

PENGARUH LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA GEN Z DI KOTA MALANG

MEISYA RISMA WIJI RAHAYU

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang

Email: mahdiyahbafagih@gmail.com

SUKRISPIYANTO

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Malang

Email: fatmahisyam57@gmail.com

ABSTRAK

Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan generasi muda, khususnya mahasiswa, yang beriringan dengan kemudahan akses terhadap teknologi digital dan sistem pembayaran elektronik. Di sisi lain, tingkat literasi keuangan yang masih beragam diduga turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis sejauh mana literasi keuangan berperan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 78 mahasiswa Generasi Z yang berdomisili di Kota Malang. Instrumen penelitian berupa kuesioner skala Likert (1–4) yang terdiri dari dua variabel utama, yaitu Literasi Keuangan (X) dan Perilaku Konsumtif (Y). Data dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Malang. Nilai koefisien regresi sebesar 0,050, dengan $t\text{-hitung}$ 0,336 < $t\text{-tabel}$ 1,99 dan tingkat signifikansi 0,738 > 0,05, menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh parsial literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif ditolak. Nilai R^2 sebesar 0,001 mengindikasikan bahwa literasi keuangan hanya mampu menjelaskan sebesar 0,1% dari variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, dan faktor psikologis seperti hedonisme serta fear of missing out (FoMO)

Kata Kunci : *Literasi keuangan dan Perilaku Konsumtif*

PENDAHULUAN

Fenomena serupa juga ditemukan dalam penelitian (Fauzi et al., 2024) yang menganalisis perilaku manajemen keuangan generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan adanya

hubungan negatif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif, di mana mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik lebih mampu mengendalikan pengeluaran dan membedakan antara kebutuhan serta keinginan. Selain itu,

penelitian ini juga menyoroti gaya hidup sebagai variabel yang memperkuat kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa.

Jika fenomena ini dibiarkan, rendahnya literasi keuangan dapat mengakibatkan generasi muda kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi di masa depan. Dampaknya bukan hanya pada kesejahteraan individu, tetapi juga berpotensi menimbulkan masalah keuangan yang lebih luas, seperti utang konsumtif, kesulitan menabung, serta rendahnya tingkat partisipasi investasi di kalangan generasi muda. Hal ini menjadi penting untuk diperhatikan karena mahasiswa adalah calon generasi produktif yang akan memegang peranan besar dalam pembangunan ekonomi Indonesia.

Khusus di Kota Malang, fenomena perilaku konsumtif mahasiswa semakin relevan untuk dikaji. Malang merupakan salah satu kota pendidikan terbesar di Indonesia dengan jumlah mahasiswa yang sangat besar, berasal dari berbagai daerah dan latar belakang sosial ekonomi. Kehidupan mahasiswa yang dinamis, banyaknya pusat perbelanjaan, kafe, serta perkembangan teknologi pembayaran digital menjadikan kota ini sebagai lingkungan yang rawan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat literasi keuangan mahasiswa di Malang akan menjadi faktor penting dalam menentukan apakah mereka dapat mengelola pendapatan dengan bijak atau justru terjebak dalam perilaku konsumtif yang merugikan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian dengan judul “Pengaruh *Financial Literacy* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z di Kota Malang” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana tingkat literasi keuangan mahasiswa memengaruhi perilaku konsumtif mereka, sekaligus menjadi dasar bagi lembaga pendidikan maupun pemerintah untuk merancang program edukasi finansial yang lebih efektif. Dengan demikian, mahasiswa dapat membangun kebiasaan keuangan

yang sehat sejak dini dan terhindar dari pola konsumtif yang berlebihan.

Financial Literacy (Literasi Keuangan)

Menurut (Mardhiyaturrositaningsih and Muhammad Luqman Hakim, 2023) usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menyumbang sekitar 61% terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, dengan mayoritas pelaku usahanya adalah perempuan (61,8%). Namun, masih terdapat kesenjangan pembiayaan serta permasalahan literasi keuangan sebesar 38,03% dan inklusi keuangan 76,19%. Penelitian ini menelaah literasi keuangan digital pada wirausaha perempuan di Jawa Tengah melalui metode survei terhadap 100 responden, dengan fokus pada tiga komponen menurut OECD: pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan digital.

Menurut (Aidil Fadli, 2024) sebagian besar responden telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai keuangan digital, terutama terkait kesadaran akan risiko, hak sebagai konsumen, serta pengalaman dalam memanfaatkan produk-produk keuangan digital. Meskipun demikian, tingkat pemahaman tentang perlindungan dan hak-hak konsumen dalam layanan keuangan digital masih beragam, dengan banyak responden merasa kurang mendapatkan informasi di area tersebut. Di sisi lain, penggunaan layanan pembayaran digital menunjukkan tingkat adopsi yang sangat tinggi, menandakan kenyamanan dan penerimaan luas terhadap teknologi ini. Namun, pengetahuan mengenai produk manajemen aset digital serta layanan fintech di bidang pembiayaan dan investasi masih terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa meski literasi keuangan digital telah berkembang, diperlukan upaya edukasi tambahan untuk memperkuat pemahaman konsumen, khususnya terkait aspek perlindungan konsumen serta layanan fintech yang berhubungan dengan investasi dan pembiayaan.

(Hidayatinnisa' et al., 2021) Peningkatan literasi keuangan serta perluasan inklusi keuangan

saat ini menjadi isu penting di tingkat global karena diyakini mampu mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, fenomena di Indonesia menunjukkan dinamika berbeda. Meskipun terdapat peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sejumlah provinsi, kondisi tersebut tidak selalu diikuti oleh pertumbuhan ekonomi daerah. Hal ini menegaskan bahwa literasi dan inklusi keuangan memang penting, tetapi bukan satu-satunya faktor penentu pertumbuhan ekonomi. Faktor lain seperti infrastruktur, investasi, serta pemanfaatan sektor produktif juga berperan besar dalam menjembatani hubungan tersebut.

(Farah, Purwanto and Viana, 2023) Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan inklusi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung serta perilaku berinvestasi, khususnya pada generasi milenial di DKI Jakarta. Hal ini berarti semakin baik pemahaman keuangan dan semakin luas akses terhadap layanan keuangan yang dimiliki individu, semakin besar pula kecenderungan

Perilaku Konsumtif

(Suyanto et al., 2025) Penelitian ini mengungkapkan bahwa gaya hidup mahasiswa yang lebih menekankan pada aspek konsumtif, terutama untuk memenuhi tren dan kebutuhan sosial, berpotensi meningkatkan perilaku belanja yang tidak terkontrol. Ketika kecenderungan tersebut dipadukan dengan tingkat literasi keuangan yang rendah, mahasiswa menjadi semakin rentan melakukan pengeluaran impulsif tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang maupun kondisi finansial pribadi. Dengan kata lain, lemahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan membuat mahasiswa lebih mudah terjebak pada kebiasaan konsumsi yang bersifat sesaat dan kurang rasional. (Darsono, Rizarda and Johari, 2025) Hasil penelitian menunjukkan bahwa maraknya penggunaan fasilitas pembayaran *PayLater* di kalangan mahasiswa tidak dapat dilepaskan dari pengaruh gaya hidup modern dan

dorongan untuk memenuhi kepuasan hedonis. Mahasiswa yang terdorong oleh keinginan untuk menikmati berbagai produk dan layanan secara instan lebih cenderung memanfaatkan layanan ini tanpa mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang. Hal ini mendorong lahirnya perilaku konsumtif yang semakin kuat, di mana mahasiswa lebih fokus pada kepuasan sesaat daripada pengelolaan keuangan yang bijaksana. (Nur Faizah, Widjajanti and Indarto, 2024) Studi ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka kecenderungan untuk bersikap konsumtif akan semakin menurun.

Hal ini dikarenakan individu yang memahami konsep dasar pengelolaan keuangan lebih mampu mengendalikan pola belanja dan memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan. Sebaliknya, tingkat pendapatan yang lebih tinggi justru sering mendorong perilaku konsumtif karena individu merasa memiliki kapasitas finansial untuk memenuhi berbagai kebutuhan sekunder bahkan tersier. Menariknya, gaya hidup ditemukan sebagai faktor moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan pengaruh tersebut, sehingga mahasiswa dengan gaya hidup konsumtif tetap berpotensi boros meskipun memiliki literasi keuangan yang baik.

(Safitri and Husnaini, 2025) Penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup hedonis menjadi salah satu faktor utama yang mendorong mahasiswa untuk meningkatkan pengeluaran pada hal-hal yang bersifat konsumtif. Mahasiswa yang mengadopsi pola hidup glamor cenderung lebih sering mengalokasikan dana mereka untuk membeli barang-barang bermerek, mengikuti hiburan modern, serta mempertahankan penampilan yang sesuai dengan standar pergaulan sosial. Kondisi ini pada akhirnya melahirkan perilaku konsumtif yang tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan, tetapi lebih pada pencitraan diri dan kepuasan pribadi.

(Keislaman, 2025) Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan aplikasi belanja daring seperti

TikTok Shop telah membentuk pola perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Pola tersebut tidak hanya didorong oleh kemudahan akses dan promosi menarik, tetapi juga dipengaruhi oleh dorongan untuk memenuhi keinginan yang seringkali melampaui kebutuhan pokok. Jika ditinjau dari perspektif *maqashid syariah*, perilaku konsumtif mahasiswa melalui platform ini menunjukkan adanya pergeseran orientasi dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar menuju pemuasan hasrat konsumsi yang lebih tinggi.

Dengan demikian, perilaku konsumtif mahasiswa dalam konteks belanja online dapat dipandang sebagai fenomena sosial sekaligus keagamaan yang perlu dianalisis secara lebih komprehensif. mereka untuk melakukan kegiatan menabung maupun berinvestasi secara teratur. Selain itu, literasi keuangan juga terbukti berkontribusi langsung dalam memperluas tingkat inklusi keuangan, karena individu yang lebih melek finansial cenderung lebih percaya diri menggunakan produk dan layanan keuangan yang tersedia.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, sedangkan penelitian kausal digunakan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah literasi keuangan, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menganalisis apakah dan sejauh mana tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa Generasi Z mempengaruhi kecenderungan mereka dalam berperilaku konsumtif. Pemilihan mahasiswa Generasi Z sebagai populasi didasarkan pada karakteristik khusus generasi ini yang sangat erat kaitannya dengan perkembangan teknologi, media digital, dan gaya hidup modern. Mereka

dikenal akrab dengan teknologi digital, media sosial, dan kemudahan akses informasi. Generasi Z dikenal lebih cepat beradaptasi dengan perubahan, namun juga cenderung memiliki tingkat konsumtivisme yang lebih tinggi dibanding generasi sebelumnya, terutama karena terpengaruh oleh media sosial, e-commerce, dan budaya instan misalnya dalam bentuk pembelian barang secara impulsif, mengikuti tren fashion, serta memanfaatkan layanan keuangan digital tanpa pertimbangan matang. Oleh karena itu, populasi mahasiswa Generasi Z di Kota Malang dianggap sesuai untuk menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.

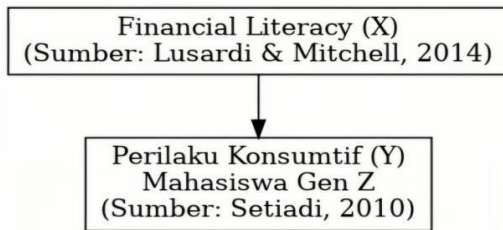
Definisi Operasional Variabel

1. *Financial Literacy* (X): Tingkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, diukur menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1–4.
2. Perilaku Konsumtif (Y): Kecenderungan mahasiswa dalam melakukan pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan melainkan keinginan atau pengaruh lingkungan, diukur dengan kuesioner skala Likert 1–4.

Teknik Analisa Data

- Uji Deskriptif: Untuk menggambarkan profil responden serta deskripsi variabel.
- Uji Validitas: Menguji ketepatan instrumen dalam mengukur konsep yang sebenarnya diinginkan.
- Uji Reabilitas: Menguji konsistensi atau keandalan instrumen dalam menghasilkan data yang sama ketika digunakan pada pengukuran yang berbeda dalam kondisi yang serupa.
- Analisis Regresi Linier Sederhana: Untuk menguji pengaruh *financial literacy* (X) terhadap perilaku konsumtif (Y).

- Uji t (Parsial): Untuk melihat pengaruh signifikan variabel independen terhadap dependen.



TEMUAN PENELITIAN

Statistik Deskriptif Variabel

N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maksimum
78	18,2949	3,99195	17,8608	18,5855

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diperoleh bahwa rata-rata skor literasi keuangan dari seluruh responden adalah 18,29 dengan nilai standar deviasi sebesar 3,44. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Generasi Z di Kota Malang secara umum berada pada kategori sedang. Artinya, sebagian besar responden memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai konsep dasar keuangan pribadi, seperti pengelolaan pendapatan, tabungan, dan pengambilan keputusan finansial, namun masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal penerapan dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Sedangkan, hasil analisis terhadap variabel perilaku konsumtif juga menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan berada pada kategori sedang. Hal ini ditunjukkan oleh adanya variasi jawaban yang cukup lebar dari para responden, di mana sebagian menunjukkan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, namun sebagian lainnya menunjukkan sikap yang lebih rasional dalam melakukan pembelian. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Generasi Z di Kota Malang memiliki perilaku konsumtif yang masih terkendali, meskipun tetap dipengaruhi oleh

faktor gaya hidup modern dan kemudahan akses terhadap teknologi digital dalam kegiatan konsumsi sehari-hari.

Baik tingkat literasi keuangan maupun perilaku konsumtif responden berada pada taraf moderat, yang mencerminkan bahwa mahasiswa sudah memiliki kesadaran keuangan yang cukup, namun masih berpotensi mengalami perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan pengelolaan keuangan yang lebih bijak.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,038	0,001	-0,012	3,46195

Persamaan regresi: $Y = 17,040 + 0,050 X$

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi (B) antara variabel Literasi Keuangan (X) dan Perilaku Konsumtif (Y) adalah sebesar 0,050. Nilai koefisien positif ini mengindikasikan adanya arah hubungan yang searah antara kedua variabel, yaitu bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa, maka perilaku konsumtifnya juga cenderung meningkat. Meskipun demikian, besarnya pengaruh yang ditunjukkan oleh nilai koefisien tersebut sangat kecil, sehingga hubungan yang terjadi dapat dikategorikan lemah dan tidak signifikan secara statistik. Dengan kata lain, peningkatan literasi keuangan belum tentu secara langsung mampu menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa, karena masih terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi pola konsumsi mereka.

Selanjutnya, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,038 menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel hanya bersifat sangat lemah. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,001 mengandung arti bahwa literasi keuangan hanya mampu menjelaskan sebesar 0,1% dari variasi yang terjadi pada perilaku konsumtif,

sedangkan sisanya, yaitu 99,9%, dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa meskipun literasi keuangan memiliki arah hubungan positif terhadap perilaku konsumtif, pengaruhnya tidak cukup besar untuk menjelaskan perubahan perilaku konsumtif mahasiswa secara signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak faktor eksternal lain — seperti gaya hidup, lingkungan sosial, pendapatan, serta pengaruh media digital — yang kemungkinan memiliki peran lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Malang.

Uji t (Parsial)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	17,040	3,757	-	4,536	0,000
Total (X)	0,050	0,150	0,038	0,336	0,738

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 0,336 lebih kecil daripada t-tabel sebesar $\pm 1,99$, dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,738, yang jauh lebih besar dari batas signifikan yang ditetapkan yaitu 0,05. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Keuangan (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) mahasiswa Generasi Z di Kota Malang. Dengan melihat hasil tersebut, dapat diketahui bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya, secara parsial Financial Literacy tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Malang.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh mahasiswa belum cukup kuat untuk memengaruhi perilaku konsumsi mereka secara nyata. Meskipun sebagian besar responden memiliki tingkat literasi keuangan pada kategori sedang, pengetahuan tersebut tampaknya belum sepenuhnya diterapkan dalam

kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pengendalian pola konsumsi. Hal ini bisa terjadi karena perilaku konsumtif mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain seperti gaya hidup modern, pengaruh media sosial, lingkungan pertemanan, serta kemudahan akses terhadap berbagai platform belanja daring.

Peningkatan literasi keuangan saja belum tentu mampu menurunkan kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa Gen Z, apabila tidak diimbangi dengan kesadaran diri dan pengelolaan keuangan yang disiplin. Hasil ini sejalan dengan pandangan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena yang kompleks dan tidak hanya ditentukan oleh faktor kognitif (pengetahuan), tetapi juga oleh faktor emosional, sosial, dan budaya yang membentuk keputusan konsumsi individu.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Malang. Temuan ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya, seperti (Sustiyo, 2020) dan (Fauzi et al., 2024), yang menemukan pengaruh negatif signifikan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Ketidakesesuaian antara hasil penelitian ini dengan hipotesis yang diajukan dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang saling berkaitan, yaitu :

1. Dari sisi faktor eksternal, perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Malang tampaknya lebih banyak dipengaruhi oleh gaya hidup modern, arus informasi media sosial, serta kemudahan akses terhadap sistem pembayaran digital (digital payment) yang kini semakin populer. Kehadiran berbagai platform e-commerce, promo online, dan iklan di media sosial mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian secara impulsif tanpa perencanaan matang. Kondisi ini menjadikan pengaruh literasi keuangan relatif kecil, karena keputusan konsumsi

sering kali lebih didorong oleh dorongan emosional, tren, atau keinginan untuk mengikuti gaya hidup teman sebaya daripada pertimbangan rasional finansial.

2. Meskipun sebagian besar responden telah memiliki pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi, seperti pentingnya menabung, mengatur pengeluaran, dan menghindari utang berlebihan, namun pengetahuan tersebut tidak selalu diimplementasikan dalam praktik kehidupan sehari-hari. Dalam banyak kasus, mahasiswa memahami konsep pengelolaan keuangan secara teori, tetapi masih mengalami kesulitan dalam menerapkannya ketika dihadapkan pada situasi konsumsi nyata. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan (knowledge) dan perilaku nyata (behavior), yang menyebabkan literasi keuangan belum mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

3. Perilaku konsumtif mahasiswa kemungkinan besar lebih kuat dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti fear of missing out (FoMO) — ketakutan tertinggal dari tren atau pengalaman yang sedang populer — dan hedonisme, yaitu pandangan hidup yang menekankan pada pencarian kesenangan dan kepuasan diri. Kedua faktor psikologis ini dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian bukan karena kebutuhan, melainkan untuk memperoleh pengakuan sosial atau kepuasan emosional sesaat. Akibatnya, walaupun seseorang memiliki literasi keuangan yang baik, dorongan psikologis tersebut dapat mengalahkan pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengetahuan finansial semata tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif yang tidak hanya meningkatkan literasi keuangan, tetapi juga memperkuat kontrol diri, kesadaran finansial, dan sikap konsumsi bijak, agar mahasiswa dapat

mengelola keuangannya secara lebih efektif di tengah tantangan gaya hidup modern dan pengaruh digital yang semakin kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Generasi Z di Kota Malang. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa nilai t-hitung (0,336) lebih kecil dari t-tabel ($\pm 1,99$) dengan tingkat signifikansi $0,738 > 0,05$, sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak.

Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa Gen Z di Malang yang berada pada kategori sedang belum mampu memberikan pengaruh nyata terhadap kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memiliki pengetahuan dasar mengenai pengelolaan keuangan pribadi, pengetahuan tersebut belum sepenuhnya diimplementasikan dalam kebiasaan konsumsi sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pengetahuan keuangan dan perilaku aktual dalam mengelola keuangan.

Selain itu, hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain di luar literasi keuangan, seperti gaya hidup modern, pengaruh media sosial, kemudahan transaksi digital, serta faktor psikologis seperti hedonisme dan *fear of missing out* (FoMO). Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan saja tidak cukup untuk menekan perilaku konsumtif tanpa diiringi dengan pembentukan sikap keuangan yang bijak dan pengendalian diri dalam melakukan konsumsi.

Demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa *Financial Literacy* belum memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa Generasi Z di

Malang, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif — baik dari aspek pendidikan, sosial, maupun psikologis — untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidil Fadli, J. (2024) '*Measuring the Level of Digital Financial Literacy Among Generation Y and Z in Indonesia*', Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(5), pp. 1891–1898. Available at: <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2813>.
- Ardiva, E. et al. (2024) 'Self Control Dari Dampak Impulsive Buying Dalam E- Commerce Di Kalangan Masyarakat', Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2(2), pp. 269–278. Available at: <https://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/909>.
- Astrie Krisnawati (2023) '*Financial Literacy and Behavioral Bias Towards Consumptive Behavior: Evidence from Bandung, Indonesia*', MIMBAR : Jurnal Sosial dan Pembangunan, 2021(79), pp. 353–361. Available at: <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2967>.
- Azsahrah, S. et al. (2023) '*The Effect of Financial Literacy and Online Shopping on Student Consumptive Behavior*', Jurnal Economic Resource, 6(1), pp. 76–82. Available at: <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.561>.
- Bustami, K. and Saifrizal, M. (2022) '*Financial Literacy Capabilities in Increasing Financial Inclusion Through Sharia Fintech*', Jurnal Ekonomi, 11(03), pp. 1073–1081.
- Darsono, J.T., Susana, E. and Prihantono, E.Y. (2020) 'Implementasi Theory of Planned Behavior terhadap Pemasaran Usaha Kecil Menengah melalui E- Commerce', Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 8(2), pp. 206–215. Available at: <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i2.5098>.
- Ekonomi, J. et al. (2024) 'Analisis Pengaruh Pada Perilaku Manajemen Keuangan', (3), pp. 238–243.
- Elnina, D.R. (2022) 'Kemampuan Self Control Ditinjau Dari Perilaku Impulsive Buying Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa', Psikodinamika - Jurnal Literasi Psikologi, 2(1), pp. 01–19. Available at: <https://doi.org/10.36636/psikodinamika.v2i1.955>.
- Erdfelder, E. et al. (2009) 'Statistical power analyses using G*Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses', Behavior Research Methods, 41(4), pp. 1149–1160. Available at: <https://doi.org/10.3758/BRM.41.4.1149>.
- Evelyna, F. (2021) 'Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Pembelian Tiket Secara Online Pada Generasi Milenial', Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi, 8(1), pp. 1–19. Available at: <https://doi.org/10.54131/jbma.v8i1.113>.
- Farah, A., Purwanto, B. and Viana, E.D. (2023) 'The Influence of Financial Literacy and Financial Inclusion on Saving and Investment Behaviour for Millennial Generation in DKI Jakarta', TIJAB (The International Journal of Applied Business), 7(1), pp. 73–86. Available at: <https://doi.org/10.20473/tijab.v7.i1.2023.43436>.
- Hasibuan, N.L. and Fauzan, A. Al (2025) 'Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Pada Penggunaan E- Wallet Dan E-Commerce', 3(6), pp. 301–311.
- Hidayatinnisa, N.H. et al. (2021) 'The Effect of Financial Literacy and Financial Inclusion on Economic Growth in Indonesia', JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan), 7(2), pp. 339–359. Available at: <https://doi.org/10.21070/jbmp.v7i2.1539>.

- Mardhiyaturrositaningsih, M. and Muhammad Luqman Hakim (2023) 'Determinant Factors of Digital Financial Literacy: A Study of Women Entrepreneurs', *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5(2), pp. 28–36. Available at: <https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.5495>.
- Maryam Siti, Rahmawati Dwi Esti and NM Taufiq (2024) 'Perilaku Konsumtif Mahasiswa: Peran Literasi Keuangan Dan Electronic Wallet', *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(4), pp. 1009–1015.
- Mayang Aura Valerie, Riska Amanda and Zenita Aulia (2025) 'Pentingnya Literasi Keuangan Pada Generasi Z (Studi Pada Siswa SMA Muhammadiyah Parung)', *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat: Kreasi Mahasiswa Manajemen*, 5(2), pp. 28–30.
- Nica Putra Wijaya, Y. (2025) 'The Spirit of The Effect of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on', 8(2), pp. 158–169.
- Nydia, J. and Wany, E. (2024) 'Pengaruh Self Control, Harga, Promosi Marketplace Terhadap Impulsive Buying Pada Mahasiswa Akuntansi', *Jurnal UWP*, 5(1), pp. 1–15.
- Oktaviani, M. et al. (2023) 'Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa', *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), pp. 136–145. Available at: <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>.
- Pradanimas, A., Julaihah, U. and Masyhuri (2023) 'Generation Z Consumptive Online Behavior Patterns Based on Consumption Theory in an Islamic Economic Perspective', *International Journal of Economics*, 7(4), pp. 1–13. Available at: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>.
- Prawitasari, D., Kadarningsih, A. and Ahmad, M. (2025) 'Financial Behavior of Gen Z Students : Digital Lifestyle , FoMo , and Financial Literacy', 23(3), pp. 475–487. Available at: <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i3.12359>.
- Rully Arestha et al. (2024) 'The Influence of Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Generation Z: A Systematic Literature Review', *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan manajemen Indonesia*, 2(02), pp. 95–103. Available at: <https://doi.org/10.58471/jeami.v2i02.554>.
- Rupianti, R. and Nashohah, D. (2023) 'Implementasi Theory of Planned Behaviour Terhadap Purchase Intention Produk Halal Di Kota Malang', *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), pp. 242–256. Available at: <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3070>.
- Safitri, C.N. and Husnaini, M. (2025) 'Konsumtif Pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama', *Jurnal Mahasiswa FIAI-UII*, at-Thullab, Vol.7, Nomor.1, Januari-April, 2025 ISSN:, pp. 22–36.
- Salsabila, S.A. and Mulyati, S. (2023) 'The Influence of Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Students in the Management Study Program, Faculty of Business and Economics, Islamic University of Indonesia', *Jurnal Economic Resource*, 6(2), pp. 410–422. Available at: <https://doi.org/10.57178/jer.v6i2.724>.
- Suyanto, A. et al. (2025) 'Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur)', 3(1), pp. 53–61. Available at: <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>.
- Syifa Salsabilla and Crescentiano Agung Wicaksono (2025) 'Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan Self-Control Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z', *Efektor*, 12(1), pp. 87–101. Available at: <https://doi.org/10.29407/e.v12i1.25133>. 'Vol' (no date).

- Wardhono, A. et al. (2022) 'Financial Literacy and Inclusion on Consumption in Indonesian Rural Communities', *Economics Development Analysis Journal*, 11(3), pp. 370–380. Available at: <https://doi.org/10.15294/edaj.v11i3.55164>.
- Wiwaha, S.W. (2025) 'Gen Z Financial Behavior in The Cashless Era', 11(1), pp. 74–81.
- et al. (2025) 'The Influence of Financial Literacy and Cashless Payment on Consumptive Behavior of Generation Z in Jakarta', *International Journal of Current Science Research and Review*, 08(07), pp. 3618–3623. Available at: <https://doi.org/10.47191/ijcsrr>