

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa

Monica Oktaviani¹, Merisa Oktaria¹, Rinto Alexandro^{1*}, Eriawaty¹, Rahman¹

¹Universitas Palangka Raya, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 28 September 2023

Accepted 28 Oktober 2023

Available online 31 Desember 2023

Kata Kunci:

Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

Keywords:

Financial Literacy, Consumptive Behavior, Generation Z

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Palangka Raya. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian menggunakan teknik purposive sampling dengan jumlah 71 orang responden. Adapun teknik pengumpul data dalam penelitian ini yaitu melalui teknik komunikasi langsung yaitu wawancara dan komunikasi tidak langsung melalui instrumen berupa kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa. Dapat dilihat dari hasil regresi linear sederhana pada koefisien regresi variabel X, nilainya sebesar 1,886.

Artinya, setiap penambahan 1 tingkat literasi keuangan (X), maka perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa (Y) akan meningkat sebesar 1,886 yang berarti literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa. Serta diketahui Nilai R Square pada variabel literasi keuangan memberikan kontribusi sebesar 61,5% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan 38,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of financial literacy on generation z consumptive behavior in students of the Faculty of Teacher Training and Education, Palangka Raya University. This research uses descriptive research with a quantitative approach. The research sample used purposive sampling technique with a total of 71 respondents. The data collection techniques in this study are through direct communication techniques, namely interviews and indirect communication through instruments in the form of questionnaires. Based on the results of the research that has been done, the results show that financial literacy has a significant effect on the consumptive behavior of generation Z on students, it can be seen from the results of simple linear regression on the regression coefficient of variable X, the value is 1.886. This means that every additional 1 level of financial literacy (X), the consumptive behavior of generation Z in college students (Y) will increase by 1.886, which means that financial literacy affects the consumptive behavior of generation Z in college students and it is known that the R Square value on the financial literacy variable contributes 61.5% to the consumptive behavior variable, while the other 38.5% is influenced by other factors outside the variables studied.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.



* Corresponding author.

E-mail addresses: rinto.alexandro@fkip.upr.ac.id

1. Pendahuluan

Di era revolusi industri ini, kehidupan sudah serba canggih, serba digital dan serba otomatis. Dimana sudah banyak dirasakan dengan banyaknya pusat perbelanjaan seperti mall, apalagi di zaman modern seperti sekarang ini konsumen semakin dimudahkan untuk membeli suatu produk yang diinginkannya dengan hanya menggunakan smartphone dan bisa melalui aplikasi online marketplace seperti shopee, lazada, tokopedia, bukalapak, blibli atau zalora. bahkan media sosial seperti facebook, instagram, dan tik-tok pun kini sudah memfasilitasi aplikasinya dengan menggunakan online marketplace yang mana para pengguna atau calon konsumen semakin dimudahkan dalam melakukan transaksi jual beli produk yang diinginkan (Abdullah & Suja'i, 2022; Sufatmi & Purwanto, 2021). Dimana pusat-pusat perbelanjaan tersebut memiliki target masing-masing untuk menawarkan barang yang mereka jual, terutama untuk anak muda yang melek internet atau sering disebut dengan generasi Z (Gen-Z). Generasi ini sangat gemar melakukan belanja online dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan terutama melalui jejaring sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, telegram, Tik-tok, Instagram, messenger dan lain sebagainya, sehingga Gen-Z dianggap sebagai generasi yang konsumtif dalam berbelanja di internet dan makan dibandingkan dengan menabung atau berinvestasi sehingga kegiatan tersebut mengarah pada konsumsi yang tidak terbatas tanpa mempertimbangkan perilaku konsumtif (Banaji dan Bhat 2022 dalam Mahendra et al., 2023; Quart dalam Mitra et al., 2019; Taqwa & Mukhlis, 2022).

Menurut (Ramadhani, 2019, dalam Al Arif & Imsar, 2023) perilaku konsumtif adalah tindakan yang tidak rasional dan kompulsif, yang mengarah pada pemborosan ekonomi dan inefisiensi biaya. Menurut (Asisi & Purwantoro, 2020), kemudian pendapat dari (Fransisca & Erdiansyah, 2020) perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang membeli barang berdasarkan rasio dan keinginannya yang kurang diperlukan sehingga menjadi berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Menurut (Tajuddien & Praditya, 2022) Perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan secara berlebihan dalam penggunaan produk. Menurut (Sugiharto et al., 2023) Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membeli barang pemuas kebutuhan yang didasari oleh keinginan daripada kebutuhan. kebutuhan yang didasari oleh keinginan daripada kebutuhan. Menurut (Ritonga et al., 2021) Perilaku konsumtif adalah sikap seseorang yang cenderung menunjukkan sikap yang berlebihan dalam berbelanja suatu produk dan menggunakannya secara tidak wajar atau dengan kata lain membeli suatu produk dengan mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Menurut (Dzakiyyah et al., 2022) Perilaku konsumtif merupakan tindakan yang tidak rasional pada seseorang dalam membeli barang dan/atau menggunakan jasa yang bukan merupakan kebutuhan utamanya secara berlebihan, hanya untuk mendapatkan kesenangan dan gengsi. (Ningsih dan Bawono dalam Hamdan et al., 2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif berkorelasi positif dengan peningkatan citra diri, sehingga dapat dikatakan bahwa penggunaan barang dan jasa untuk tujuan pencitraan diri merupakan perilaku konsumtif.

Sedangkan menurut (Azsahrah et al., 2023) perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk membeli barang dan jasa secara berlebihan, bahkan melebihi kemampuan finansialnya. Sedangkan menurut (Sri Darmawati et al., 2023) Perilaku konsumtif adalah kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi tanpa batas. Menurut (Suminar & Meiyuntari dalam Ninik Srijani, 2018) mendefinisikan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang dan jasa yang mahal dengan intensitas yang semakin meningkat untuk mendapatkan sesuatu yang lebih baru, lebih baik dan lebih banyak serta melebihi kebutuhan yang sebenarnya untuk menunjukkan status sosial, prestise, kekayaan dan keistimewaan, serta untuk mendapatkan kepuasan atas kepemilikan. Jika perilaku konsumtif ini tidak terkendali, seseorang akan kesulitan dalam mengatur keuangan dan kurang bisa menahan diri dalam membelanjakan uang yang dapat mempengaruhi masa depannya (Chandra, 2022). Menurut (Lang & Amstrong 2018, dalam Hidayanti et al., 2023) perilaku konsumtif adalah budaya mengkonsumsi secara berlebihan terhadap sesuatu yang dibutuhkan sehingga terjadi pemborosan.

Mahasiswa lebih mementingkan uang sakunya untuk membeli berbagai macam barang bermerek untuk mengikuti trend terkini dan diakui oleh teman-temannya dibanding untuk

membeli perlengkapan kampus yang lebih penting seperti buku-buku pendukung perkuliahan. Perilaku konsumtif tersebut dapat terlihat oleh mahasiswa yang dengan rela mengeluarkan uangnya untuk memenuhi keinginan bukan kebutuhan (Asisi & Purwantoro, 2020)

Peneliti melakukan studi penelitian pendahuluan melalui observasi dan mengumpulkan data-data dengan menyebarkan angket menggunakan *platform google form* yang kemudian linknya disebarluaskan kepada mahasiswa melalui aplikasi Whatsapp terhadap 25 orang mahasiswa prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Palangka Raya. Data-data yang diperlukan oleh penulis adalah data mengenai perilaku konsumsi mereka sehari-hari. Hasil menunjukkan beberapa poin penting diantaranya mengenai tempat tinggal, sumber biaya hidup dan uang yang mereka gunakan untuk membeli apa saja. Dari 25 orang mahasiswa, ada 2 orang (8%) mahasiswa yang bertempat tinggal dengan orang tua, 3 orang (12%) mahasiswa yang bertempat tinggal bersama keluarga dan kerabat dan 20 orang (80%) mahasiswa bertempat tinggal di kos atau barak. Sebanyak 21 orang (81%) mahasiswa sumber biaya hidup yang mereka dapatkan yang masih di tanggung oleh orang tua dan 4 orang (16%) mahasiswa sumber biaya hidupnya didapatkan dari hasil bekerja. Mahasiswa selain membeli kebutuhan mereka juga menghabiskan uangnya untuk membeli barang yang bukan kebutuhannya. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 9 orang (36%) mahasiswa menggunakan uangnya untuk membeli aksesoris, *fashion*, dan kosmetik, 8 orang (32%) mahasiswa menggunakan uangnya untuk membeli barang diskon dan 1 orang (4%) mahasiswa menggunakan uangnya untuk membeli produk yang lagi trend.

Menindak lanjuti hasil jawaban angket di studi penelitian pendahuluan, maka peneliti melakukan wawancara terhadap 10 orang mahasiswa yang termasuk ke dalam kategori berperilaku konsumtif. Saat diwawancara, ada 2 dari 10 narasumber mengatakan jika mereka membeli suatu barang tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu apakah pembelian yang akan dilakukan itu merupakan pembelian yang benar-benar dibutuhkan atau tidak. Jika menyukai suatu barang maka mereka akan langsung membeli barang tersebut. Sedangkan, sebanyak 9 dari 10 narasumber saat ditanya tentang catatan keuangan, mereka mengatakan bahwa tidak membuat catatan keuangan pribadi selama masa perkuliahan untuk mencatat setiap pengeluaran dan pemasukan yang diterima. Hal tersebut menunjukkan walaupun mereka telah memiliki pengetahuan tentang literasi keuangan selama mengikuti masa perkuliahan manajemen keuangan saat berada pada semester tiga, akan tetapi pengetahuan tersebut belum di terapkan sepenuhnya untuk mengontrol keuangan pribadi dengan baik sehingga cenderung berperilaku konsumtif.

Ciri-ciri perilaku konsumtif dapat dengan mudah diidentifikasi pada diri seseorang, yaitu adanya perilaku pembelian yang tidak didasari oleh pertimbangan, kepuasan pembelian hanya bersifat sesaat, konsumen merasa bersalah dan menyesal setelah membeli (Sugiharto et al., 2023). Tentu saja perilaku konsumtif ini akan menyebabkan pemborosan dalam keuangan mereka tanpa perhitungan yang matang.

Literasi keuangan telah menjadi agenda utama dalam agenda kebijakan yang bertujuan untuk meningkatkan stabilitas sektor keuangan, yang dapat berkaitan dengan pendapatan, pengelolaan keuangan, tabungan, investasi, kredit, dan deposito (Jhonson et al., 2023; Sarpong-Kumankoma, 2023; Wongsowinoto, 2022), Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman yang memadai tentang konsep keuangan, tetapi juga kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang baik, literasi keuangan dalam hal ini diartikan sebagai suatu pengetahuan dan keterampilan serta keyakinan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku mereka untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk mencapai kemakmuran (Alhenawi & Elkhal, 2016; Ritonga et al., 2021).

Selanjutnya menurut (Sugianto et al., 2019, dalam Putri, 2023) Literasi keuangan merupakan kebutuhan dasar yang diperlukan seseorang agar terhindar dari masalah keuangan. Menurut (Azsahrah et al., 2023) Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami dan mengelola keuangannya dengan baik, bagaimana cara mendapatkan, mengelola, menginvestasikan, dan membelanjakan uang dengan bijak sehingga dapat membantu seseorang untuk menghindari hutang yang berlebihan, menabung, dan mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Selanjutnya menurut (Ritonga et al., 2021) Literasi keuangan dalam hal ini diartikan

sebagai suatu pengetahuan dan keterampilan serta keyakinan yang dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya untuk meningkatkan kualitas dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan.

Literasi keuangan telah menjadi sebuah kecakapan hidup yang harus dimiliki oleh setiap individu dalam menjalani kehidupan jangka panjang, untuk itu literasi keuangan sendiri terdiri dari beberapa kemampuan dan pengetahuan mengenai keuangan yang dimiliki oleh seseorang untuk dapat mengelola atau menggunakan sejumlah uang untuk meningkatkan taraf hidupnya, karena literasi keuangan sangat erat kaitannya dengan pengelolaan keuangan dimana semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka akan semakin baik pula pengelolaan keuangan orang tersebut (Baptista, 2021; Fauzia & Nurdin, 2019; Ridhayani & Johan, 2020). Untuk itu, perlu adanya peningkatan literasi keuangan pada diri seseorang agar mampu menjadi pendorong utama inklusi keuangan. Untuk menghindari kesulitan keuangan, setiap orang harus melek keuangan (Mahdzan et al., 2017). Cara untuk meningkatkan literasi keuangan antara lain dengan membuat atau memperbaiki strategi nasional untuk pendidikan keuangan dengan tujuan menawarkan kesempatan belajar literasi keuangan di berbagai tingkat pendidikan (Sugiharto et al., 2023).

Untuk itu, diketahui terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi literasi keuangan mahasiswa, beberapa diantaranya adalah pengaruh disiplin keuangan di keluarga, pembelajaran keuangan di perguruan tinggi, pengaruh teman sebaya, dan perilaku keuangan. (Andriyani et al., 2022). Berdasarkan beberapa faktor tersebut, faktor pembelajaran keuangan di perguruan tinggi memegang peranan penting dalam proses pembentukan literasi keuangan dan keberadaan mereka di lingkungan ekonomi yang semakin beragam dan kompleks, tentunya harus ada kebutuhan yang lebih besar untuk dipenuhi. Pembelajaran yang diajarkan di bangku kuliah tentunya menjadi modal awal bagi mahasiswa dalam memperoleh pengetahuan terkait literasi keuangan, bagaimana membentuk karakter atau kebiasaan bagaimana mengelola keuangan dengan baik. Karena mahasiswa merupakan subjek yang paling mudah untuk mengikuti perubahan arus globalisasi yang identik dengan hal-hal yang berbau modern. Lemahnya literasi keuangan pada mahasiswa untuk berfikir secara rasional dalam memanfaatkan penggunaan uang saku mereka, akan berdampak pada rendahnya keinginan untuk menabung dan akan berujung pada perilaku konsumtif. Untuk itu pentingnya literasi keuangan terhadap pengambilan keputusan keuangan mahasiswa (Aribawa & Widyatini, 2017; Jureviciene & Jermakova dalam Hartini et al., 2022; Miftahul Jannah et al., 2021). Memberikan literasi keuangan yang baik akan membantu mereka dalam pengelolaan keuangan yang baik (Sari et al., 2022).

Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan dapat memilih barang atau jasa yang mereka konsumsi sesuai dengan kebutuhan, dan mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik akan berhati-hati dan selektif dalam membelanjakan uangnya, sehingga lebih rasional dan tidak berperilaku konsumtif. Namun sebaliknya, jika mereka kurang memiliki literasi keuangan, maka mereka akan cenderung boros dan mengarah pada perilaku konsumtif (Hamdan et al., 2020; Kumalasari & Soesilo, 2019). Melalui peningkatan literasi keuangan mahasiswa diharapkan dapat membantu mereka memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan, serta diharapkan melalui literasi keuangan, mahasiswa dapat mengambil keputusan yang efektif dan praktis untuk kehidupan sehari-hari (Azsahrah et al., 2023; Suparno et al., 2022; Saputra & Maradona, 2023).

Adapun penelitian yang telah dilakukan oleh (Wahyuni, 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan. Selanjutnya penelitian yang juga telah dilakukan oleh (Dzakiyyah et al., 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh langsung positif signifikan terhadap perilaku konsumsi.

Dari uraian beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, dapat diketahui bahwa literasi keuangan begitu sangat penting dalam mempengaruhi pengelolaan keuangan seseorang untuk lebih rasional dalam pengeluarannya, sehingga hal ini mengharuskan peneliti untuk mengkaji lebih dalam terkait pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya. Adapun tujuan untuk mengetahui besarnya

pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa pendidikan ekonomi fkip universitas palangka raya.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa pendidikan ekonomi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya yang berjumlah 239 mahasiswa.

Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel *non-probability sampling* yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel dengan pendekatan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2014).

Adapun karakteristik sampel penelitian sebagai berikut:

- a. Berusia 19-26 tahun
- b. Mahasiswa aktif Program Studi Pendidikan Ekonomi
- c. Sudah menempuh mata kuliah Manajemen Keuangan.

Populasi yang diketahui jumlahnya cukup besar, maka digunakan tingkat kesalahan 10%. Dengan menggunakan perhitungan Rumus Slovin untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui (N) pada taraf signifikan α adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N\alpha^2}$$

Keterangan:

- n = Sampel Minimal
 N = Banyaknya Populasi
 α = Taraf Signifikan

(Sunnyoto, 2013)

Dalam rumus slovin ada ketentuan sebagai berikut :

niali $\alpha = 0,1$ (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

niali $\alpha = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi, rentan sampel yang dapat ditarik dari teknik solvin antara 10-20% dari populasi penelitian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{239}{1 + 239 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{239}{1 + 2.39} = 70.50$$

Dari hasil perhitungan diatas diperoleh sampel 70.50 dibulatkan menjadi 71. Sehingga, peneliti mengambil sampel 71 responden.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa:

- 1) Teknik Komunikasi yaitu cara mengumpulkan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data. Dalam pelaksanaannya menggunakan teknik komunikasi langsung yaitu wawancara dan komunikasi tidak langsung melalui instrumen yang digunakan berupa kuesioner untuk memperoleh data terkait literasi keuangan dan perilaku konsumtif.
- 2) Teknik studi documenter merupakan teknik pengumpulan data berupa bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah dokumentasi berupa dokumentasi gambar pada saat pelaksanaan di lokasi penelitian.

Selanjutnya dalam menganalisis data yang diperoleh digunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

3. Hasil dan pembahasan

Hasil Statistik

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Uji Statistik	Asymp. Sig. (2-tailed)
Perilaku Konsumtif	0,082	.200c,d
Literasi Keuangan	0,144	.092e

Tabel 1 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Literasi Keuangan (X) = 0,200 yang menunjukkan hasil lebih dari 0,05, artinya berdistribusi normal
- 2) Perilaku Konsumtif (Y) = 0,092 yang menunjukkan hasil lebih dari 0,05, artinya berdistribusi normal

2. Uji Linieritas

Tabel 2. Hasil Uji Linearitas

Informasi	F	Sig.
Deviation from Linearity	1,428	,149

Berdasarkan hasil uji linieritas yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai Significant Deviation from linearity sebesar 0,149 > 0,05, dan diketahui bahwa nilai hitung data hasil uji linieritas variabel literasi keuangan (X1) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y) diperoleh nilai koefisien F hitung < F tabel yaitu 1,428 < 1,65, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan yang linier antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa. Karena nilai Significant Deviation from linearity sebesar 1,428 jauh lebih besar dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumtif mahasiswa.

Regresi Linier Sederhana

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients
Constant	-29,176
literasi keuangan	1,886

Dengan persamaan $Y = a + bX$
 $Y = -29,176 + 1,886X$

Ini berarti:

Jika X bernilai 0; maka Y akan konstan sebesar -29,176 dan setiap kenaikan X sebesar 1 akan meningkatkan nilai Y sebesar 1,886.

- 1) Angka tersebut merupakan angka konstanta yang berarti bahwa literasi keuangan (X) bernilai 0, maka nilai perilaku konsumtif (Y) sebesar -29,176.
- 2) Koefisien regresi variabel X, nilainya sebesar 1,886. Hal ini berarti setiap penambahan 1 literasi keuangan (X), maka perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 1,886 yang berarti literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa.

Uji R Square atau Uji Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.784 ^a	.615	.609	7,817

Berdasarkan tabel output SPSS di atas, dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,615. Nilai R Square ini berasal dari mengkuadratkan nilai koefisien korelasi R, yaitu = $0,784 \times 0,784 = 0,615$. Interpretasi yang diperoleh R Square = 0,615 = 61,5%.

Tabel 5. Interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat/Kategori Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Tabel 5 menunjukkan hasil R Square sebesar 0,615 (61,5%) dengan interval koefisien yaitu: 0,60 - 0,799 termasuk dalam kategori tinggi. Artinya hubungan antara kedua variabel yang diteliti memiliki hubungan yang kuat. Hal ini dapat dilihat dari variabel bebas yang diteliti memiliki kontribusi sebesar 61,5% (tinggi) terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh lebih < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$, dan nilai t hitung > t tabel yaitu $10,499 > 1,669$, serta diketahui nilai R Square variabel literasi keuangan memberikan kontribusi sebesar 61,5% terhadap variabel perilaku konsumtif, yang berarti variabel Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa pendidikan ekonomi.

Literasi keuangan merupakan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan seseorang dalam mengelola keuangan pribadi. Sedangkan perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang dalam melakukan sesuatu yang menjadi kebiasaan secara berlebihan dalam penggunaan uang pribadinya.

Ketika mahasiswa mempunyai tingkat literasi keuangan yang rendah, artinya bisa disebabkan kurang dalam memahami konsep pengelolaan keuangan dengan baik, sehingga menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif tanpa adanya kendali diri, mana kebutuhan yang menjadi skala prioritas dan mana yang tidak. Lebih suka berbelanja hanya untuk memenuhi keinginan mereka, bukan atas dasar kebutuhan. Akan tetapi sebaliknya jika setiap mahasiswa memiliki literasi keuangan yang tinggi, sudah pasti tentu memiliki pengetahuan yang baik terkait bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik, dari mulai membuat rincian anggaran, membuat prioritas pengeluaran, artinya segala sesuatu yang di keluarkan lebih pada rasional.

Melalui peningkatan literasi keuangan, mahasiswa Pendidikan Ekonomi generasi z dapat menjadi sadar dan terarah, bahwa begitu pentingnya pengelolaan keuangan yang baik, tidak melakukan pemborosan, lebih memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginan terhadap suatu barang, dan mampu untuk menabung dengan tujuan untuk jangka panjang. Oleh karena itu, melalui literasi keuangan yang baik dapat berdampak positif pada manajemen pengelolaan keuangan mahasiswa dan tentu juga dapat mengurangi timbulnya perilaku konsumtif yang bisa saja merugikan mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung beberapa penelitian sebelumnya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Wahyuni,2022) bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan pada generasi z. Selanjutnya penelitian yang dilakukan juga oleh (Dzakiyyah et al., 2022) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumsi. Dengan demikian, dalam hal ini dapat dikatakan

bahwa literasi keuangan memiliki peran penting dalam mengelola keuangan seseorang agar lebih terencana dan terarah dalam penggunaannya.

4. Simpulan dan saran

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada mahasiswa FKIP Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya, dimana diketahui nilai R Square variabel literasi keuangan memberikan kontribusi sebesar 61,5% terhadap variabel perilaku konsumtif, sedangkan 38,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti. Untuk itu melalui literasi keuangan, mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dan berbelanja sesuai dengan kebutuhan serta lebih mempertimbangkan manfaat dari suatu barang yang ingin dibeli ketika berbelanja.

Ucapan terimakasih

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Bapak Wijanarka, S.T., M.T. selaku Plt. Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya yang telah memberikan izin penelitian.
- 2) Bapak Drs. Offeny, M.Si selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Palangka Raya.
- 3) Merisa Oktaria, M.Si selaku ketua program studi pendidikan ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya.

Akhir kata, penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya bagi pengembangan intelektual kita

Daftar Rujukan

- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, 8(2), 72–84. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Al Arif, N., & Imsar, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*, 3(2), 406–428. <https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2293>
- Alhenawi, Y., & Elkhal, K. (2016). *Financial literacy of U . S . households : Knowledge vs . long- term financial planning*. July.
- Andriyani, S. S., Budidharmanto, L. P., & Junianto, Y. (2022). Effects of Financial Literacy and Financial Management Teaching on Financial Behavior (Student Study of Hotel & Tourism Business Study Program). *Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 20(2), 139–148. <https://doi.org/10.31253/pe.v20i2.1180>
- Aribawa, D., & Widyatini, I. R. (2017). Creative Business Financial Literacy in Yogyakarta. *International Journal of Social ...*, 1, 108–115. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/article/view/10528>
- Asisi, I., & Purwantoro. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 107–118. <https://journal.upp.ac.id/index.php/Hirarki/article/view/671/426>
- Azsahrah, S., Jasman, J., Asriany, & Ardhana, M. A. (2023). The Effect of Financial Literacy and Online Shopping on Student Consumptive Behavior. *Jurnal Economic Resource*, 6(1), 76–82. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.561>
- Baptista, S. M. J. (2021). The Influence of Financial Attitude, Financial Literacy, and Locus of Control on Financial Management Behavior (Study Case Working-Age of Semarang). *International Journal of Social Science and Business*, 5(1), 93–98. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v5i1.31407>
- Chandra, E. V. (2022). The Influence of Fanaticism and Consumptive Behavior Towards Financial

- Literacy in K-Pop Fans: A Study In An Entrepreneurship-Based University. *Jurnal Entrepreneur Dan Entrepreneurship*, 11(2), 89–100. <https://doi.org/10.37715/jee.v11i2.2753>
- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). the Effect of Financial Literacy and Self-Control on the Consumptive Behavior of State Senior High School Students in East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 71–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.271>
- Fauzia, A. N., & Nurdin. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. *Prosiding Manajemen*, 5(1), 79–84.
- Fransisca, C., & Erdiansyah, R. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6997>
- Hamdan, U., Eka, D., Bakar, S. W., & Syathiri, A. (2020). *The Effect of Financial Literacy on University Student Consumptive Behavior: Case Study on the Economic Faculty of Sriwijaya University*. 142(Seabc 2019), 108–113. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200520.019>
- Hartini, L. P. Y., Suarmanayasa, I. N., & Sinarwati, N. K. (2022). The Influence of Internal and External Factors on Investment Decisions with Financial Literature as Moderate Variables. *International Journal of Social Science and Business*, 6(1), 91–102. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i1.44028>
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Endratno, H. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, And Peer Conformity On Student's Consumptive Behavior. *International Journal Of Economics, Business And Accounting Reseach (IJEBAR)*, 2023(1), 1–14.
- Jhonson, B., Andriani, R., Noviana, I., & Tamara, D. (2023). *Well-Being Through Spending , Saving , and Investment Behavior in Indonesia*. 6(2), 157–168.
- Kumalasari, & Soesilo. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 61–71. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/index>
- Mahdzan, N. S., Mohd-Any, A. A., & Chan, M. K. (2017). The influence of financial literacy, risk aversion and expectations on retirement planning and portfolio allocation in Malaysia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 19(3), 267–289. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.24441>
- Mahendra, R., Nugroho, M., & Pristiana, U. (2023). Pengaruh Status Ekonomi, Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Dengan Perilaku Konsumtif. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(1). <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.266>
- Miftahul Jannah, A., Murwatiningsih, M., & Oktarina, N. (2021). The Effect of Financial Literacy, Social Media, and Social Environment towards The Consumptive Behavior of Students at SMA Negeri Kabupaten Jepara. *Jee*, 10(2), 85–93. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). Consumptive Behavior of Students in Shopping Online and Implications in Guidance and Counseling Services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3(2), 120. <https://doi.org/10.24036/00132za0002>
- Ninik Srijani, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v6i1.2186>
- Putri, L. P. (2023). The Role of Self-Control in Mediating the Effects of Using E-Money and Financial Literacy on Student Consumptive Behavior. *Proceeding Medan International Conference Economics and Business*, 1(January), 853–864.
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>
- Ritonga, M., Windari, F., Sihite, T. H., & ... (2021). The Influence of Financial Literacy, Financial Inclusion and Consumptive Behavior on Student Interests in Management Department,

- Faculty of Economics and *Research and Critics ...*, 4005–4013. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/2168>
- Sari, D. E., Selviana, E. A., Brilliani, Asila, N. F., & Jannah, M. (2022). The Effect of Financial Literature and Financial Technology on Financial Inclusion Among Accounting Student. *International Journal of Social Science and Business*, 6(3), 310–315. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v6i3.40508>
- Sarpong-Kumankoma, E. (2023). Financial literacy and retirement planning in Ghana. *Review of Behavioral Finance*, 15(1), 103–118. <https://doi.org/10.1108/RBF-05-2020-0110>
- Sri Darmawati, L. E., Ruski, R., Jannah, R., & Jailani, A. (2023). The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Students' Consumptive Behavior. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 5(1), 013–020. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v5i1.2344>
- Sufatmi, N., & Purwanto, E. (2021). the Effect of Financial Literature, Lifestyle, and Self-Control on Consumption Behavior on Online Shopping By State Students of State Universities in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Balance*, 17(2), 317–324. <https://doi.org/10.26618/jeb.v17i2.6207>
- Sugiharto, B., Simanungkalit, R. V, Siregar, I., & Andriani, M. (2023). *Enrichment : Journal of Management Effect of financial literacy at consumptive behavior of X " university students in Medan City*. 13(2).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metode dan instrumen penelitian : ekonomi dan bisnis*. Yogyakarta : CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparno, S., Saptono, A., Wibowo, A., & Putri, N. (2022). Effect of Financial Literacy and Learning Achievement on Student Consumptive Behaviour. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(4), 4929–4938. <https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i4.1688>
- Tajuddien, R., & Praditya, A. (2022). Pengaruh Sosial Media terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Online Marketplace. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 180. <https://doi.org/10.32493/arastirma.v2i2.23169>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831. <https://doi.org/10.24843/eeb.2022.v11.i07.p08>
- Wahyuni, U. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Provinsi Jambi. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13. <https://repository.unja.ac.id/37439/>
- Wisnu Saputra, G., & Maradona, A. F. (2023). The Effect of Herding Behavior on Millennial Generation Intentions in Investing Crypto Assets. *International Journal of Social Science and Business*, 7(2), 326–334. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v7i2.55119>
- Wongsowinoto, F. (2022). The Effect of Financial Knowledge, Technology, and Behavioral Control on Student Financial Behavior. *International Journal of Accounting Finance in Asia Pasific*, 5(3), 50–60. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v5i3.1879>