

## **PENGARUH LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN PAYLATER DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

**Risna Damayanti<sup>1\*</sup>, Fathihani<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Universitas Dian Nusantara, Tanjung Duren, Jakarta Barat

[risnadamayanti463@gmail.com](mailto:risnadamayanti463@gmail.com)<sup>1</sup>, [fathihani@undira.ac.id](mailto:fathihani@undira.ac.id)<sup>2</sup>

\* Coresponding Author

Received: 25-12-2025

Revised: 10-01-2026

Approved: 27-01-2026

### **ABSTRACT**

*Perkembangan teknologi finansial dan perubahan gaya hidup di era digital telah mendorong meningkatnya perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z. Fenomena ini semakin diperkuat oleh kemudahan penggunaan layanan paylater serta tingkat literasi keuangan yang belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan paylater, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada Generasi Z yang berdomisili di DKI Jakarta dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini didukung oleh Theory of Planned Behavior (TPB) untuk menjelaskan hubungan antara sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku dalam membentuk perilaku konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Penggunaan paylater positif terhadap perilaku konsumtif. Gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.*

*Keywords: Literasi Keuangan, Paylater, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Generasi Z*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan ekonomi di era globalisasi ditandai dengan kemajuan industri dan teknologi digital yang semakin pesat, sehingga memudahkan masyarakat dalam memenuhi berbagai kebutuhan hidup (Rahmawati dan Putri, 2023). Transformasi digital turut mengubah pola konsumsi dan perilaku keuangan individu, khususnya pada generasi muda (Ikhsanudin, 2025). Generasi Z yang lahir pada periode 1997–2012 tumbuh bersamaan dengan perkembangan teknologi dan internet, sehingga memiliki karakteristik yang adaptif terhadap inovasi digital, termasuk dalam aktivitas transaksi keuangan. Berdasarkan data sensus kependudukan di DKI Jakarta, jumlah generasi Z mencapai 2.772.126 jiwa atau sekitar 25,18% dari total populasi. Secara nasional, proporsi generasi Z bahkan mencapai 27,94% atau sekitar 74,93 juta jiwa, menjadikan kelompok ini sebagai segmen demografis terbesar dan paling potensial dalam mendorong dinamika konsumsi di Indonesia.

Namun, di balik besarnya potensi tersebut, generasi Z juga menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Survei nasional yang dirilis oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2024 menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan Indonesia mencapai 65,43%, meskipun masih terdapat kelompok usia muda dengan tingkat literasi relatif lebih rendah. Rendahnya literasi keuangan dapat berdampak pada lemahnya perencanaan keuangan, kurangnya kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta meningkatnya kecenderungan perilaku konsumtif. Pra-survei yang dilakukan terhadap generasi Z di DKI Jakarta juga menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak mempertimbangkan kondisi keuangan sebelum berbelanja, yang mengindikasikan adanya kecenderungan konsumsi impulsif.

Selain literasi keuangan, kemunculan layanan pembayaran digital seperti

*paylater* turut memengaruhi pola konsumsi generasi Z. Sistem “beli sekarang, bayar nanti” memberikan kemudahan akses terhadap barang dan jasa tanpa harus memiliki dana secara langsung. Survei kolaborasi antara Kredivo dan Katadata *Insight Center* pada tahun 2023 menunjukkan bahwa pengguna *paylater* didominasi oleh generasi milenial dan generasi Z. Kemudahan transaksi ini berpotensi meningkatkan pembelian impulsif, terutama jika tidak diimbangi dengan kontrol diri dan pemahaman keuangan yang memadai.

Faktor lain yang turut memengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Perkembangan media sosial dan arus informasi yang cepat mendorong generasi Z untuk mengikuti tren, menjaga citra diri, serta memenuhi kebutuhan simbolik melalui konsumsi produk bermerek (Aprilian et al, 2025). Survei IDN Times dalam laporan Indonesia Millennial and Gen Z Report 2025 menyebutkan bahwa sebagian besar generasi Z menggunakan layanan *paylater* untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup dan hiburan. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup modern yang berorientasi pada kesenangan dan eksistensi sosial memiliki hubungan erat dengan peningkatan perilaku konsumtif.

Berdasarkan berbagai temuan tersebut, masih terdapat perbedaan hasil penelitian (*research gap*) terkait pengaruh literasi keuangan, penggunaan *paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh literasi keuangan, penggunaan layanan *paylater*, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen keuangan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pembuat kebijakan dan lembaga keuangan dalam meningkatkan kualitas literasi dan perilaku keuangan generasi muda.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Theory Of Planned Behavior***

*Theory of Planned Behaviour* (TPB) adalah teori yang dapat digunakan untuk menganalisis perilaku individu. Teori ini menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Ketiga komponen tersebut bersama-sama membentuk intensi yang kemudian menentukan apakah suatu perilaku akan dilakukan atau tidak (Hadinata et al., 2025).

### **Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif adalah tindakan seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sehingga cenderung dilakukan secara berlebihan demi memperoleh kepuasan sesaat. Dalam perilaku ini, pertimbangan rasional sering kali kurang menjadi prioritas, karena keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh dorongan emosional, gaya hidup, atau keinginan untuk mengikuti tren. Jika tidak dikendalikan, perilaku konsumtif dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan individu (Pohan et al., 2025).

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan kombinasi dari kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan secara bijak

untuk mengambil keputusan yang tepat, seperti dalam mengatur pengeluaran, menabung, berinvestasi, dan mengelola utang. Dengan literasi keuangan yang baik, individu mampu memahami risiko dan peluang finansial, merencanakan tujuan jangka pendek maupun jangka panjang, serta menghindari masalah keuangan yang dapat merugikan. Pada akhirnya, kemampuan ini berperan penting dalam membantu seseorang mencapai kesejahteraan keuangan dan meningkatkan kualitas hidup secara berkelanjutan (Heret et al., 2022).

### **Penggunaan *Paylater***

*Paylater* adalah metode pembayaran yang memungkinkan konsumen membeli barang atau jasa terlebih dahulu dan membayarnya di kemudian hari, mirip dengan kartu kredit. Perbedaannya, limit atau penyediaan dana pada layanan *paylater* umumnya lebih terbatas dan disesuaikan dengan profil pengguna, sehingga jumlah pembiayaan yang tersedia biasanya tidak sebesar limit yang dimiliki oleh pengguna kartu kredit. (T. A. Putra & Sunarmi, 2024).

### **Gaya Hidup**

Gaya hidup merupakan cara seseorang menjalani kehidupannya yang tercermin dalam aktivitas sehari-hari, pola konsumsi, cara mengelola keuangan, serta bagaimana mengatur dan memanfaatkan waktu. Gaya hidup juga menggambarkan nilai, minat, dan prioritas individu dalam menentukan pilihan, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun pribadi (Fadhilah, 2023).

### **Pengembangan Hipotesis**

#### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Literasi keuangan secara umum didefinisikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi, termasuk dalam hal menabung, berbelanja, berinvestasi, serta mengambil keputusan finansial. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan, tetapi juga mencakup keterampilan dan sikap yang memengaruhi perilaku finansial. Dalam pengambilan ranah keputusan pengelolaan keuangan, pemahaman, keterampilan, dan keyakinan diri individu berperan penting dalam membentuk sikap dan perilaku untuk menghindari perilaku konsumtif (Yahya, 2021). Suyanto et al., (2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan yang tinggi dapat meningkatkan konsumsi, terutama di kalangan generasi muda yang terpapar promosi digital. Mereka mengandalkan perhitungan rasional untuk memutuskan pembelian, namun tetap terjebak dalam tren gaya hidup konsumtif karena kemudahan akses dan kepercayaan diri yang tinggi dalam mengelola keuangan. Berdasarkan penjelasan diatas maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Literasi Keuangan berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif

#### **Pengaruh Penggunaan *Paylater* terhadap Perilaku Konsumtif**

*Paylater* adalah metode pembayaran seperti kartu kredit. Perbedaan *paylater* dengan kartu kredit ini adalah penyedia dana *paylater nya* tidak sebesar yang dimiliki pengguna kartu kredit. Mekanisme kerja kemitraan dengan perusahaan pelaksana dan lembaga keuangan akan memberikan dana kepada pengguna yang berdagang secara anggota untuk membayar tagihan mereka. Untuk menggunakan *paylater*, pengguna harus mendaftar terlebih dahulu dan diharuskan memberikan informasi pribadi, foto diri, dan

kartu identitas (Zuliyansah et al., 2024)

Studi lain oleh Ani et al., (2023) menunjukkan bahwa mayoritas generasi Z menggunakan layanan *paylater* bukan karena kebutuhan mendesak, melainkan karena pengaruh media sosial, keinginan mengikuti tren (FOMO), dan promosi dari platform belanja digital. Dalam hal ini, penggunaan *paylater* tidak hanya menjadi alat pembayaran, tetapi juga menjadi pendorong konsumsi berlebihan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

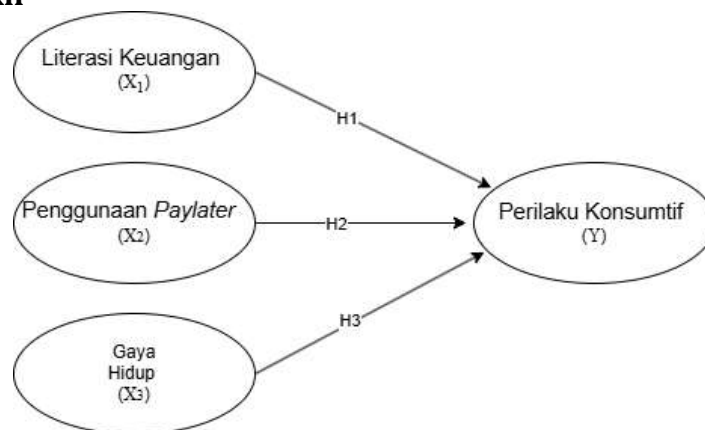
H2: Penggunaan *Paylater* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif

### Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Semakin sering atau semakin tinggi aktivitas gaya hidup mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif atau pemborosannya dalam mencari kesenangan. Sebaliknya, apabila mahasiswa dapat mengurangi aktivitas gaya hidupnya yang tinggi, maka mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtifnya dalam membelanjakan hal yang dianggap tidak penting. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian (Agustian et al., 2025) dan (Umami & Maryani, 2023) menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara gaya hidup pada perilaku konsumtif. Dimana jika gaya hidup generasi Z semakin meningkat maka perilaku konsumtif mereka akan otomatis mengalami peningkatan. Berdasarkan uraian diatas, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

### Kerangka Berfikir



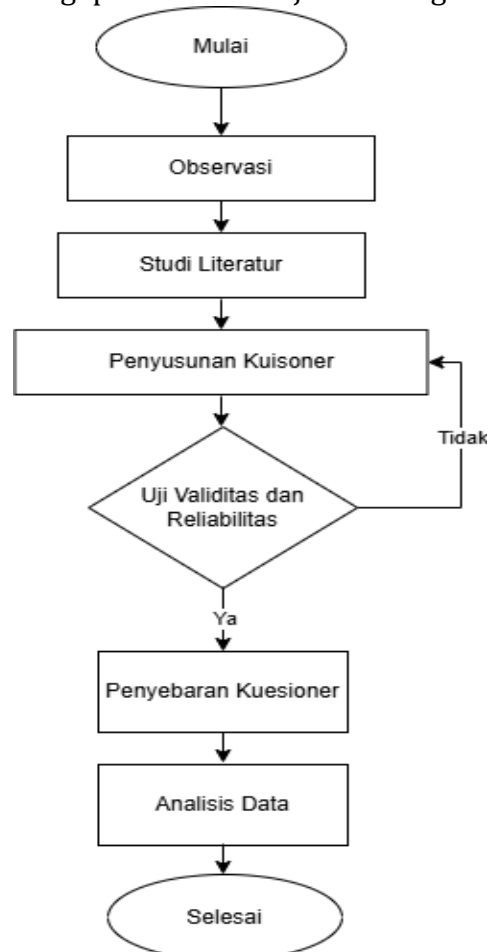
Gambar 1 Kerangka Berfikir

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2025 hingga Februari 2026 dengan objek penelitian generasi Z di Jakarta. Pendekatan yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitian kausal-komparatif untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono., 2022). Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner tertutup menggunakan skala Likert lima poin. Populasi penelitian adalah generasi Z di Jakarta yang berjumlah 2.772.126 jiwa berdasarkan data Disdukcapil DKI Jakarta tahun 2025, dengan kriteria responden berusia 15–28 tahun, aktif menggunakan layanan *paylater*, dan pernah melakukan

pembelian konsumtif dalam tiga bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dan berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% diperoleh sampel sebanyak 100 responden.

Adapun alur metodologi penelitian disajikan sebagai berikut :



Teknik analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program IBM SPSS Statistics untuk menguji pengaruh literasi keuangan (X1), penggunaan *paylater* (X2), dan gaya hidup (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y). Tahapan analisis meliputi uji instrumen (validitas dan reliabilitas), analisis statistik deskriptif, uji normalitas, uji asumsi klasik (multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi), serta pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t. Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$  dan Adjusted  $R^2$ ) digunakan untuk mengukur kemampuan model dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif (Ghozali, 2021).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Uji Validitas**

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas (X1)**

No	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,818	0,1966	Valid
2	0,861	0,1966	Valid
3	0,868	0,1966	Valid

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas (X2)**

No	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,761	0,1966	Valid
2	0,772	0,1966	Valid
3	0,845	0,1966	Valid
4	0,818	0,1966	Valid
5	0,859	0,1966	Valid
6	0,840	0,1966	Valid

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas (X3)**

No	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,620	0,1966	Valid
2	0,919	0,1966	Valid
3	0,865	0,1966	Valid

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas (Y)**

No	Pearson Correlation	R Tabel	Keterangan
1	0,903	0,1966	Valid
2	0,930	0,1966	Valid
3	0,884	0,1966	Valid

Sumber: SPSS 2026

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel X1, X2, X3 dan Y diatas dapat diketahui bahwa semua nilai r hitung lebih besar dari r tabel, yang artinya semua indikator pada kuesioner tersebut dinyatakan valid.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	0,889	0,60	Valid
Literasi Keuangan (X1)	0,806	0,60	Valid
Penggunaan <i>Paylater</i> (X2)	0,900	0,60	Valid
Gaya Hidup (X3)	0,736	0,60	Valid

Sumber: SPSS 2026

Hasil analisis data yang dilakukan peneliti dengan pada variable dependent maupun independent dari kuesioner menunjukkan bahwa nilai *AlphaCronbach* atau nilai koefisien alpha reliabilitas masing-masing lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat

disimpulkan data dinyatakan reliabel sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ke uji selanjutnya diuji selanjutnya.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**

**Tabel 6**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00414996
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.055
	Positive	.051
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: SPSS 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pada table didapatkan nilai Asymp. Sig, (2-tailed) yang dihasilkan yaitu 0,200 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini terdistribusi normal. Dengan model regresi ini maka data layak untuk digunakan analisis selanjutnya.

**Uji Multikolinearitas**

**Tabel 7**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Literasi Keuangan (X1)	0.388	2.577
	Penggunaan Paylater (X2)	0.372	2.690
	Gaya Hidup (X3)	0.891	1.122

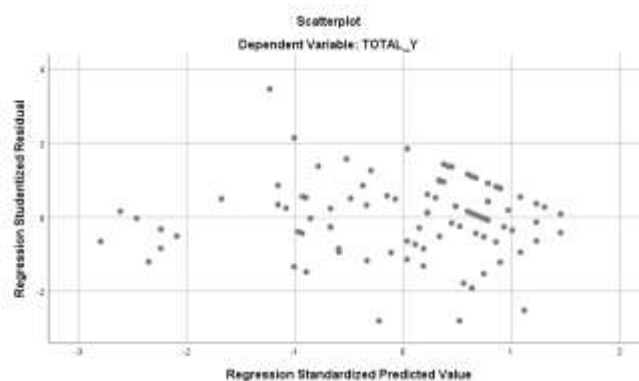
a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: SPSS 2026

Hasil uji *Collinearity Statistics* menunjukkan bahwa nilai *tolerance* untuk variabel

Literasi Keuangan (X1) sebesar 0,388, Penggunaan *Paylater* (X2) sebesar 0,372, dan Gaya Hidup (X3) sebesar 0,891. Semua nilai *tolerance* tersebut berada di atas 0,10, yang berarti tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel independen. Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) masing-masing variabel juga berada di bawah ambang batas umum 10, yaitu X1 sebesar 2,577, X2 sebesar 2,690, dan X3 sebesar 1,122, yang mengindikasikan bahwa hubungan antar variabel bebas masih dalam batas wajar. Dengan demikian, seluruh variabel independen dalam model ini dapat digunakan secara bersamaan untuk memprediksi Perilaku Konsumtif (Y) tanpa menimbulkan distorsi akibat multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1 Hasil Uji Scatter Plot

Sumber: SPSS 2026

Berdasarkan hasil Uji Scatter Plot tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Hipotesis

#### Uji Regresi Linear Berganda

**Tabel 8**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.050	1.049		0.047	0.962
	Literasi Keuangan (X1)	-0.280	0.108	0.265	2.584	0.011
	Penggunaan <i>Paylater</i> (X2)	0.279	0.059	0.494	4.714	0.000
	Gaya Hidup (X3)	0.186	0.088	0.143	2.111	0.037

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Dengan demikian persamaan regresi berganda dapat diketahui sebagai berikut:

$$Y = 0,050 - 0,280X_1 + 0,279X_2 + 0,186X_3$$

Keterangan: (a) nilai konstanta sebesar 0,050 berarti bahwa apabila variabel literasi keuangan (X1), Penggunaan *Paylater* (X2), dan Gaya Hidup (X3), bernilai nol, maka Perilaku Konsumtif (Y) diprediksi sebesar 0,050. (b) Nilai Koefisien regresi (B) pada

variabel Literasi Keuangan (X1) sebesar -0,280 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan literasi keuangan justru menurunkan perilaku konsumtif sebesar -0,280 satua, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, semakin baik literasi keuangan seseorang maka kecenderungan perilaku konsumtifnya akan semakin menurun. (c) Nilai Koefisien regresi (B) pada variabel Penggunaan *Paylater* (X2) sebesar 0,279 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan penggunaan *paylater* justru menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,279 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, semakin baik fasilitas *paylater* seseorang maka kecenderungan perilaku konsumtifnya akan semakin meningkat. (d) Nilai Koefisien regresi (B) pada variabel Gaya Hidup (X2) sebesar 0,186 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan gaya hidup justru menurunkan perilaku konsumtif sebesar 0,186 satuan, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Artinya, semakin baik gaya hidup seseorang maka kecenderungan perilaku konsumtifnya akan semakin menurun.

**Uji Statistik T (Parsial)**

**Tabel 9**  
**Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	0.050	1.049		0.047	0.962
	Literasi Keuangan (X1)	-0.280	0.108	0.265	2.584	0.011
	Penggunaan <i>Paylater</i> (X2)	0.279	0.059	0.494	4.714	0.000
	Gaya Hidup (X3)	0.186	0.088	0.143	2.111	0.037

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y

Sumber: SPSS 2026

Hasil uji t menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu Literasi Keuangan (X<sub>1</sub>), Penggunaan *Paylater* (X<sub>2</sub>), dan Gaya Hidup (X<sub>3</sub>), berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y) karena seluruh nilai *Sig.* berada pada 0,000 (< 0,05) dan nilai *t hitung* masing-masing (2,584 untuk X<sub>1</sub>; 4,714 untuk X<sub>2</sub>; dan 2,111 untuk X<sub>3</sub>) jauh lebih besar dari *t table* (1.984).

**Uji Statistik F (Simultan)**

**Tabel 10**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614.945	3	204.982	49.487	.000 <sup>b</sup>
	Residual	397.645	96	4.142		
	Total	1012.590	99			

a. Dependent Variable: TOTAL\_Y  
 b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Penggunaan *Paylater*, Gaya Hidup

Berdasarkan hasil tabel ANOVA, nilai F hitung sebesar 49.487 lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 2,70, serta nilai Sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif diterima, artinya Literasi Keuangan ( $X_1$ ), Penggunaan *Paylater* ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dengan demikian, model regresi yang dibentuk layak digunakan untuk memprediksi perilaku konsumtif berdasarkan ketiga variabel tersebut.

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Tabel 11**  
**Hasil Uji  $R^2$**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.779 <sup>a</sup>	0.607	0.595	2.035	1.813
a. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Penggunaan <i>Paylater</i> , Gaya Hidup					
b. Dependent Variable: TOTAL_Y					

Sumber: SPSS 2026

Berdasarkan hasil uji pada tabel Model Summary, diperoleh nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,607. Artinya, 60,7% variasi pada perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel Literasi Keuangan ( $X_1$ ), Penggunaan *Paylater* ( $X_2$ ), dan Gaya Hidup ( $X_3$ ). Sementara itu, sisanya sebesar 33,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

**PEMBAHASAN**

**Literasi Keuangan Berpengaruh Negatif terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil perhitungan uji t, literasi keuangan memiliki nilai signifikansi 0,011 ( $< 0,05$ ) dengan koefisien regresi sebesar -0.280, yang berarti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Generasi Z yang memiliki pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih berhati-hati dalam mengelola keuangan, sehingga mampu menekan dorongan untuk melakukan pembelian yang berlebihan. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Mursalim et al., (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, di mana semakin baik literasi keuangan maka semakin rendah kecenderungan untuk melakukan konsumsi berlebihan. Penelitian oleh (Astutik et al., 2024) juga mendukung temuan ini dengan menyebutkan bahwa literasi keuangan berfungsi sebagai pengendali perilaku keuangan agar lebih rasional. Hal serupa ditemukan oleh (I. G. L. P. Putra & Sinarwati, 2023) yang menyatakan bahwa pemahaman keuangan dapat menekan perilaku konsumtif karena individu lebih fokus pada pengelolaan aset jangka panjang.

**Penggunaan *Paylater* Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji t menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* memiliki nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin sering generasi Z menggunakan layanan *paylater*, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian, baik barang kebutuhan maupun keinginan. Fasilitas *paylater*

memberikan kemudahan transaksi dengan menunda pembayaran, yang secara psikologis mengurangi hambatan dalam pengambilan keputusan belanja. Temuan ini diperkuat oleh Astuti et al., (2024) yang menemukan bahwa penggunaan *paylater* berpengaruh signifikan terhadap peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa di kota besar. Ibrahim et al., (2025) menyatakan bahwa layanan *paylater* memperluas kapasitas konsumsi masyarakat muda karena persepsi kemudahan pembayaran mendorong pembelian lebih banyak.

### **Gaya Hidup Berpengaruh Positif terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil uji t menunjukkan bahwa penggunaan *paylater* memiliki nilai signifikansi 0,037 ( $< 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin sering tinggi gaya hidup generasi Z, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian, baik barang kebutuhan maupun keinginan hal ini membuat peningkatan perilaku hidup konsumtif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Fitriyani et al., (2023) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Gaya hidup yang cenderung mengikuti tren dan keinginan sesaat dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak rasional. Selain itu, penelitian oleh Dea Ananda et al., (2024) juga mendukung temuan ini, di mana tren fashion dan gaya hidup yang ditampilkan di media sosial secara signifikan memicu budaya konsumsi yang tinggi di kalangan mahasiswi. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup, terutama yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan media digital, merupakan pendorong utama perilaku konsumtif pada Generasi Z.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif
- 2) Penggunaan *paylater* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif
- 3) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustian, M., Setiawati, R., & Ihsan, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial, Literasi Keuangan dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 193. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5785>
- Ani, H. N., Belinda, P., Mahmudah, A., & Indira, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dan Locus of Control Pada Penggunaan Shopee Paylater. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(2), 509–516. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i2.1082>
- Aprilian, Imainul, R., & Anggita, W. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi Di Universitas Bangka Belitung. *Indonesia Journal of Accounting and Business*, 6(0717), 61–70.
- Astuti, D., Mursida, & Wardani, K. (2024). "MASTER: Jurnal Manajemen Strategik

- Kewirausahaan” Pengaruh Kemudahan Penggunaan Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Lifestyle sebagai Pemoderasi. *Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(2), 147–154.
- Astutik, E. Y., Sriyono, & Sari, H. M. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, Perilaku Keuangan, serta Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Investasi pada Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 15(1), 72–86. <https://doi.org/10.25130/sc.24.1.6>
- Dea Ananda, R. Taufiq Nur Muftiyanto, & Agus Suyatno. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Peningkatan Gaya Konsumtif di Kalangan Generasi Z Kota Solo. *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi*, 1(3), 182–191. <https://doi.org/10.61132/jusbit.v1i3.286>
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fitriyani, I., Karmeli, E., Usman, & Kamaruddin. (2023). ANALISIS PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING THE. 7(3), 73–79.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435–439.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadinata, W., Pratama, I. A., & Iman, N. (2025). Theory of Planned Behaviour Untuk Strategi Komunikasi Kesehatan Mental: Sebuah Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial Dan Informasi*, 10(4), 804–821. <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/indexDOI:http://dx.doi.org/10.52423/jikuho.v10i4.1763>
- Heret, N. P., Dince, M. N., & Romario, F. De. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Ibu Rumah Tangga Desa Rubit Kecamatan Hewoloang. *Jurnal Accountung UNIPA*, 1(2), 152–164.
- Ibrahim, A., Fatihaturrahmah, A., & Aulia, S. C. (2025). Paylater Terhadap Pola Konsumtif Generasi Muda ( Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Sriwijaya ). *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 9(4), 6447–6453.
- Ikhsanudin. (2025). Transformasi Pola Konsumsi Generasi Z Melalui Pemanfaatan E – Wallet Syariah di Era Digital. *Cerdika: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(6), 1880–1893. <https://doi.org/10.59141/cerdika.v5i6.2623>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massarov6i2.4777>
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja Daring Indonesia). *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Putra, T. A., & Sunarmi, S. (2024). Pengaruh Fitur Paylater dan Literasi Keuangan

- Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 5(3), 331–339. <https://doi.org/10.47065/jbe.v5i3.5628>
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi universitas panca sakti bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (4th ed.). Alfabeta.
- Suyanto, A., Hafifuddin, H., Asiyah, D., Warsiati, W., & Kusumaningrum, A. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur). *Indonesian Journal of Economic and Business*, 3(1), 53–61. <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>
- Umami, N., & Maryani, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi universitas Bhinneka PGRI Semester VIII Tahun Akademik 2021/2022. *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(9), 971–979. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.824>
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Determinants of Student Consumptive Behavior. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(01), 37–50.
- Zuliyansah, Z., Yuspira, P., & Pane, S. G. (2024). Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *MOTEKAR: Jurnal Multidisiplin Teknologi Dan Arsitektur*, 2(1), 31–43. <https://doi.org/10.57235/motekar.v2i1.2115>