



Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Iza Saniyatun^{1*}, Said², Idris³

¹⁻³Manajemen, Universitas Budi Luhur, Indonesia

*Penulis Korespondensi: 2231500345@student.budiluhur.ac.id

Abstract. *This study aims to analyze the influence of Financial Literacy, the use of Digital Payments, Lifestyle, and Pocket Money on the Consumptive Behavior of Generation Z. The research subjects were students of the Faculty of Economics and Business, Budi Luhur University. This study uses a quantitative approach with a survey method through the distribution of online questionnaires. The population in this study consisted of 1,017 active students of the Faculty of Economics and Business, Budi Luhur University, from the 2022-2025 batch, with a sample size of 100 respondents determined using the Slovin formula and non-probability sampling technique with purposive sampling method. The data obtained were analyzed using SPSS version 25 with multiple linear regression analysis, classical assumption testing, model feasibility testing (F test), t test, and coefficient of determination (R²). The results showed that financial literacy, lifestyle, and pocket money significantly influenced students' consumptive behavior. Meanwhile, the use of Digital Payment does not significantly affect students' Consumptive Behavior. In addition, the results of the model feasibility test (F test) show that Financial Literacy, the use of Digital Payment, Lifestyle, and Pocket Money together significantly affect Consumptive Behavior, so that the regression model is declared feasible for use.*

Keywords: *Consumptive Behavior; Digital Payment; Financial Literacy; Lifestyle; Pocket Money.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Literasi Keuangan, penggunaan Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Objek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner secara online. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 1.017 mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur angkatan 2022-2025, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan program SPSS versi 25 dengan metode analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji kelayakan model (uji F), uji t, dan koefisien determinasi (R²). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Uang Saku berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Sementara itu, penggunaan Penggunaan *Digital Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Selain itu, hasil uji kelayakan modal (uji F) menunjukkan bahwa Literasi Keuangan, penggunaan Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, dan Uang Saku secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sehingga model regresi dinyatakan layak digunakan.

Kata kunci: Gaya Hidup; Literasi Keuangan; Penggunaan *Digital Payment*; Perilaku Konsumtif; Uang Saku.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi digital telah mendorong masyarakat Indonesia, khususnya Generasi Z yang mencapai 212 juta pengguna internet pada Januari 2025, semakin terhubung dengan dunia online dan menunjukkan kecenderungan kuat terhadap perilaku konsumtif yang didorong oleh kemudahan *e-commerce* serta pembayaran digital seperti GoPay, OVO, DANA, dan ShopeePay. Fenomena ini sering kali menyebabkan pengeluaran impulsif yang melebihi kebutuhan dasar, terutama di kalangan mahasiswa yang dipengaruhi oleh gaya hidup dinamis seperti konsep *You Only Live Once* (YOLO) dan *Fear Of Missing Out* (FOMO) serta tekanan status sosial di lingkungan pergaulan. Meskipun literasi keuangan dianggap sebagai alat penting untuk mengendalikan konsumsi berlebihan dengan cara meningkatkan rasionalitas

dalam pengambilan keputusan, kenyataannya masih terdapat kesenjangan antara pemahaman keuangan dengan praktik di kehidupan nyata, di mana penggunaan *digital payment* dan besaran uang saku justru sering kali memperkuat perilaku konsumtif akibat godaan promosi dan kemudahan transaksi. Oleh karena itu, penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Budi Luhur)” penting dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut guna meningkatkan kesadaran dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Teori perilaku konsumen merupakan fondasi penting dalam memahami bagaimana individu membuat keputusan pembelian dan mengalokasikan sumber daya mereka. Menurut Amirullah (2021) dalam Astuti & Mubadillah (2024) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan aktivitas yang dilakukan individu ketika memilih dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen mencakup seluruh rangkaian aktivitas mulai dari pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, hingga perilaku pasca pembelian. Teori ini menjelaskan proses pengambilan keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal.

Menurut Sunyoto (2014) dikutip oleh Mardiyannah & Cipto (2022) mengemukakan bahwa perilaku konsumen (*consumer behaviour*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang/jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentu kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari perilaku konsumen itu: proses pengambilan keputusan, dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang/jasa secara ekonomis.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai tindakan atau kebiasaan seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan dan tidak terencana demi kepuasan semata, gaya hidup mewah, serta pemenuhan keinginan tanpa skala prioritas yang jelas. Perilaku ini dipengaruhi oleh faktor internal yang meliputi motivasi diri, proses belajar, kepribadian, dan gaya hidup, serta faktor eksternal seperti pengaruh kebudayaan, kelas sosial, keluarga, hingga kelompok acuan (Fatmawatie, 2022). Keberadaan perilaku ini dapat diukur melalui indikator-indikator spesifik, antara lain dorongan membeli produk karena mengikuti tren agar tidak

ketinggalan zaman, ketertarikan pada kemasan produk yang menarik, pengaruh diskon atau hadiah, motif untuk menunjukkan status sosial di lingkungan pergaulan, hingga kecenderungan meniru gaya hidup tokoh idola yang menjadi duta merek atau *brand ambassador* (Manalu, 2024).

Literasi Keuangan (X₁)

Literasi keuangan merupakan kemampuan, pengetahuan, dan keterampilan individu dalam memahami serta menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan secara efektif, mulai dari mengelola pendapatan hingga pengambilan keputusan finansial yang bijak demi mencapai kesejahteraan ekonomi (Apriliani, 2024). Kemampuan ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti tingkat pemahaman terhadap produk dan risiko keuangan, serta faktor eksternal berupa akses terhadap informasi dan pelatihan layanan keuangan yang mendorong perubahan perilaku dari konsumtif menjadi produktif. Untuk mengukur tingkat pemahaman tersebut, literasi keuangan dapat dioperasionalkan melalui empat indikator utama, yaitu perencanaan dan prosedur dalam pengelolaan aset, fokus pada pencapaian kesuksesan kapasitas keuangan, prinsip keberlanjutan dalam pemanfaatan layanan lembaga keuangan, serta kemampuan kolaborasi dengan berbagai mitra strategis dalam ekosistem keuangan.

Penggunaan *Digital Payment* (X₂)

Penggunaan pembayaran *digital* didefinisikan sebagai metode transaksi daring yang memanfaatkan jaringan internet, perangkat lunak, dan akun *virtual* untuk memindahkan dana secara elektronik guna menciptakan efisiensi, keamanan, dan fleksibilitas tanpa ketergantungan pada uang tunai (Musthofa *et al.*, 2020). Faktor yang mendorong transformasi keuangan *modern* ini meliputi inovasi teknologi non-tunai yang menawarkan kepraktisan, kecepatan, serta berbagai keuntungan tambahan seperti promo dan potongan harga yang menarik minat pengguna. Keberhasilan adopsi sistem ini dapat diukur melalui indikator persepsi kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), persepsi manfaat (*perceived usefulness*) dalam meningkatkan efektivitas aktivitas, tingkat kepercayaan atau kredibilitas keamanan (*perceived credibility*), pengaruh sosial dari lingkungan sekitar, serta niat pengguna (*behavioral intention*) untuk menggunakan layanan seperti GoPay, ShopeePay, OVO, atau QRIS secara berkelanjutan (Suyanto, 2023).

Gaya Hidup (X₃)

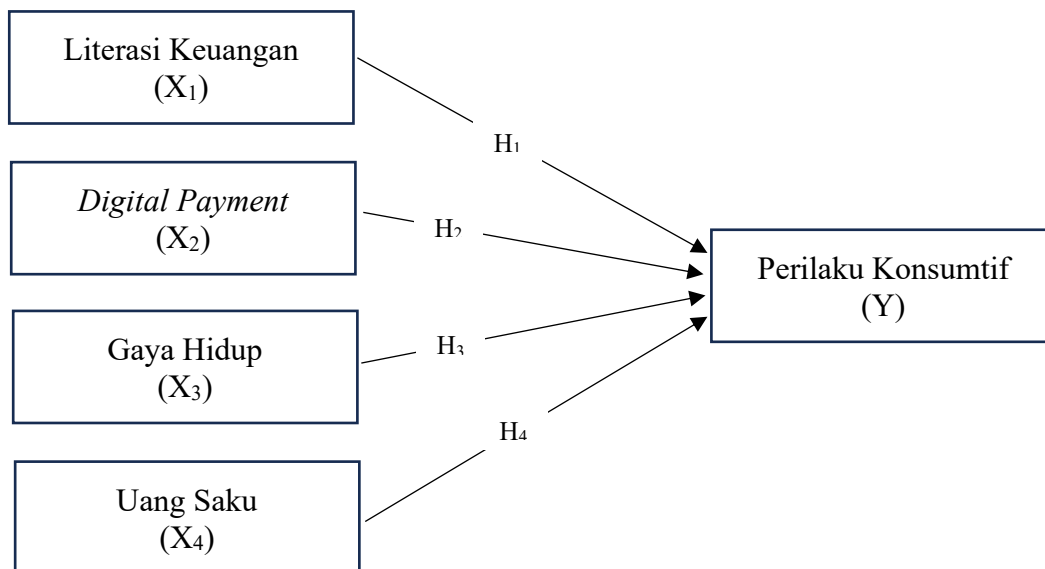
Gaya hidup didefinisikan sebagai pola hidup dinamis yang merefleksikan cara individu mengelola waktu, mengatur keuangan, dan mengekspresikan diri melalui aktivitas, minat, serta opini dalam berinteraksi dengan lingkungan sosialnya (Kotler & Keller, 2012). Berbeda dengan kepribadian yang merupakan sifat dasar, gaya hidup lebih menitikberatkan pada perilaku

sehari-hari yang dibentuk oleh pengaruh lingkungan sosial, budaya, dan nilai-nilai pribadi. Keberadaan gaya hidup ini dapat diukur melalui indikator AIO (*Activities, Interests, Opinions*), yang mencakup kegiatan berupa tindakan nyata dan kebiasaan konsumsi, minat yang menunjukkan tingkat ketertarikan serta prioritas terhadap objek tertentu, dan opini sebagai wujud pandangan individu dalam menanggapi berbagai isu sosial maupun perkembangan global (Irdiana *et al.*, 2021).

Uang Saku (X₄)

Uang saku didefinisikan sebagai sejumlah dana yang diberikan oleh orang tua, beasiswa, atau hasil bekerja untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mahasiswa sekaligus berfungsi sebagai media pembelajaran dalam mengelola keuangan pribadi secara bijak. Sebagai sumber pendapatan utama, besarnya uang saku secara signifikan memengaruhi pola konsumsi dan kemampuan pengendalian diri mahasiswa dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Keberadaan uang saku ini dapat diukur melalui tiga indikator utama, yaitu pendapatan orang tua sebagai sumber daya ekonomi keluarga, pemberian orang tua dalam periode tertentu yang menuntut kemampuan pengelolaan efektif, serta penghasilan tambahan lainnya seperti beasiswa atau hasil usaha yang diperoleh individu untuk menunjang kesejahteraan hidupnya.

Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka Teoritis.

Sumber: Data diolah sendiri

Pengembangan Hipotesis Penelitian

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan berdampak signifikan terhadap perilaku konsumsi, di mana pemahaman finansial yang baik mendorong pengelolaan pengeluaran yang lebih bijak (Maimunah & Suryanti, 2024). Sebaliknya, literasi yang rendah memicu pembelian impulsif dan kurangnya pertimbangan jangka panjang. Mengingat pentingnya pengetahuan finansial dalam menentukan tingkat konsumerisme dan mendukung inklusi keuangan digital, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengaruh Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif

Penggunaan *digital payment* meningkatkan efisiensi dan kenyamanan transaksi, namun kemudahan akses serta berbagai penawaran diskon cenderung mendorong mahasiswa ke arah gaya hidup konsumtif. Penelitian Simarmata *et al.* (2024) mengonfirmasi bahwa pembayaran *digital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif karena memicu keputusan pembelian secara impulsif. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Penggunaan Penggunaan *Digital Payment* berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup mahasiswa yang berorientasi pada tren belanja, koleksi barang bermerek, dan citra sosial mendorong kecenderungan perilaku konsumtif yang tinggi. Perkembangan teknologi digital mempercepat perubahan pola hidup ini, yang sering kali berujung pada konsumsi berlebih demi memenuhi gengsi. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif, sehingga hipotesis yang diajukan adalah:

H3: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

Pengaruh Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif

Besarnya uang saku berbanding lurus dengan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana ketersediaan dana yang lebih besar sering kali memicu pengeluaran untuk hal-hal yang bersifat keinginan daripada kebutuhan pokok. Penelitian Maimunah & Suryanti (2024) mengonfirmasi bahwa uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat konsumsi. Tanpa pengelolaan keuangan yang baik, keleluasaan finansial ini dapat menjebak mahasiswa dalam pola hidup boros dan hedonis. Berdasarkan uraian tersebut, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Uang Saku berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif.

3. METODE PENELITIAN

Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif deskriptif yang berlandaskan filsafat positivisme untuk menguji hipotesis secara terukur dan sistematis (Sugiyono, 2009). Metode ini dipilih karena bersifat objektif, di mana data numerik diolah menggunakan teknik statistik untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis dilakukan melalui regresi linear berganda guna menghasilkan kesimpulan yang akurat, nyata, dan dapat mewakili kondisi populasi yang diteliti.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur yang berjumlah 1.017 orang berdasarkan data resmi Direktorat Administrasi Akademik (Sugiyono, 2023). Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat toleransi kesalahan 10%, yang menghasilkan angka minimum 91,05, namun peneliti menetapkan 100 responden guna meningkatkan representativitas data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria spesifik yaitu mahasiswa aktif berusia 18 hingga 27 tahun yang rutin menggunakan layanan *digital payment* atau *e-commerce*. Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui Google Form untuk memastikan bahwa sampel yang berpartisipasi benar-benar memenuhi kriteria relevan yang telah ditetapkan untuk tujuan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini difokuskan pada penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh data primer melalui observasi, wawancara, dan kuesioner sebagai instrumen utama (Sugiyono, 2023). Peneliti menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring via Google Forms serta luring kepada mahasiswa Universitas Budi Luhur untuk mengukur variabel Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, dan Uang Saku terhadap Perilaku Konsumtif. Data yang terkumpul diukur menggunakan skala *Likert* 1–5, mulai dari kriteria "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju," yang kemudian diolah menggunakan rentang skala 0,80 untuk menginterpretasikan nilai rata-rata responden secara akurat dan objektif.

Operasional Variabel**Tabel 1.** Operasional Variabel.

No	Variabel	Dimensi	Indikator	No Pertanyaan	Skala
1.	Literasi Keuangan (X ₁) (Dinanti & Nesner, 2024)	Pengetahuan	- Pengetahuan dasar tentang keuangan - Kemampuan Menyusun dan mengatur anggaran - Pemahaman terhadap risiko dan investasi	1 - 5	<i>Likert</i>
2.	Penggunaan <i>Digital Payment</i> (X ₂)	Penggunaan	- Frekuensi penggunaan aplikasi - Efektivitas penggunaan <i>Digital Payment</i> - Motivasi penggunaan (Promo/potongan harga) - Persepsi keamanan penggunaan	6 - 10	<i>Likert</i>
3.	Gaya Hidup (X ₃) (Kotler & Keller, 2012)	Tren	- Aktif dalam kegiatan sosial dan hiburan - Suka mengikuti tren terbaru - Serta cenderung membeli barang atau jasa untuk menunjukkan status sosial	11 - 15	<i>Likert</i>
4.	Uang Saku (X ₄)	Pengelolaan	- Besaran Uang Saku yang diterima - Cara mengelola dan mengatur Uang Saku - Alokasi pengeluaran Uang Saku	16 - 20	<i>Likert</i>
5.	Perilaku Konsumtif (Y) (Herlina & Sari, 2023)	Kebiasaan	- Membeli karena ingin mengikuti tren atau Gaya Hidup - Membeli karena tertarik pada tampilan dan promosi produk - Membeli untuk meningkatkan citra	21 - 25	<i>Likert</i>

No	Variabel	Dimensi	Indikator	No Pertanyaan	Skala
			diri atau karena pengaruh idola		

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen Penelitian

Statistik deskriptif meliputi penyajian data berupa nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, standar deviasi, varian, *skewness*, serta kurtosis untuk memberikan gambaran karakteristik variabel penelitian.

1) Uji Validitas

Kriteria pengujian uji validitas adalah:

- a. Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka kuesioner tersebut *valid*.
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ maka kuesioner tersebut tidak *valid*.

2) Uji Reliabilitas

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Cronbach's Alpha* (α) karena instrument penelitian berbentuk angket dan skala bertiga. Variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ artinya reliabilitas mencukupi sementara jika nilai $\alpha > 0,80$ hal ini menunjukkan bahwa semua item reliabel dan semua tes secara konsisten memiliki reliabilitas kuat.

Alat Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

a. Normal P-Plot Grafik

Uji Normalitas dengan *Normal Probability Plot*, variabel dapat dikatakan normal apabila gambar menampilkan titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal.

b. Uji Kolmogorov-Smirnov

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*. Apabila nilai *Asymp. Sig* lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal dan sebaliknya.

2) Uji Multikolinearitas

Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *tolerance* dan lawannya yaitu *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan ada atau tidaknya

multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai *VIF* ≤ 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai *Tolerance* $< 0,10$ dan nilai *VIF* > 10 artinya terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Metode yang digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah:

a) Uji *Glejser*

Dasar pengambilan keputusan pada uji *Glejser* adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dan sebaliknya.

b) Grafik Scatterplot

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual (Y sesungguhnya) yang telah di-standardized.

4) Analisis Korelasi

5) Analisis Regresi Linier Berganda

Uji Hipotesis

1) Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai R^2 yang kecil atau mendekati nol menandakan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat relatif rendah. Sebaliknya, semakin besar nilai R^2 atau semakin mendekati 100%, menunjukkan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh yang kuat dan mampu menjelaskan sebagian besar variasi yang terjadi pada variabel terikat dalam model regresi.

2) Uji Kelayakan Model (Uji F)

Uji F dilakukan dengan membandingkan antara nilai *p-value* dengan *level of significant* sebesar 0,05 atau membandingkan F hitung dengan F tabel sebagai dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikansi.
- b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikansi.

3) Uji T (Uji Parsial)

Uji T dilakukan dengan melihat nilai probabilitas signifikansi (Sig) t yang dibandingkan dengan batas signifikansi yang ditetapkan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Bentuk pengujian adalah sebagai berikut:

Kriteria keputusan uji t, dengan menggunakan angka probabilitas signifikan:

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$; $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$; $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Penelitian ini melibatkan 100 responden mahasiswa aktif FEB Universitas Budi Luhur kategori Generasi Z (usia 18 - >27 tahun) yang menggunakan pembayaran digital, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Data primer dikumpulkan secara langsung melalui kuesioner Google Form, yang kemudian diolah menggunakan Microsoft Excel dan dianalisis secara mendalam menggunakan program SPSS versi 25. Karakteristik responden dilakukan berdasarkan usia, jenis kelamin dan pendapatan.

Analisis Data

Uji Validitas

Nilai *Corrected Item-Total Correlation* pada setiap butir pernyataan variabel Literasi Keuangan (X_1), Penggunaan *Digital Payment* (X_2), Gaya Hidup (X_3), Uang Saku (X_4) dan Perilaku Konsumtif (Y) lebih besar dari nilai r-tabel (0,1965). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan pada variabel-variabel tersebut dinyatakan *valid*, karena nilai korelasinya lebih besar dari r-tabel.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Output Uji Reliabilitas.

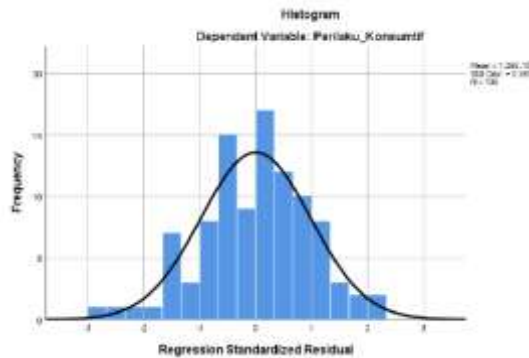
Variabel	Reliability Statistics	
	Cronbach's Alpha	N of Items
Literasi Keuangan (X_1)	.854	5
Penggunaan <i>Digital Payment</i> (X_2)	.708	5
Gaya Hidup (X_3)	.726	5
Uang Saku (X_4)	.729	5
Perilaku Konsumtif (Y)	.732	5

Sumber: *Output SPSS 25 yang diolah, 2025.*

Nilai *Cronbach's Alpha* dari seluruh variabel dalam penelitian lebih besar dari 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel-variabel tersebut adalah *reliable*.

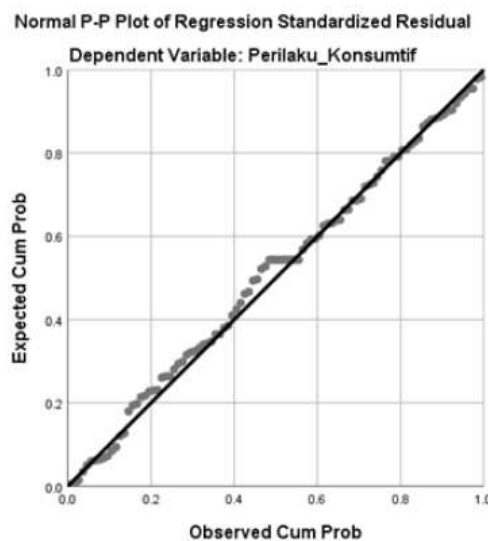
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Normal Histogram.

Grafik histogram residual terstandarisasi membentuk pola lonceng dan tidak condong ke kanan maupun ke kiri, sehingga data berdistribusi normal.



Sumber: *Output SPSS 25*

Gambar 2. *Output Uji Normalitas P-Plot*

Hal ini diperkuat dengan grafik *Normal P-P Plot* yang menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 3. Output Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S).

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.28586254
Most Extreme Differences	Absolute		.065
	Positive		.031
	Negative		-.065
Test Statistic			.065
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS 25

Berdasarkan Output pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikan (Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 ($0,200 > 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data variabel penelitian ini berdistribusi normal dan dapat dilakukan untuk penelitian.

Uji Multikolinearitas

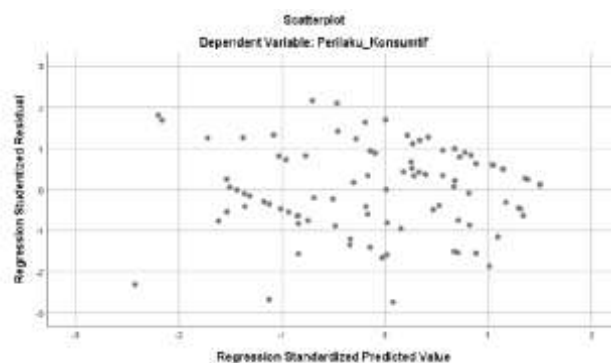
Tabel 4. Tabel Uji Multikolinearitas.

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi_Keuangan	.523	1.913
	Digital_Payment	.526	1.901
	Gaya_Hidup	.802	1.246
	Uang_Saku	.579	1.727

Sumber: Output SPSS 25

Variabel Literasi Keuangan (X_1), Penggunaan *Digital Payment* (X_2), Gaya Hidup (X_3) dan Uang Saku (X_4) memiliki nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi, sehingga variabel-variabel independen layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 25

Gambar 3. Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*.

Pola penyebaran titik-titik residual yang bersifat acak dan tidak membentuk pola tertentu. Titik-titik data tersebar di atas maupun di bawah angka 0, serta tidak terkonsentrasi pada satu area saja. Selain itu, penyebaran titik tidak menunjukkan pola gelombang, mengerucut, ataupun melebar, sehingga dapat dikatakan bahwa varians residual bersifat konstan. Dengan demikian, asumsi heteroskedastisitas dinyatakan terpenuhi.

Tabel 5. Output Uji Heteroskedastisitas Dengan Glejser.

Model		Coefficients ^a		Standardized		Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	3.139	.766		4.099	.000
	Literasi_Keuangan	-.005	.051	-.014	-.103	.918
	Digital_Payment	-.065	.065	-.136	-.999	.320
	Gaya_Hidup	-.040	.039	-.113	-1.024	.308
	Uang_Saku	-.038	.050	-.097	-.750	.455

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Output SPSS 25

Hasil uji heteroskedastisitas dengan metode *Glejser* menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig.). Seluruh nilai signifikansi lebih > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

Alat Analisis Data

Analisis Korelasi Sederhana

Tabel 6. Uji Korelasi.

		Correlation s				
		Literasi Keuangan	Digital Payment	Gaya Hidup	Uang Saku	Perilaku Konsumtif
Literasi_Keuangan	Pearson Correlation	1	.645**	.342**	.552**	.607**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Digital_Payment	Pearson Correlation	.645**	1	.308**	.555**	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Gaya_Hidup	Pearson Correlation	.342**	.308**	1	.425**	.466**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Uang_Saku	Pearson Correlation	.552**	.555**	.425**	1	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000

	N	100	100	100	100	100
Perilaku_Konsumtif	Pearson	.607**	.540**	.466**	.631**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Output SPSS 25

Hasil analisis korelasi *Pearson* menunjukkan bahwa bahwa seluruh variabel independen memiliki hubungan yang positif, searah, dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, setiap peningkatan pada salah satu variabel independen akan diikuti oleh peningkatan Perilaku Konsumtif pada responden.

Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda.

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
		B		Beta		
1	(Constant)	2.247	1.308		1.718	.089
	Literasi_Keuangan	.259	.088	.287	2.954	.004
	Digital_Payment	.129	.111	.113	1.165	.247
	Gaya_Hidup	.164	.066	.194	2.482	.015
	Uang_Saku	.306	.086	.328	3.560	.001

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Sumber : Output SPSS 25

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + e$$

$$Y = 2,247 + 0,259X_1 + 0,129X_2 + 0,164X_3 + 0,306X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Perilaku Konsumtif

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$: Koefisien regresi masing-masing variabel independen

X1 : Literasi Keuangan

X2 : Penggunaan Digital Payment

X3 : Gaya Hidup

X4 : Uang Saku

e : Error (Tingkat Kesalahan)

Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R²)**Tabel 8.** Output Koefisien Determinasi (Adjusted R²).

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.939 ^a	.882	.872	2.116

a. Predictors: (Constant), Uang_Saku, Gaya_Hidup, Digital_Payment, Literasi_Keuangan
b. Dependent Variabel: Perilaku_Konsumtif

Sumber : Output SPSS 25

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,513 menunjukkan bahwa variabel independen yaitu Literasi Keuangan (X1), Penggunaan *Digital Payment* (X2), Gaya Hidup (X3), Uang Saku (X4) berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 51,3% sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kontrol diri dan pengaruh teman sebaya.

Uji Kelayakan Model (Uji-F)**Tabel 9.** Output Uji Kelayakan Model (Uji-F).

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	186.509	4	46.627	27.061	.000 ^b
	Residual	163.691	95	1.723		
	Total	350.200	99			

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Uang_Saku, Gaya_Hidup, Digital_Payment, Literasi_Keuangan

Sumber : Output SPSS 25

Nilai F hitung sebesar 27,061 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ pada derajat kebebasan $df_1 = 4$ dan $df_2 = 95$, di mana df_1 merupakan jumlah variabel independen dan df_2 merupakan jumlah sampel dikurangi jumlah variabel independen dan konstanta. Nilai F tabel pada taraf signifikansi 0,05 sebesar 2,47, sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($27,061 > 2,47$). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dinyatakan layak untuk digunakan dan variabel Literasi Keuangan, Penggunaan *Digital Payment*, Gaya Hidup, serta Uang Saku secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Uji Hipotesis (Uji-T)**Tabel 10.** Output Uji Hipotesis (Uji T).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2.247	1.308		1.718	.089
	Literasi_Keuangan	.259	.088	.287	2.954	.004
	Digital_Payment	.129	.111	.113	1.165	.247

Gaya_Hidup	.164	.066	.194	2.482	.015
Uang_Saku	.306	.086	.328	3.560	.001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan data Uji T yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa variabel Uang Saku (X_4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa (t hitung $3,560 > 1,985$; Sig. $0,001$), diikuti oleh Literasi Keuangan (X_1) (t hitung $2,954 > 1,985$; Sig. $0,004$) dan Gaya Hidup (X_3) (t hitung $2,482 > 1,985$; Sig. $0,015$) yang juga menunjukkan pengaruh signifikan searah. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi uang saku dan tuntutan gaya hidup, semakin meningkat pula perilaku konsumtif mahasiswa, sementara literasi keuangan yang baik dalam penelitian ini belum mampu menekan konsumerisme karena kuatnya pengaruh faktor eksternal. Sebaliknya, variabel *Digital Payment* (X_2) tidak berpengaruh signifikan (t hitung $1,165 < 1,985$; Sig. $0,247$) terhadap Perilaku Konsumtif, yang menunjukkan bahwa ketersediaan alat pembayaran digital tidak secara langsung memicu peningkatan perilaku konsumtif pada subjek penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Uang Saku dan Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa. Penggunaan *Digital Payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Saran bagi pihak kampus dan mahasiswa mencakup penguatan program edukasi literasi keuangan yang berfokus pada manajemen anggaran mandiri serta dorongan untuk mengadopsi gaya hidup produktif guna meminimalisir perilaku konsumtif yang bersifat impulsif, terutama dalam penggunaan digital payment. Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam membedakan kebutuhan dan keinginan dengan cara mencatat pengeluaran secara terencana meskipun terpapar berbagai promo digital. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel dan menggunakan pendekatan mixed methods atau desain penelitian longitudinal untuk menangkap perubahan perilaku dari waktu ke waktu. Pengembangan model penelitian juga dapat dilakukan dengan menambahkan variabel moderasi atau mediasi, seperti kontrol diri dan pengaruh media sosial, serta menerapkan teknik analisis yang lebih kompleks seperti SEM (Structural Equation Modeling) untuk menggali mekanisme kausal yang lebih mendalam terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif.

DAFTAR REFERENSI

- Apriliani, R. (2024). *Literasi keuangan berbasis teknologi digital: Teori dan implementasinya*. CV Literasi Nusantara Abadi. <https://repository-penerbitlitnus.co.id/id/eprint/212/>
- Astuti, J. W. T., & Mubadillah, R. (2024). Identifikasi perilaku konsumen dalam meningkatkan strategi pemasaran pendidikan di era modern. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 1(2).
- Dinanti, H. A., & Nesner, Y. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri, dan penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Pekanbaru. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 1262–1275. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5403>
- Fatmawatie, N. (2022). *E-commerce dan perilaku konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Herlina, F., & Sari, I. A. (2023). Pengaruh literasi keuangan, pengelolaan uang saku, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, 3(2), 306–314. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p313-319>
- Irdiana, S., Budiyanto, & Suhermin. (2021). *Daya tarik gaya hidup konsumtif* (Vol. 32, Issue 3). Media Kunkun Nusantara.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson Education.
- Maimunah, S., & Suryanti, N. (2024). Pengaruh TikTok Shop, uang saku, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pengguna aplikasi TikTok pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 8(3). <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.28538>
- Manalu, S. O. (2024). *Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif dalam berbelanja di Shopee pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area* [Undergraduate thesis]. Universitas Medan Area.
- Mardiyannah, & Cipto, R. C. P. (2022). Analisa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian syar'i di Toko Khadijah Balikpapan. *Jurnal Akuntansi Manajemen Madani*, 8(1), 25–39. <https://doi.org/10.51882/jamm.v8i1.43>
- Musthofa, M. A., Kurniati, R. R., & Hardati, R. N. (2020). Pengaruh perilaku konsumen terhadap sistem pembayaran uang digital. *JLIGABI*, 9(2), 175–184.
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan digital payment, dan self-control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p154-160>
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (5th ed.). Alfabeta.
- Suyanto. (2023). *Mengenal dompet digital di Indonesia*. CV AA Rizky.