sehingga asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 4. Hasil uji Linearitas Penggunaan e-money (X₃)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU KONSUMTIF * PENGGUNAAN E-MONEY	Between Groups	(Combined)	3318,004	25	132,720	6,989	0,000
		Linearity	3033,506	1	3033,506	159,748	0,000
		Deviation from Linearity	284,499	24	11,854	0,624	0,913
	Within Groups		3304,151	174	18,989		
	Total		6622,155	199			

Berdasarkan tabel 4 diatas , nilai sig. untuk linieritas adalah $0,000 < 0,05$, sedangkan nilai sig. untuk deviasi dari linieritas adalah $0,913 > 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel perilaku konsumtif dengan penggunaan e-money, sehingga asumsi linearitas dalam penelitian ini telah terpenuhi

c. Uji Multikolonieritas

Tabel 5. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Copyright (c) 2026 SOCIAL : Jurnal Inovasi Pendidikan IPS

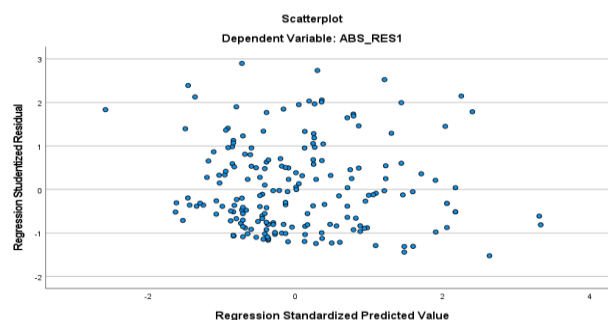
 <https://doi.org/10.51878/social.v6i3.13140>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-0,162	2,904		-0,056	0,956		
	LITERASI KEUANGAN	0,223	0,051	0,208	4,408	0,000	0,610	1,640
	GAYA HIDUP	0,691	0,053	0,658	12,950	0,000	0,527	1,896
	PENGUNAAN E-MONEY	0,088	0,050	0,099	1,757	0,081	0,427	2,344

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Berdasarkan data pada tabel 5 di atas, diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar $0,610 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $1,640 < 10$. Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai Tolerance sebesar $0,527 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,896 < 10$. Selanjutnya, variabel Penggunaan *E-money* (X3) memperoleh nilai Tolerance sebesar $0,427 > 0,10$ dengan nilai VIF sebesar $2,344 < 10$. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 1 scatter plot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu. Selain itu, penyebaran titik berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas sehingga telah memenuhi uji heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,162	1,191		-0,136	0,892
	LITERASI KEUANGAN	0,223	0,021	0,236	10,752	0,000
	GAYA HIDUP	0,691	0,022	0,745	31,584	0,000
	PENGUNAAN E-MONEY	0,088	0,021	0,112	4,285	0,000
a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF						

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Tabel 6 hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan regresi:

$$Y = -0,162 + 0,223X_1 + 0,691X_2 + 0,088X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Variabel gaya hidup memiliki koefisien regresi terbesar ($\beta = 0,691$), sehingga menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif, diikuti oleh literasi keuangan ($\beta = 0,223$) dan penggunaan *e-money* ($\beta = 0,088$). Dengan demikian, peningkatan gaya hidup, literasi keuangan, dan penggunaan *e-money* cenderung diikuti oleh peningkatan perilaku konsumtif responden, dengan asumsi variabel lain dalam kondisi konstan.

Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0,162	1,191		-0,136	0,892
	LITERASI KEUANGAN	0,223	0,021	0,236	10,752	0,000
	GAYA HIDUP	0,691	0,022	0,745	31,584	0,000
	PENGUNAAN E-MONEY	0,088	0,021	0,112	4,285	0,000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Tabel 7 hasil uji parsial menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Variabel literasi keuangan memperoleh nilai thitung sebesar 10,752 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel gaya hidup memiliki nilai thitung sebesar 31,584 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

konsumtif serta menjadi variabel dengan pengaruh paling dominan. Sementara itu, variabel penggunaan *e-money* memperoleh nilai thitung sebesar 4,285 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, seluruh hipotesis penelitian diterima karena masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05.

b. Uji F (Simultan)

Tabel 8. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4856,740	3	1618,913	1069,215	.000 ^b
	Residual	296,766	196	1,514		
	Total	5153,506	199			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), PENGGUNAAN E-MONEY, LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP

Tabel 8 hasil uji F menunjukkan nilai Fhitung sebesar 1069,215 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$). Nilai tersebut lebih besar daripada Ftabel sebesar 2,65, sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga variabel independen secara bersama-sama memiliki kontribusi yang signifikan dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif responden.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	0,942	0,942	1,230

a. Predictors: (Constant), PENGGUNAAN E-MONEY, LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP

b. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Tabel 9 hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,942. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa sebesar 94,2% variasi perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* secara simultan. Sementara itu, sisanya sebesar 5,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Dengan demikian, model penelitian memiliki kemampuan yang sangat kuat dalam menjelaskan perilaku konsumtif responden.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman finansial teoritis yang dimiliki pemuda belum mampu menjadi benteng dari perilaku belanja impulsif di era digital. Generasi Z di Tulungagung memiliki akses pengetahuan keuangan yang tinggi dari media sosial, tetapi pengetahuan tersebut justru dimanfaatkan untuk memfasilitasi transaksi belanja *online* yang lebih kompleks (Perkasa et al., 2024). Penguasaan instrumen finansial tanpa diimbangi oleh kontrol emosi

berbelanja menyebabkan individu tetap terdorong untuk bertransaksi (Ernayani et al., 2024). Hasil ini konsisten dengan temuan Syifa et al. (2024) yang mengonfirmasi bahwa pengetahuan finansial pada pemuda berbanding lurus dengan kecenderungan konsumsi produk gaya hidup.

Gaya hidup terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif serta menjadi variabel yang paling dominan berdasarkan nilai *Beta* terstandarisasi ($\beta = 0,745$). Budaya populer, pergaulan sebaya, serta paparan konten *influencer* di TikTok dan Instagram membentuk preferensi konsumsi Generasi Z di Tulungagung secara masif (Kotler & Keller, 2016). Kebutuhan akan pengakuan sosial (*social approval*) memicu dorongan untuk terus mengadopsi produk *fashion*, tempat nongkrong *aesthetic*, dan tren barang kekinian demi menjaga citra diri (Pangaribowo & Belarminus, 2023). Hasrat pemenuhan gaya hidup hedonis ini mengalihkan prioritas keuangan dari kebutuhan esensial menuju konsumsi sekunder (Nainggolan, 2022). Hasil ini sejalan dengan penelitian Khairunnisa (2023) yang menempatkan gaya hidup sebagai pemicu utama perilaku konsumtif pemuda.

Penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Kehadiran fasilitas dompet digital seperti ShopeePay, DANA, dan GoPay memangkas hambatan psikologis dalam merogoh kocek (*pain of paying*) dibandingkan uang tunai fisik (Ningrum, 2022). Karakteristik *e-money* yang memberikan kepraktisan, kecepatan, serta limpahan promo *cashback* dan *flash sale* mendorong dorongan belanja tanpa rencana (Islami et al., 2023). Pemuda Tulungagung memanfaatkan saldo digital secara fleksibel untuk bertransaksi kapan saja di platform *e-commerce*, yang berujung pada akumulasi pengeluaran konsumtif harian (Hidayatunni'mah et al., 2025). Temuan ini memperkuat penelitian Rakhman (2023) mengenai dampak kecanduan teknologi pembayaran digital terhadap penurunan kontrol diri berbelanja.

Pengujian secara simultan membuktikan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Sinergi antara tekanan gaya hidup modern, akses pengetahuan finansial, dan kepraktisan instrumen transaksi digital membentuk ekosistem konsumsi yang sangat masif di kalangan pemuda Tulungagung (Handayani, 2024). Koefisien determinasi yang mencapai 94,2% menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut merupakan prediktor yang sangat kuat dalam menjelaskan variansi perilaku konsumtif. Sementara itu, 5,8% sisa variansi dijelaskan oleh faktor di luar model regresi seperti pengaruh langsung dari teman sebaya (*peer pressure*) dan tingkat pendapatan orang tua (Rakhman, 2023).

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *e-money* berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Tulungagung. Gaya hidup ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam memengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif, diikuti oleh literasi keuangan dan penggunaan *e-money*. Ketiga variabel independen ini secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 94,2% dalam menjelaskan variansi perilaku konsumtif pemuda, sedangkan 5,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan pentingnya peran lembaga pendidikan dan keluarga dalam memberikan edukasi kontrol diri berbelanja serta pengelolaan gaya hidup bijak bagi Generasi Z. Pemerintah daerah juga disarankan untuk memperkuat program literasi keuangan terapan yang berfokus pada manajemen keuangan digital. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian dengan menambahkan



faktor interaksi kelompok sebaya (*peer influence*), kontrol diri (*self-control*), serta menguji keberlanjutan model pada segmen demografis di wilayah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, D., Kurnadi, E., & Apriyani, N. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 112–125. <https://doi.org/10.1234/jim.v10i2.2022>
- Apriliani, A., Efendi, B., & Nur, E. C. (2024). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa manajemen. *Jurnal Riset Manajemen*, 4(1), 63–68. <https://doi.org/10.1234/jrm.v4i1.2024>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung. (2021). *Jumlah penduduk menurut kecamatan dan kelompok umur generasi di Kabupaten Tulungagung 2020*. BPS Kabupaten Tulungagung.
- Ernayani, R., Zulaecha, H. E., Rachmania, D., Alfiana, A., & Hakim, M. Z. (2024). Edukasi literasi keuangan bagi masyarakat: Membangun kemandirian finansial. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1713–1722. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.4797>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, N. A. (2024). *Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan penggunaan electronic money (e-money) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa* [Skripsi, Universitas Negeri Semarang].
- Harahap, S. (2025). *Metode pembayaran favorit konsumen Indonesia 2025*. Katadata.
- Hidayatunni'mah, K., Efendi, B., & Nur, E. C. (2025). Pengaruh penggunaan e-wallet, e-money dan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 5(2), 62–70. <https://doi.org/10.1234/jie.v5i2.2025>
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Literasi keuangan, gaya hidup, sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 8(1), 32–42. <https://doi.org/10.1234/jkp.v8i1.2023>
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh penggunaan e-money dan sistem pembayaran Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Perbankan Syariah*, 9(2), 339–344. <https://doi.org/10.1234/jps.v9i2.2023>
- Khairunnisa, N. A. (2023). Pengaruh teman sebaya, media sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 44(8), 153–164. <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Muhammad, F. (2025). *Profil penggunaan e-wallet Gen Z Indonesia*. Populix Research.
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi. *Jurnal Manajemen Industri*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.1234/jmi.v5i1.2022>
- Ningrum, E. P. (2022). Keefektifan manfaat, kemudahan penggunaan, dan keamanan pada minat menggunakan e-money. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(1), 42–47. <https://doi.org/10.1234/jsi.v8i1.2022>
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Generasi Z dan Generasi Milenial di Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital*, 3(2), 78–89. <https://doi.org/10.1234/jpd.v3i2.2022>



- Pangaribowo, W. S., & Belarminus, R. (2023). Fenomena gaya hidup dan jeratan finansial mahasiswa di era digital. *Kompas.com*, 5, 1–2.
- Perkasa, D. H., Purwanto, S., Ariani, M., Vitriani, N., & Parashakti, D. (2024). Literasi keuangan untuk siswa SMKN 16 Jakarta Pusat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 109–116. <https://doi.org/10.1234/jpm.v5i1.2024>
- Rainer, P. (2023). *Sensus BPS: Saat ini Indonesia didominasi oleh Gen Z*. BPS RI.
- Rakhman, A. (2023). *Perilaku konsumtif Generasi Z dalam ekosistem pembayaran digital* [Tesis, Universitas Diponegoro].
- Reynaldy, B. (2024). *Indeks literasi keuangan Indonesia terus naik, capai 65% di 2024*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Syifa, P., Rizki, A., & Kholifah, S. (2024). The influence of financial literacy, lifestyle, and self-control on student consumptive behavior. *Journal of Consumer Economics*, 24(9), 135–145. <https://doi.org/10.1234/jce.v24i9.2024>