

Determinan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z: Peran literasi keuangan dan gaya hidup modern

Catur Erviana Setyaningsih^{1*}, Erlinda Sholihah¹, Risma Nurhapsari²

¹Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

²Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Studi Ekonomi Modern, Indonesia

*) Korespondensi (e-mail: caturerviana34@gmail.com)

Abstract

Consumptive behavior is the tendency to purchase goods or services based on personal desires rather than rational needs, which is a concern in Ngawi Regency as one of the areas with a high poverty rate in East Java, especially among Generation Z who are vulnerable to excessive consumption. This study aims to analyze the influence of financial literacy and lifestyle on the consumptive behavior of Generation Z students in Ngawi Regency. The study uses an explanatory quantitative approach with the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis technique using SmartPLS 4. Data were obtained through primary and secondary sources from Generation Z students at universities in Ngawi Regency. The results show that financial literacy and lifestyle have a positive and significant effect on the consumptive behavior of Generation Z students. These findings indicate that student consumptive behavior is influenced by the ability to manage finances and lifestyle patterns of individuals.

Keywords: Financial literacy, Lifestyle, Consumptive behavior, Generation Z

Abstrak

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan membeli barang atau jasa berdasarkan keinginan pribadi dibandingkan kebutuhan rasional, yang menjadi perhatian di Kabupaten Ngawi sebagai salah satu daerah dengan tingkat kemiskinan tinggi di Jawa Timur, terutama pada Generasi Z yang rentan terhadap konsumsi berlebihan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kabupaten Ngawi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan teknik analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) menggunakan SmartPLS 4. Data diperoleh melalui sumber primer dan sekunder dari mahasiswa Generasi Z di perguruan tinggi Kabupaten Ngawi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh positif serta signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan keuangan dan pola gaya hidup yang dimiliki individu.

Kata kunci: Literasi keuangan, Gaya hidup, Perilaku konsumtif, Mahasiswa Gen Z

How to cite: Setyaningsih, C. E., Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2026). Determinan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z: Peran literasi keuangan dan gaya hidup modern. *Journal of Management and Digital Business*, 6(2), 1067–1080. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v6i2.2842>



1. Pendahuluan

Perkembangan gaya hidup modern mendorong perilaku konsumsi yang melampaui kebutuhan rasional dan lebih didasarkan pada keinginan, gengsi, serta orientasi pada kemewahan, sehingga Gen Z cenderung terlibat dalam aktivitas seperti travelling, konsumsi makanan mahal, dan pembelian produk bermerek sebagai bagian dari pembentukan identitas diri. Pola konsumsi yang tidak terkontrol berpotensi menimbulkan tekanan finansial pada usia muda, di mana manajemen keuangan yang buruk dapat berdampak pada instabilitas keuangan jangka panjang termasuk risiko utang dan rendahnya kesiapan ekonomi (Subagyo & Dwiridotjahjono, 2021). Gaya hidup menggambarkan cara individu mempraktikkan kehidupan sehari-hari yang terlihat melalui kegiatan yang dilakukan, minat yang dimiliki, serta pandangan atau sikap yang dianut yang dipengaruhi oleh faktor demografis seperti usia, pendidikan, dan pendapatan, serta faktor psikologis seperti motivasi, sikap, persepsi, dan kepribadian (Asisi, 2020).

Perilaku konsumtif merupakan salah satu konsekuensi dari gaya hidup modern yang berkembang pesat, khususnya di kalangan Gen Z. Azsahrah et al. (2023) mendefinisikan perilaku konsumtif merujuk pada hasrat individu dalam melakukan pembelian barang dan jasa secara berlebihan hingga melebihi kemampuan keuangan yang dimiliki. Sementara itu, Dzakiyyah et al. (2022) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian yang tidak rasional terhadap barang atau jasa yang bukan kebutuhan primer, yang dilakukan secara berlebihan semata-mata untuk kesenangan, kepuasan pribadi dan gengsi sosial. Fatmawatie (2022) menambahkan bahwa perilaku konsumtif sering kali dipicu oleh rasa ingin tahu terhadap produk baru, keinginan untuk mengikuti tren, ketertarikan terhadap diskon, serta dorongan untuk beralih dari merek yang biasa digunakan.

Berbagai hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif terbentuk dari perpaduan antara faktor internal individu dan pengaruh eksternal dari lingkungan sekitar. Penelitian dari Luas et al. (2023) pada mahasiswa menunjukkan bahwa faktor psikologis individu, lingkungan sosial, serta pengaruh media memiliki kontribusi signifikan terhadap munculnya perilaku konsumtif. Media sosial berperan sebagai saluran utama yang memperkuat budaya konsumsi melalui endorsemen influencer, iklan terselubung, serta fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yang mendorong individu untuk terus mengikuti perkembangan tren guna menghindari perasaan tertinggal dalam lingkungan sosial.

Dalam menghadapi kondisi tersebut, literasi keuangan menjadi aspek krusial yang berperan dalam membentuk perilaku finansial individu. Literasi keuangan merupakan kombinasi dari pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kepercayaan diri yang membentuk cara pandang serta tindakan seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang tepat (Sholihah et al., 2023). Individu dengan literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta investasi secara efektif guna mencapai stabilitas ekonomi pribadi. Arianti (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan berhubungan erat dengan kemampuan

pengelolaan keuangan, di mana peningkatan pemahaman finansial seseorang sejalan dengan semakin baiknya kemampuan dalam mengatur keuangan pribadi.

Namun, realita di lapangan memperlihatkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa di Indonesia masih relatif rendah, terutama di daerah non perkotaan. Berdasarkan data dari OJK (2023), indeks literasi keuangan nasional hanya mencapai 49,68%, yang mengindikasikan masih adanya kesenjangan literasi keuangan antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Kabupaten Ngawi termasuk dalam sepuluh kabupaten termiskin di Provinsi Jawa Timur dengan persentase penduduk di bawah garis kemiskinan sebesar 13,62% (Darmawan, 2026).

Kondisi ekonomi dan keterbatasan akses pendidikan ini berpotensi menghambat kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara optimal. Paradoks sosial ekonomi muncul ketika mahasiswa Gen Z yang berasal dari keluarga berpenghasilan rendah justru terpapar secara intensif oleh gaya hidup konsumtif melalui media sosial dan platform digital. Paparan tersebut mendorong penggunaan layanan pinjaman online (pinjol) sebagai solusi instan untuk memenuhi kebutuhan konsumsi. Fenomena ini mencerminkan rendahnya literasi keuangan serta lemahnya pengendalian diri dalam pengambilan keputusan finansial (Lusardi & Mitchell, 2014). Di Jawa Timur, fenomena pinjaman online semakin mengkhawatirkan, di mana Provinsi ini menduduki peringkat tiga nasional sebagai pengguna aktif pinjol (Anggraeni, 2024). Meskipun data spesifik terkait jumlah mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi yang terjerat pinjaman online belum tersedia secara eksplisit, laporan kasus lokal menunjukkan adanya peningkatan permasalahan finansial akibat konsumsi berlebihan dan minimnya pemahaman terhadap risiko keuangan digital (Setiawan, 2026).

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi aktual dan kondisi ideal. Idealnya mahasiswa sebagai generasi penerus bangsa diharapkan memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai serta mampu menerapkan gaya hidup yang sesuai dengan kemampuan keuangan masing-masing (Anggarini et al., 2021). Dalam konteks pendidikan tinggi, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk menguasai ilmu pengetahuan dan keterampilan akademik, tetapi juga memiliki kecakapan hidup, termasuk kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi agar terhindar dari risiko instabilitas ekonomi di masa depan (Lusardi & Mitchell, 2007). Pada kenyataannya, rendahnya literasi keuangan di kalangan mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi belum mampu mengimbangi derasnya pengaruh gaya hidup konsumtif global yang disebarluaskan melalui media sosial. Banyak mahasiswa tetap mengadopsi pola konsumsi modern meskipun berada dalam lingkungan ekonomi yang terbatas, sehingga meningkatkan risiko perilaku konsumtif yang tidak produktif (Rahayu, 2022). Fenomena ini menunjukkan adanya permasalahan aktual yang perlu mendapatkan perhatian khusus, yaitu keterbatasan literasi keuangan yang berdampak signifikan terhadap gaya hidup dan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z.

Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan hasil yang belum konsisten. Ramadhani (2020) menemukan

bahwa literasi keuangan pengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sementara, Hakim (2021) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengelola pengeluaran. Perbedaan temuan tersebut mengindikasikan bahwa ikatan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh konteks sosial ekonomi dan karakteristik responden. Selain itu, penelitian terdahulu masih didominasi oleh kajian di wilayah perkotaan, sehingga studi empiris di tingkat Kabupaten dengan keterbatasan ekonomi seperti Kabupaten Ngawi masih terbatas dan memerlukan kajian lebih lanjut.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memberikan kontribusi empiris dalam memahami peran literasi keuangan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya literasi keuangan dalam membentuk gaya hidup yang sehat dan berkelanjutan. Selain itu, temuan ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan dalam perumusan dan pengembangan program keuangan berbasis lokal yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik mahasiswa daerah, sehingga mampu menjembatani kesenjangan antara tuntutan gaya hidup modern dan realitas kemampuan finansial mahasiswa Gen Z.

2. Tinjauan Pustaka

Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) menempatkan sebagai prediktor utama perilaku individu (Ajzen, 1991). Intensi dipengaruhi oleh sikap individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif, serta kontrol perilaku yang dipersepsikan, yang masing-masing mencerminkan penilaian individu atas dampak tindakan, pengaruh sosial yang dirasakan, serta persepsi mengenai kemudahan atau kesulitan dalam melakukan perilaku tersebut (Ajzen, 1991; Pangestika & Prasastyo, 2017). Selain memengaruhi intensi, kontrol perilaku yang dipersepsikan juga dapat berpengaruh langsung terhadap perilaku aktual, sehingga TPB relevan untuk menjelaskan dan memprediksi berbagai bentuk perilaku, termasuk perilaku konsumsi dan pengambilan keputusan finansial seperti pada studi ini (Al-Nahdi et al., 2015).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Mujahidah (2022) merupakan perilaku pembelian barang atau jasa yang dilakukan secara berlebihan tanpa didasari pertimbangan yang rasional, bukan lagi didasarkan pada kebutuhan primer, melainkan untuk memenuhi gaya hidup dan keinginan tampil mewah. Selanjutnya, Rafidah et al. (2022) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif berkaitan erat dengan upaya individu dalam membangun citra diri, di mana kepemilikan barang tertentu dipandang mampu memengaruhi penilaian orang lain, sehingga individu terus berusaha memperoleh kepuasan melalui konsumsi barang-barang baru yang bersifat mewah.

Berdasarkan teori perilaku konsumtif, penyebab utama perilaku ini meliputi keinginan membeli secara berlebihan, pembelian impulsif, pembelian tanpa perencanaan, serta orientasi pada pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan

rasionalnya, yang juga dipengaruhi oleh faktor dorongan sosial, impuls belanja, dan pengaruh lingkungan. Sumartono (2002) mengemukakan bahwa indikator perilaku konsumtif meliputi pembelian karena iming-iming hadiah, kemasan yang menarik, gengsi atau penampilan, orientasi pada harga tren dibandingkan manfaat, simbol status sosial, pengaruh figur iklan atau influencer, persepsi bahwa produk berharga tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri, serta kecenderungan mencoba berbagai merek tanpa didasari kebutuhan yang jelas.

Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, pemahaman, keterampilan, dan sikap dalam mengelola konsep serta risiko keuangan guna mendukung pengambilan keputusan yang efektif dan meningkatkan kesejahteraan individu maupun masyarakat (OECD, 2022). Literasi keuangan mencakup pemahaman, keterampilan, serta keyakinan individu yang membentuk sikap dan perilaku dalam mengambil keputusan serta mengelola keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial (Sholihah & Nurhapsari, 2023). Namun demikian, pada era digital literasi keuangan tidak selalu diikuti dengan perilaku keuangan yang bijak. Individu ini yang memiliki pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan digital dapat menjadi lebih aktif menggunakan e-wallet, paylater, marketplace, maupun layanan kredit digital lainnya (Fatmawatie, 2022). Kondisi ini dapat meningkatkan intensitas konsumsi apabila tidak disertai control diri dan manajemen keuangan yang baik. Adapun indikator literasi keuangan menurut Lusardi & Mitchell (2014) meliputi pengetahuan dasar pengelolaan keuangan, tabungan, investasi, dan asuransi.

H1: Terdapat hubungan positif signifikan antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi.

Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif

Penelitian yang dilakukan oleh Rohmanto & Susanti (2021), teori gaya hidup ini dikembangkan oleh Hindeleng, Gottfredson & Garafalo pada tahun 1978 yang menjelaskan tentang pola hidup atau kegiatan rutin yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup menggambarkan cara individu menjalani kehidupan, termasuk bagaimana mereka membelanjakan uang dan mengalokasikan waktu yang tercermin dalam pola aktivitas minat, dan opini. Dalam konteks konsumsi, gaya hidup dapat mencerminkan kecenderungan konsumtif yang menunjukkan pilihan seseorang dalam menggunakan waktu dan sumber daya finansialnya. Selain itu, gaya hidup sering kali tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan dipengaruhi oleh dorongan untuk mengikuti tren dan tidak ingin tertinggal dari orang lain, sehingga memicu perilaku konsumsi yang bersifat kompetitif dan berorientasi pada tren (Thamrin & Saleh, 2021). Menurut penelitian Kotler & Keller (2021), terdapat tiga indikator gaya hidup, yakni: aktivitas, minat, dan opini.

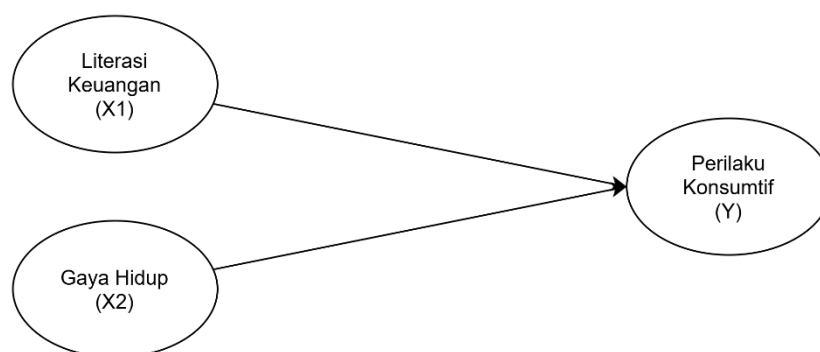
H2: Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif eksplanatori untuk mengkaji pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Populasi penelitian berjumlah 3.907 mahasiswa yang terdiri dari Perguruan Tinggi Negeri dan Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Ngawi PDDikti (2024). Peneliti mengumpulkan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, yang didasarkan pada kriteria mahasiswa Gen Z yang berumur 18-26 tahun, sedang menempuh pendidikan tinggi di Kabupaten Ngawi dan memiliki karakteristik sebagai digital native. Untuk menghitung ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan ketika ukuran populasi sudah diketahui.

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus slovin dengan *margin of error* sebesar 0.1 atau 10%, ukuran sampel sebesar 97,50 yang diperoleh dari populasi sebanyak 3.907 mahasiswa, untuk optimalisasi hasil analisa maka peneliti bulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala likert 5 poin dan observasi, dengan sumber data primer dari responden mahasiswa serta data sekunder dari literatur dan publikasi terkait (Sugiyono, 2019).

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling – Partial Least Squares* (SEM – PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antar variabel laten. Evaluasi model meliputi outer model serta inner model untuk menilai kekuatan dan kemampuan prediktif model (Ghozali, 2021). SEM-PLS merupakan metode yang efisien untuk ukuran sampel kecil dan model yang kompleks, dengan asumsi distribusi data yang relatif longgar, serta mampu menganalisis model pengukuran reflektif dan formatif, termasuk variabel laten dengan satu indikator tanpa masalah identifikasi. Pendekatan ini bertujuan untuk memaksimalkan varians variabel laten yang dijelaskan oleh variabel prediktor, sehingga sesuai untuk menganalisis hubungan kausal dan signifikansi antar variabel dalam penelitian (Sholihin & Ratmono, 2021). Adapun model penelitian sebagaimana Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Model penelitian ini menjelaskan hubungan kausal antara variable independent yaitu literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap variable dependen yaitu perilaku konsumtif (Y) mahasiswa Gen Z di Kab upaten Ngawi. Model penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh langsung literasi keuangan dan gaya hidup

terhadap perilaku konsumtif menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS), maka model penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Literasi Keuangan (X1)	Kemampuan individu memahami dan mengelola keuangan secara efektif dalam pengambilan keputusan finansial	Pengetahuan dasar keuangan, tabungan, investasi, asuransi	Lusardi & Mitchell, (2014)
Gaya Hidup (X2)	Pola hidup individu yang tercermin melalui aktivitas, minat, dan opini dalam kehidupan sehari-hari	Activity, interest, opinion	Kotler & Keller, (2021)
Perilaku Konsumtif (Y)	Perilaku pembelian berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan dibanding kebutuhan rasional	Pembelian impulsive, gengsi, mengikuti tren, tertarik diskon, symbol status	Sumartono, (2002)

Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas konvergen menggunakan nilai outer loading, uji validitas diskriminan menggunakan Fornell-Larcker Criterion, uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE), serta uji multikolinearitas menggunakan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Selanjutnya, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis bootstrapping dengan melihat nilai path coefficient, t-statistic, dan p-value. Selain itu, dilakukan pengujian nilai R-Square dan F-Square untuk mengetahui kemampuan prediktif model dan besar pengaruh antar variable.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil penelitian

Profil Responden

Tabel 2. Profil Responden

Profil	Deskripsi	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin	Laki-laki	40	40%
	Perempuan	60	60%
Usia Responden	18 – 22	37	37%
	23 - 26	63	63%
Perguruan Tinggi	Akademi Keperawatan Pemerintah Kabupaten Ngawi	9	9%
	Institut Agama Islam Ngawi	27	27%
	STAI Ma'arif Kendal Ngawi	15	15%
	STIT Islamiyah Karya Pembangunan Paron Ngawi	5	5%
	STIT Muhammadiyah Tempurejo Ngawi	15	15%
	STKIP Modern Ngawi	20	20%
	Universitas Soerjo	9	9%
Sumber Penghasilan	Beasiswa	27	27%
	Bekerja paruh waktu	24	24%
	Orang tua	25	25%
	Lainnya	24	24%
Rata-rata uang saku per bulan	<Rp500.000	33	33%
	Rp500.000 – Rp1.000.000	34	34%
	>Rp1.000.000	33	33%
Frekuensi pembelian terencana	< 3 kali	24	24%
	3 – 6 kali	26	26%
	7 – 10 kali	26	26%
	> 10 kali	24	24%
Jenis barang yang sering dibeli	Primer	49	49%
	Sekunder	51	51%

Sumber: Data asli responden (2025)

Objek penelitian ini adalah mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur yang di pilih karena karakteristik demografis dan sosial ekonomi yang relevan untuk mengkaji literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku konsumtif. Penelitian ini melibatkan 100 responden dari berbagai perguruan tinggi, didominasi perempuan (60%) yang berusia 23-26 tahun sebanyak 63%. Adapun sumber penghasilan mereka banyak didominasi oleh beasiswa sebanyak 27% dan uang saku sejumlah RP500.000 – Rp1.000.000 sebanyak 34%. Hasil deskriptif menunjukkan tingginya frekuensi pembelian tidak terencana, yakni data yang dihasilkan mayoritas sebanyak 7 – 10 kali (26%) serta pola konsumsi barang primer dan sekunder yang relatif seimbang, yang mencerminkan karakteristik perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi.

Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Perilaku Konsumtif		Literasi Keuangan		Gaya Hidup	
<i>Item</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Item</i>	<i>Outer Loading</i>	<i>Item</i>	<i>Outer Loading</i>
Y.1	0,907	X1.1	0,903	X2.1	0,925
Y.2	0,886	X1.2	0,940	X2.2	0,918
Y.3	0,903	X1.3	0,910	X2.3	0,922
Y.4	0,908	X1.4	0,886	X2.4	0,915
Y.5	0,927	X1.5	0,907	X2.5	0,913
Y.6	0,899	X1.6	0,897	X2.6	0,924
Y.7	0,892	X1.7	0,896	X2.7	0,909
Y.8	0,888	X1.8	0,899	X2.8	0,897
Y.9	0,914				
Y.10	0,904				
Y.11	0,889				

Hasil dari uji validitas menunjukkan seluruh indikator memiliki outer loading > 0,7, sehingga seluruh konstruk dinyatakan valid dan layak digunakan dalam analisis inner model .

Uji Validitas Diskriminan

Tabel 4.Fornell-Larcker Criterion

	Literasi Keuangan	Gaya Hidup	Perilaku Konsumtif
Literasi Keuangan	0,905		
Gaya Hidup	0,969	0,915	
Perilaku Konsumtif	0,980	0,969	0,903

Berdasarkan uji validitas deskriminan menggunakan Fornell-Larcker Criterion, nilai akar AVE pada masing-masing variable masih lebih rendah dibanding beberapa nilai korelasi antar konstruk. Hasil ini menunjukkan bahwa validitas deskriminan belum sepenuhnya terpenuhi secara optimal karena antar variabel masih memiliki hubungan yang sangat tinggi.

Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 5, seluruh indicator memiliki nilai VIF di bawah 10, sehingga model tidak mengalami masalah multikolinearitas yang serius. Nilai VIF pada variable literasi keuangan berkisar 4,074-7,245, gaya hidup

4,753-7,162, dan perilaku konsumtif 4,288-9,206. Nilai tertinggi terdapat pada indikator Y.5 sebesar 9,206, namun masih dalam batas yang dapat diterima.

Tabel 5. Collinearity Statistics (VIF)

Perilaku konsumtif		Literasi Keuangan		Gaya Hidup	
Item	VIF	Item	VIF	Item	VIF
Y.1	6,399	X1.1	4,937	X2.1	7,162
Y.2	4,288	X1.2	7,245	X2.2	6,430
Y.3	6,069	X1.3	4,745	X2.3	6,006
Y.4	5,205	X1.4	4,074	X2.4	5,176
Y.5	9,206	X1.5	5,120	X2.5	5,755
Y.6	5,633	X1.6	4,769	X2.6	6,419
Y.7	4,400	X1.7	4,571	X2.7	4,967
Y.8	4,762	X1.8	4,833	X2.8	4,753
Y.9	7,147				
Y.10	5,369				
Y.11	6,267				

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Indikator	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho a)	Composite Reliability (rho c)	AVE	Informasi
Literasi Keuangan	0,968	0,969	0,973	0,819	Reliabel
Gaya Hidup	0,972	0,972	0,976	0,838	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,977	0,977	0,980	0,813	Reliabel

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang sangat baik yang dapat dilihat dari nilai yang berada jauh di atas kriteria minimum 0,70, sehingga seluruh instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam proses analisis lebih lanjut.

Uji Hipotesis

Tabel 7. Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Estimasi			Informasi
		Pat Coefficient	t-statistic	p-value	
H1	Literasi keuangan → Perilaku Konsumtif	0,668	5,826	0,000	Diterima
H2	Gaya hidup → Perilaku Konsumtif	0,322	2,820	0,005	Diterima

Pada H1, hasil menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,668 dengan t-statistic 5,826 dan p-value 0,000, yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Dengan demikian, H1 diterima. Sebagaimana H2, diperoleh nilai path coefficient sebesar 0,322 dengan t-statistic 2,827 dan p-value 0,005, menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Dengan demikian, H2 diterima.

Uji F-Square

Tabel 8. Uji F-Square

Hubungan Variabel	F-Square
Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	0,807
Gaya hidup → Perilaku Konsumtif	0,187

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai sebesar 0,807, sedangkan gaya hidup (X2) memiliki pengaruh sedang yakni dengan nilai 0,187. Dengan demikian, literasi keuangan lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi.

Uji R-Square

Tabel 9. Uji R-Square

Variabel	R-Square
Perilaku Konsumtif	0,966

Nilai R-Square sebesar 0.966 menunjukkan bahwa literasi keuangan (X1) dan gaya hidup (X2) secara simultan menjelaskan 96,6% variasi perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi, sedangkan 3,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat.

4.2. Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian menjelaskan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki pemahaman keuangan yang baik belum tentu mampu mengendalikan perilaku konsumtif secara optimal. Pada era digital, pengetahuan keuangan sering kali justru mempermudah individu dalam memanfaatkan berbagai layanan keuangan diital seperti e-wallet, paylater, maupun marketplace untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan gaya hidup modern. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa literasi keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan, tetapi juga memerlukan pengendalian diri dalam penerapannya.

Selain itu, karakteristik Gen Z sebagai digital native dengan intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial dan transaksi digital turut mendorong perilaku konsumtif yang cepat dan impulsif, hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan masih sebatas pengetahuan dan belum sepenuhnya diikuti pengendalian diri dalam konsumsi. Karena tanpa pengendalian diri, pemahaman keuangan justru dapat meningkatkan konsumsi sehingga mahasiswa cenderung memanfaatkan layanan keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup modern. Temuan ini sejalan dengan penelitian dari Al Maida (2025) dan Oktaviani et al. (2023), serta mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa literasi keuangan membentuk sikap, meningkatkan kontrol diri, dan membantu menekan pengaruh sosial dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi. Gaya hidup modern berkembang di kalangan mahasiswa mendorong individu untuk mengikuti tren yang sedang populer, baik dalam bidang fashion, kuliner, hiburan, maupun penggunaan teknologi digital. Kehadiran media social turut memperkuat kecenderungan tersebut karena mahasiswa cenderung menjadikan lingkungan social dan influencer sebagai referensi dalam menentukan pola konsumsi. Akibatnya, pembelian barang sering kali dilakukan bukan berdasarkan kebutuhan utama, melainkan demi menjaga citra diri, mengikuti perkembangan tren, dan memperoleh pengakuan social dari lingkungan sekitar.

Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya hidup telah menjadi bagian penting dalam pembentukan identitas social mahasiswa Gen Z. Semakin tinggi orientasi individu terhadap gaya hidup modern, maka semakin besar pula kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsive dan konsumsi berlebihan. Selain factor lingkungan social, kemudahan akses belanja online, promo digital, serta penggunaan pembayaran non tunai juga dapat meningkatkan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan penelitian ini sejalan dengan Sari et al. (2023) dan Subagyo & Dwiridotjahjono (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi muda. Hasil ini juga mendukung *Theory of Planned Behavior* yang menjelaskan bahwa perilaku konsumsi individu dipengaruhi oleh sikap terhadap konsumsi, tekanan social, serta persepsi control perilaku dalam kehidupan sehari-hari.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, literasi keuangan dan gaya hidup terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Kabupaten Ngawi, di mana literasi keuangan yang baik membantu mahasiswa lebih rasional dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, sedangkan gaya hidup modern cenderung meningkatkan perilaku konsumtif melalui pengaruh tren, media sosial, dan tekanan lingkungan. Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang menegaskan bahwa perilaku konsumtif dibentuk oleh interaksi sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol diri.

Hasil penelitian menyatakan bahwa literasi keuangan dan pengelolaan gaya hidup berperan penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z, dengan nilai R-Square yang sangat tinggi sebesar 96,6% yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat. Namun demikian, nilai tersebut tergolong sangat tinggi untuk penelitian social, sehingga perlu dicermati secara kritis. Kondisi ini dimungkinkan terjadi karena adanya kesamaan karakteristik antar indikator pada variable gaya hidup dan perilaku konsumtif yang memiliki keterkaitan konsep yang cukup dekat. Temuan ini mengimplikasikan perlunya penguatan edukasi keuangan di perguruan tinggi serta pembinaan kontrol diri agar mahasiswa mampu menghadapi pengaruh media sosial, tren konsumsi, dan tekanan lingkungan, serta menjadi dasar bagi perencanaan program literasi keuangan dan kampanye gaya hidup bijak bagi

generasi muda. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan responden yang hanya melibatkan mahasiswa Generasi Z di Kabupaten Ngawi, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan secara luas. Selain itu penelitian ini menggunakan variabel yang terbatas, sementara perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh banyak faktor yang belum diteliti selain dari faktor literasi keuangan dan gaya hidup.

Ucapan Terima kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penelitian.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al-Nahdi, T. S., Habib, S. A., Bakar, A. H. A., Bahkalah, M. S., Ghazzawi, O. H., & Al-Attas, H. A. (2015). The effect of attitude, dimensions of subjective norm, and perceived behavior control, on the intention to purchase real estate in Saudi Arabia. *International Journal of Marketing Studies*, 7(5), 120. <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n5p120>
- Al Maida, N. (2025). The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on the Consumptive Behavior: Study On SMK PGRI 7 Students In Malang City. *International Journal of Business, Law, and Education*, 6(2), 1262–1271. <https://doi.org/10.56442/ijble.v6i2.1234>
- Anggarini, D. R., Putri, A. D., & Lina, L. F. (2021). Literasi Keuangan untuk Generasi Z di MAN 1 Pesawaran. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 1(1), 147–152. <https://doi.org/10.54082/jamsi.42>
- Anggraeni, R. (2024). Jawa Timur Susul Jawa Barat dan DKI Jakarta, Ini 10 Provinsi yang Paling Banyak Utang di Pinjol. *Bisnis Indonesia*. https://finansial.bisnis.com/read/20240308/563/1747751/jawa-timur-susul-jawa-barat-dan-dki-jakarta-ini-10-provinsi-yang-paling-banyak-utang-di-pinjol#goog_rewarded
- Arianti, B. F. (2021). Literasi keuangan (teori dan implementasinya). CV. *Pena Persada*.
- Asisi, I. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118. <https://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/671>
- Azsahrah, S., Jasman, J., & Ardhana, M. A. (2023). The Effect Of Financial Literacy And Online Shopping On Student Consumptive Behavior. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 76–82. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.561>
- Darmawan, A. D. (2026). *Statistik Persentase Penduduk Miskin di Kabupaten Ngawi 2015-2024*. Katadata Media Network. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/8e9f7fa6adb8ae0/13-62-penduduk-di-kabupaten-ngawi-masuk-kategori-miskin>

- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Consumptive Behavior of State Senior High School Students in East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 71–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.271>
- Fatmawatie, N. (2022). *E commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares : Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris*. Badan Penerbit Undip.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Intisari manajemen pemasaran. Yogyakarta: Andi.
- Kurnima, K., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(3), 19–29. <https://doi.org/10.37673/jmb.v4i3.1333>
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 13(1), 1–7. <https://doi.org/10.24246/j.js.2023.v13.i1.p1-7>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer Retirement Security: The Roles of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2006.12.001>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mujahidah, A. N. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar). *Indonesian Journal of School Counseling Theory Application and Development*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.26858/ijosc.v1i1.19316>
- OECD. (2022). *Student Financial Literacy*. Oecd.Org. <https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/student-financial-literacy.html>
- OJK. (2023). *4 Tingkat Literasi Keuangan Menurut OJK dan Indikatornya*. Tirto.Id. <https://tirto.id/4-tingkat-literasi-keuangan-menurut-ojk-dan-indikatornya-gPfV>
- 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), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Pangestika, S., & Prasastyo, K. W. (2017). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Kontrol Perilaku Yang Dipersepsikan Terhadap Niat Untuk Membeli Apartemen di DKI Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 19(1a), 249–255. <https://doi.org/10.34208/jba.v19i1a-4.293>
- PDDikti. (2024). *Perguruan Tinggi di Kabupaten Ngawi*. PDDikti.Kemdiktisaintek. <https://pddikti.kemdiktisaintek.go.id/perguruan-tinggi>
- Rafidah, R., Alawiyah, R., & Mulyana, M. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Economina*, 1(1), 49–62. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi Pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>

- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Strata-1 Manajemen Universitas Sumatera Utara). In *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara.
- Rohmanto, F., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis, Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 8(1), 40–48. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v8i1.2057>
- Sari, M. M., Nengsih, T. A., & Sayhrizal, 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/10.55606/jcsrpolitama.v1i2.1165>
- Setiawan, F. A. (2026). *Banyak Mahasiswa Terjerat Pinjol Ilegal, Tuntutan Gaya Hidup Jadi Pemicu Utama*. Jawa Pos Radar Batu. https://radarbatu.jawapos.com/lifestyle/2604050015/banyak-mahasiswa-terjerat-pinjol-ilegal-tuntutan-gaya-hidup-jadi-pemicu-utama#google_vignette
- Sholihah, E., & Nurhapsari, R. (2023). Percepatan Implementasi Digital Payment Pada UMKM: Intensi Pengguna QRIS Berdasarkan Technology Acceptance Model. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.21831/nominal.v12i1.52480>
- Sholihah, E., Nurhapsari, R., & Rohmania, A. S. (2023). The Role Of Literacy And Government Support In Improving MSME Performance Through Digital Financial Services Adoption and Financial Inclusion. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 27(3), 424–436. <https://doi.org/10.26905/jkdp.v27i3.11147>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Penerbit Andi.
- Subagyo, S. E. F., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh Iklan, Konformitas Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna E-commerce Shopee di Kota Mojokerto. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26–39. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.342>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumartono, S. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Alfabeta.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(01), 1–12. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01.1923>