

## LITERASI KEUANGAN, PENGGUNAAN *E-MONEY*, KONTROL DIRI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE*

Yusuf Aulia Rakhman<sup>1</sup>, Tri Kartika Pertiwi<sup>2</sup>  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur<sup>1,2</sup>  
tri.pertiwi.mnj@upnjatim.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara literasi keuangan, penggunaan uang elektronik, pengendalian diri, dan faktor gaya hidup pada internet shoppers Generasi Z Surabaya. Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 109 responden. Structural Equation Modeling (SEM) dengan menggunakan pendekatan Partial Least Squares (PLS) merupakan metode analisis yang digunakan. Hasil penelitian menunjukkan, a) variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,261 dan nilai *P Values* adalah  $0,015 < 0,05$ ; b) variabel *electronic money* terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,301 dan nilai *P Values* adalah  $0,019 < 0,05$ ; c) variabel kendali diri terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *path coefficients* sebesar -0,162 dan nilai *P Values* adalah  $0,033 < 0,05$ ; d) variabel gaya hidup terhadap perilaku konsumtif memiliki nilai *path coefficients* sebesar 0,251 dan nilai *P Values* adalah  $0,012 < 0,05$ . Simpulan, meskipun penggunaan uang elektronik memiliki dampak menguntungkan yang substansial pada perilaku konsumen saat berbelanja *online*, literasi keuangan memiliki dampak negatif yang besar. Selain itu, gaya hidup memiliki dampak menguntungkan yang kuat pada konsumsi saat membeli secara *online* sementara pengendalian diri memiliki dampak negatif yang besar.

**Kata Kunci:** *Electronic Money*, Gaya Hidup, Kendali Diri, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif

### ABSTRACT

*The purpose of this study was to examine the relationship between financial literacy, use of electronic money, self-control, and lifestyle factors in Generation Z internet shoppers in Surabaya. This research method is quantitative. The sample used in this study consisted of 109 respondents. Structural Equation Modeling (SEM) using the Partial Least Squares (PLS) approach is the analytical method used. The results of the study show, a) the financial literacy variable on consumptive behavior has a path coefficients value of -0.261 and a P value of  $0.015 < 0.05$ ; b) the electronic money variable on consumptive behavior has a path coefficient value of 0.301 and a P value of  $0.019 < 0.05$ ; c) the self-control variable on consumptive behavior has a path coefficients value of -0.162 and a P value of  $0.033 < 0.05$ ; d) the lifestyle variable on consumptive behavior has a path coefficients value of 0.251 and a P value of  $0.012 < 0.05$ . In conclusion, although the use of electronic money has a substantial beneficial impact on consumer behavior when shopping online, financial literacy has a large negative impact. Moreover, lifestyle has a strong beneficial impact on consumption when purchasing online while self-control has a large negative impact.*

**Keywords:** *Electronic Money, Lifestyle, Self Control, Financial Literacy, Consumptive Behavior*

## PENDAHULUAN

Munculnya fenomena baru dalam berbelanja yaitu berbelanja secara daring (*Online shopping*) akibat pandemi *Covid-19* membuat pola konsumsi masyarakat berkembang yang didukung dengan adanya ekonomi digital. Berbelanja *online* dilakukan antara penjual dan pembeli melalui media internet dengan membuka situs-situs belanja *online (e-commerce)* (Haryanto, 2022). Fenomena belanja *online (e-commerce)* sangat diminati masyarakat karena keunggulan yang dimiliki, pertama karena penggunaannya hanya perlu bertransaksi di rumah cukup memesan secara *online* dan barang dikirim menuju rumah pemesan. Selanjutnya, keistimewaan yang akan didapatkan adalah efisiensi masa tunggu dan penggunaan kendaraan serta tidak perlu keluar rumah untuk berbelanja, sehingga hemat waktu dan bahan bakar serta dapat mengkomparasi uang yang harus dikeluarkan untuk barang dari beberapa lokasi belanja daring secara cepat. Terakhir, waktu buka perbelanjaan daring dapat diakses sewaktu-waktu hal tersebut memberi banyak waktu untuk konsumen dalam menentukan pilihan (Arifin, 2022).

Indonesia menduduki ranking nomor 5 dunia dengan persentase pengguna sebesar 36% sebagai negara paling sering belanja *online* (Databoks, 2022). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan bahwa kategori pembelian produk suatu barang yang dilakukan di pasar *online* dilakukan oleh sekitar 88,1% pengguna internet yang berada di Indonesia, jumlah pengguna internet tersebut membuat Indonesia sebagai peringkat pertama di dunia yang melakukan belanja *online* berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We Are Social per April 2021* (CNN Indonesia, 2021). Perkembangan teknologi yang memberikan kemudahan dalam berbelanja berdampak terhadap pola belanja masyarakat yang seharusnya belanja guna memenuhi kebutuhannya akan tetapi skala prioritasnya berubah untuk barang yang tersier atau mengikuti tren. Pembelian berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan akan berdampak negatif terhadap kondisi keuangan seseorang yang menyebabkan seseorang hidup boros sehingga dapat berimplikasi pada kondisi keuangan tidak stabil dan mendorong perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif seringkali ditemukan pada kelompok remaja karena remaja umumnya bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang berlaku dalam suatu kelompok agar mendapatkan penerimaan dalam kelompoknya. Upaya remaja agar tidak dikucilkan adalah berusaha mengikuti hal-hal yang dilakukan oleh kelompoknya

agar tidak dianggap berbeda atau biasa yang disebut dengan konformis (Wardani & Anggadita, 2021). Sama halnya dengan generasi Z, mereka akan melakukan segala cara untuk terus memperbaiki hal-hal yang menurut mereka sudah tidak atraktif, mereka selalu mencoba untuk menggunakan barang-barang yang terbaru dengan tujuan mengikuti tren sehingga berakibat munculnya perilaku yang konsumtif agar dapat diterima oleh kelompok mereka. Berdasarkan survei sosial ekonomi nasional 2019 di Indonesia menunjukkan 3,8 juta Generasi Z gemar belanja *online* (Skata.info, 2021). Berdasarkan survei *Erns & Young* tentang perbedaan pola berbelanja antara milenial dengan Generasi Z, Alasan-alasan Generasi Z berbelanja *online* adalah untuk menghemat waktu (63%), produk *online* memiliki pilihan lebih baik (53%), lebih murah (50%), dan mudah mencari produk (34%) (Faspay, 2017). Saat ini Generasi Z menjadi generasi terbanyak di dunia pada tahun 2020 jumlah mereka mencapai 2,5 miliar. Fenomena tersebut juga dialami oleh Indonesia, Generasi Z Indonesia telah mendominasi jumlah total populasi sebanyak 27,94% diikuti oleh generasi milenial sebanyak 25,87% dan generasi X sebanyak 21,88% berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun (Kompas.com, 2022).

Kota Surabaya memiliki populasi Gen Z mencapai 25,79% dari total penduduk (Kompas.com, 2022). Hal tersebut membuat transaksi belanja *online* yang terjadi di Kota Surabaya sangat tinggi. Pada tahun 2021, Surabaya menjadi kota ketiga dengan tingkat penjualan tertinggi secara daring (CNBC Indonesia, 2022). Masyarakat kota besar cenderung berperilaku konsumtif yang tidak mementingkan kegunaan dari barang yang dibeli dan cenderung mempertimbangkan gengsi (Hartari, 2016). Sifat konsumtif masyarakat kota yang diimbangi kemampuan menggunakan teknologi canggih mendorong mereka gemar berbelanja *online*, sehingga tidak menutup kemungkinan kota Surabaya menjadi kota dengan masyarakat terutama generasi Z dengan angka belanja *online* (*e-commerce*) tertinggi.

Perilaku konsumtif belanja *online* Generasi Z dapat disebabkan beberapa faktor seperti literasi keuangan, adanya *e-money*, kontrol diri, dan gaya hidup. Literasi keuangan merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memahami dan mengelola keuangannya dengan baik dengan tujuan meningkatkan kepuasan hidup (Yuniningsih & Taufiq, 2019). Pengetahuan literasi keuangan diharapkan individu dapat memprioritaskan kebutuhan daripada keinginan agar terhindar dari pola

konsumtif. Didukung penelitian Nainggolan (2022) literasi memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap para pekerja produksi PT Pertamina RU V Balikpapan. Sudiro & Asandimitra (2022) juga sependapat bahwa literasi keuangan memiliki dampak negatif signifikan pada perilaku konsumtif.

Selain literasi keuangan kemudahan transaksi akibat kemajuan teknologi. Perkembangan ilmu pengetahuan di bidang teknologi telah menghasilkan banyak ide dan gagasan sekaligus produk yang memudahkan orang untuk menjalani kehidupan sehari-hari (Pertiwi & Purwanto, 2021). Finansial seperti *e-money* mendorong individu untuk berbelanja. Penggunaan *e-money* membawa kecenderungan perilaku konsumtif. Hal tersebut terjadi karena dalam penggunaan uang elektronik untuk transaksi *online* secara mental tidak merasa sadar akan uang yang dikeluarkan berakibat timbulnya kegembiraan dalam melakukan belanja (Dewi et al., 2021). Didukung penelitian Sudiro & Asandimitra (2022) menyimpulkan bahwa uang elektronik berdampak positif terhadap perilaku konsumtif. Ramadani (2016) mengatakan antara penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap pengeluaran konsumsi Generasi Z memiliki pengaruh positif dan signifikan.

Kontrol diri berperan penting dalam pengelolaan keuangan. Kendali diri melakukan salah satu aspek yang penting dalam diri seseorang yang berguna untuk setiap keputusan yang dilakukan oleh individu berdasarkan hati dan pikiran yang baik, sehingga tidak menggantungkan keputusan terhadap orang lain. Seseorang yang memiliki pengambilan keputusan yang buruk akan berdampak buruk terhadap pengelolaan keuangan, karena akan sulit untuk mengontrol keputusannya untuk mengutamakan kebutuhan daripada keinginan (Chinen & Endo, 2012). Remaja memiliki kontrol diri yang kurang baik. Sifat labil remaja membuat mereka selalu mengikuti hal-hal yang baru baik dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam hal kemewahan, hal ini karena remaja masih berusaha untuk menemukan jati diri mereka (Nasihah & Listiadi, 2019). Hal ini didukung penelitian Sudiro & Asandimitra (2022) bahwa kontrol diri secara negatif memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Milenial.

Hal yang tidak lepas dari aktivitas pengelolaan keuangan pribadi adalah gaya hidup. Generasi Z sangat aktif bersosial media membuat gaya hidup mereka cenderung hedonis. Kecenderungan untuk mengikuti tren di sosial media agar diterima di

kelompoknya membuat mereka berbelanja berdasarkan keinginan dan menjadi lebih konsumtif. Pulungan & Febriaty (2018) menyebutkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup dengan tindakan konsumtif mahasiswa. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk meneliti mengenai perilaku konsumtif Generasi Z berdasarkan aspek literasi keuangan, *e-money*, kontrol diri, dan gaya hidup. Tujuan penelitian yang dilakukan ini adalah mengetahui apakah literasi keuangan, *e-money*, kontrol diri, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

## **KAJIAN TEORI**

### **Teori Perilaku Terencana**

Perkembangan gagasan tindakan beralasan adalah teori perilaku terencana. Menurut gagasan tindakan beralasan, sikap terhadap perilaku dan standar subjektif berdampak pada niat seseorang untuk berperilaku (Fishbein & Ajzen, 1975). Ajzen (1991) kemudian menambahkan faktor ketiga kontrol perilaku yang dirasakan individu ke dalam persamaan, yang mana elemen ini dapat mengubah teori tindakan beralasan menjadi teori perilaku terencana.

Sikap terhadap perilaku menjadi faktor kunci yang dapat memprediksi tindakan seseorang berdasarkan Teori Perilaku Terencana. Namun, mempertimbangkan faktor lain seperti norma subjektif dan *perceived behavioral control* dalam mengukur perilaku seseorang juga diperlukan. Apabila seseorang memiliki sikap yang positif, mendapat dukungan dari orang lain, serta percaya bahwa tindakan tersebut mudah dilakukan tanpa hambatan, maka niat untuk melakukan tindakan tersebut akan semakin tinggi (Ajzen, 1991).

### **Perilaku Konsumtif**

Kebiasaan dalam membeli barang atau menggunakan jasa tanpa mempertimbangkan secara rasional apakah barang atau jasa tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak merupakan perilaku konsumtif. Orang yang memiliki perilaku konsumtif biasanya lebih memilih memenuhi keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya (Purwanto, 2019). Memotivasi diri sendiri, merasa nyaman dengan diri sendiri, belajar dari observasi dan pengalaman, memiliki konsep diri yang positif, dan menjalani gaya hidup aktif adalah variabel internal yang mempengaruhi cara seseorang

mengonsumsi. Budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan demografi merupakan kekuatan luar yang mempengaruhi kebiasaan konsumsi seseorang. Menurut pembenaran ini, perilaku konsumtif digambarkan sebagai tindakan yang melibatkan konsumsi makanan yang berlebihan karena tidak memiliki prioritas yang lebih tinggi dalam hidup daripada memuaskan keinginan untuk memperoleh sesuatu yang bukan merupakan kebutuhan. Meskipun sisi luar konsumsi dilihat melalui lingkungan, media sosial, dan budaya, sisi internal konsumsi dilihat melalui konsep diri, gaya hidup, literasi keuangan, kepribadian, dan motivasi.

### **Literasi Keuangan**

Pengetahuan individu terkait dengan uang selanjutnya bisa disebut sebagai literasi keuangan. Menurut Roestanto (2017), literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai serangkaian prosedur atau tindakan yang meningkatkan pengetahuan, keahlian, dan kepercayaan diri anggota masyarakat sehingga mereka dapat menangani uang mereka sendiri dengan lebih efektif. Literasi keuangan bertujuan untuk mendidik nasabah tentang keuntungan dan bahaya produk keuangan serta hak dan tanggung jawab mereka sebagai pembeli sehingga mereka dapat membuat pilihan keuangan yang lebih baik yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka. Lebih lanjut diklarifikasi oleh Chen & Volpe (1998) Kapasitas untuk membaca, mengevaluasi, mengelola, dan menjelaskan keadaan keuangan yang berdampak pada kesejahteraan material disebut sebagai literasi keuangan. Informasi Keuangan, Perencanaan Keuangan, dan Kesiapan Mengambil Risiko Keuangan adalah tiga ukuran utama literasi keuangan. (Fernandes et al., 2014).

### ***Electronic Money***

Nilai uang elektronik disimpan dalam media elektronik tertentu, menjadikannya sebagai komoditas finansial yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran. Nilai uang dimasukkan ke dalam nilai uang di media elektronik, menurut penjelasan Rivai tahun 2007. Uang elektronik didefinisikan sebagai sejenis alat pembayaran elektronik yang dapat diperoleh dengan cara menyetorkan sejumlah uang terlebih dahulu kepada penerbit atau oleh mendebet rekening bank. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yogananda & Dirgantara (2017) terdapat tiga indikator *electronic money* yaitu manfaat dan keuntungan, kemudahan, dan kepercayaan.

### **Kendali Diri**

Kontrol diri adalah kemampuan untuk menahan perilaku seseorang untuk mencapai tujuan tertentu. Kontrol diri menunjukkan bahwa sebelum bertindak, seseorang menimbang apa yang baik dan benar dalam situasi tersebut. Menurut Averill (1973), kontrol diri adalah sifat psikologis yang mencakup kemampuan seseorang untuk mengubah perilaku dan memutuskan tindakan yang dia yakini dengan kuat. Berdasarkan penelitian Tangney et al., (2004) disiplin diri, tidak bertindak impulsif, kebiasaan sehat, etos kerja, dan dapat diandalkan adalah lima tanda pengendalian diri.

### **Gaya Hidup**

Sudut pandang seseorang, yang tercermin dari hobi dan minat yang mereka pilih merupakan gaya hidup. Pendapat individu tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan hidupnya dibentuk oleh aktivitas tersebut. Menurut Kotler (2002), kegiatan, minat, dan ide seseorang merupakan gaya hidup mereka. Ini menggambarkan bagaimana seseorang secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungannya. Berdasarkan penelitian Sufatmi & Purwanto (2021) indikator gaya hidup yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*).

### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

Penelitian ini menyebutkan manajemen keuangan yang terdiri dari pilihan-pilihan investasi, pembiayaan, dan manajemen aset yang bijak, berhubungan langsung dengan literasi keuangan seseorang. Semakin melek finansial seseorang, semakin banyak tekanan yang ada pada mereka untuk membatasi pengeluaran mereka. Literasi keuangan membantu mengembangkan pengetahuan manajemen keuangan untuk mencapai kehidupan yang lebih baik secara finansial di masa depan. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Nainggolan (2022) menyimpulkan literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif

### **Pengaruh *Electronic Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

Dalam penelitian ini pengaruh penggunaan uang elektronik (*e-money*) terhadap perilaku konsumtif yaitu penggunaan *electronic money* memicu konsumsi dan permintaan terhadap barang dan jasa yang lebih tinggi. Dengan perkembangan

teknologi dan inovasi saat ini, seseorang enggan membawa uang dalam jumlah yang besar di dalam sakunya, hal ini dikarenakan alasan tidak nyaman dan tidak praktis. Jadi dengan kemudahan dan keuntungan yang diberikan oleh uang elektronik jika digunakan terus menerus akan semakin meningkatkan perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian Sudiro & Asandimitra (2022), menyimpulkan penggunaan *electronic money* berpengaruh secara positif pada perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

Karena pengendalian diri dapat membimbing dan mengatur orang untuk bertindak positif, termasuk membelanjakan uang, hal itu memainkan peran penting dalam pemeriksaan penelitian ini terhadap proses pembelian suatu barang. Tingkat pengendalian diri yang tinggi memungkinkan seseorang untuk mengelola kebiasaan membeli mereka sedemikian rupa sehingga memenuhi kebutuhan mereka, bukan hanya kesenangan mereka. Sejalan dengan penelitian Sudiro & Asandimitra (2022) menyimpulkan kontrol diri memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online***

Menurut penelitian ini, gaya hidup seseorang dapat mempengaruhi cara mereka menangani uang, termasuk apakah mereka membeli secara *online*. Seseorang akan lebih cenderung untuk bertindak secara konsumtif jika gaya hidupnya semakin makmur. Hal tersebut sesuai dengan penelitian Wahyuni et al. (2019) gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dampak variabel *financial literacy*, *electronic money*, kontrol diri, serta gaya, hidup terhadap perilaku konsumtif seseorang, sehingga penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Generasi Z kota Surabaya sebagai unit populasi yang digunakan dalam penelitian. *Purposive sampling* dipilih sebagai teknik pengambilan sampel serta digunakan dalam penentuan jumlah sampel, penentuan sampel menggunakan rumus yaitu jumlah sampel adalah indikator penelitian dikali 5-10 indikator sehingga didapat responden minimal sebanyak 95 orang. Dalam kebutuhan data penelitian ini membutuhkan data primer dan sekunder.

Menyebarkan kuesioner yang diukur menggunakan *skala likert* digunakan sebagai data primer, sedangkan melalui studi kepustakaan yang berasal dari buku, website resmi, serta artikel terkait yang berkaitan dengan topik penelitian digunakan sebagai acuan data sekunder. Dalam analisis data penelitian menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

## HASIL PENELITIAN

### Uji SmartPLS

Untuk menyelidiki pengaruh berbagai faktor yang berhubungan dengan variabel yang diuji, digunakan regresi linier berganda. Tabel 1 menunjukkan hasil regresi linier berganda, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1.**  
**Faktor Loading (Mean, STDEV, T-Values)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X1.1 <- Literasi Keuangan	0,890	0,889	0,027	33,344	0,000
X1.2 <- Literasi Keuangan	0,941	0,942	0,011	87,405	0,000
X1.3 <- Literasi Keuangan	0,873	0,874	0,033	26,305	0,000
X2.1 <- <i>Electronic money</i>	0,869	0,874	0,032	27,464	0,000
X2.2 <- <i>Electronic money</i>	0,922	0,920	0,020	45,608	0,000
X2.3 <- <i>Electronic money</i>	0,904	0,901	0,031	29,418	0,000
X3.1 <- Kendali Diri	0,814	0,812	0,063	12,853	0,000
X3.2 <- Kendali Diri	0,919	0,919	0,015	60,375	0,000
X3.3 <- Kendali Diri	0,934	0,935	0,011	83,649	0,000
X3.4 <- Kendali Diri	0,929	0,930	0,012	76,805	0,000
X3.5 <- Kendali Diri	0,869	0,869	0,030	28,887	0,000
X4.1 <- Gaya Hidup	0,851	0,848	0,056	15,241	0,000
X4.2 <- Gaya Hidup	0,897	0,898	0,023	39,008	0,000
X4.3 <- Gaya Hidup	0,868	0,861	0,046	18,782	0,000
Y.1 <- Perilaku Konsumtif	0,876	0,876	0,027	32,614	0,000
Y.2 <- Perilaku Konsumtif	0,758	0,758	0,079	9,643	0,000
Y.3 <- Perilaku Konsumtif	0,868	0,867	0,034	25,551	0,000
Y.4 <- Perilaku Konsumtif	0,870	0,871	0,035	25,202	0,000
Y.5 <- Perilaku Konsumtif	0,810	0,807	0,049	16,501	0,000

*Faktor Loading* merupakan pendeskripsian keterkaitan antara indikator dan variabel. *Faktor Loading* dikatakan valid jika memenuhi syarat nilai lebih besar dari 0,5, dan *T-Statistic* lebih dari 1,96 maka signifikansinya terpenuhi. Semua indikator variabel *Financial Literacy* (X1), Penggunaan *Electronic money* (X2), Kendali Diri (X3), Gaya Hidup (X4) dan Perilaku Konsumtif (Y) berdasarkan tabel memperlihatkan jika nilai *faktor loading* dalam penelitian ini sudah memenuhi syarat untuk dikatakan valid dan signifikan karena nilai *faktor loading* sudah melebihi 0,5 dan nilai *T-Statistic* lebih besar dari  $Z_{\alpha} = 0,05$  (5%) = 1,96), sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan indikator penelitian sudah memiliki validitas yang baik.

**Tabel 2.**  
*Avarage Variance Extracted*

	AVE
Literasi Keuangan (X1)	0,813
<i>Electronic money</i> (X2)	0,807
Kendali Diri (X3)	0,800
Gaya Hidup (X4)	0,760
Perilaku Konsumtif (Y)	0,702

Nilai *Avarage Variance Extracted* (AVE) merupakan tahap pengukuran selanjutnya. Nilai AVE yang memiliki arti besar terhadap variasi indikator yang dimiliki oleh variabel laten dapat dijadikan indikasi bahwa variabel dalam penelitian memiliki validitas yang sangat baik jika lebih besar dari 0,5. Berdasarkan tabel hasil pengujian AVE menunjukkan variabel *Financial Literacy* (X1) bernilai 0,813, variabel *Electronic money* (X2) bernilai 0,807, Kontrol Diri (X3) bernilai 0,800, Gaya Hidup (X4) bernilai 0,760, dan Perilaku Konsumtif (Y) bernilai 0,702, jadi secara keseluruhan nilai AVE masing-masing Variabel pada penelitian menunjukkan nilai lebih dari 0,5 yang berarti variabel-variabel pada penelitian ini dapat dikatakan validitasnya baik.

**Tabel 3.**  
*Uji Reliabilitas*

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Literasi Keuangan (X1)	0,885	0,929
<i>Electronic money</i> (X2)	0,881	0,926
Kendali Diri (X3)	0,937	0,952
Gaya Hidup (X4)	0,844	0,905
Perilaku Konsumtif (Y)	0,893	0,921

*Composite Reliability* adalah nilai yang mengukur indikator tersebut konsisten untuk mengukur variabel latennya variabel dikatakan reliabel jika nilai *composite reliability* bernilai diatas 0,70. Pada penelitian ini hasil uji *composite reliability* menunjukkan variabel Literasi Keuangan (X1) bernilai 0,885, variabel *Electronic money* (X2) bernilai 0,881, Kontrol Diri (X3) bernilai 0,937, Gaya Hidup (X4) bernilai 0,844 dan Perilaku Konsumtif (Y) bernilai 0,893. Variabel-variabel penelitian memiliki nilai diatas 0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini reliabel.

**Tabel 4.**  
**R-Square**

	R Square
Perilaku Konsumtif (Y)	0,518

Dalam penelitian ini menghasilkan nilai  $R^2$  sebesar 0,518 sehingga disimpulkan model variabel terikat berupa Perilaku Konsumtif yang dipengaruhi variabel bebas Literasi Keuangan, *Electronic money*, Kendali Diri, dan Gaya Hidup. Dengan varian sebesar 51,80% sedangkan sisanya sebesar 48,20% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

**Tabel 5.**  
**Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)**

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Literasi Keuangan - > Perilaku Konsumtif	-0,261	-0,266	0,106	2,455	0,014
<i>Electronic money</i> - > Perilaku Konsumtif	0,301	0,299	0,125	2,403	0,017
Kendali Diri -> Perilaku Konsumtif	-0,162	-0,162	0,075	2,163	0,031
Gaya Hidup -> Perilaku Konsumtif	0,251	0,256	0,096	2,620	0,009

Berdasarkan tabel *path coefficient* diketahui sebagai berikut, a) literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif diterima, dengan *path coefficients* sebesar -0,261 dan nilai *P Values* adalah  $0,015 < 0,05$ , sehingga pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif bermakna signifikan (negatif);

b) *electronic money* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,301 dan nilai *P Values* adalah  $0,019 < 0,05$ , sehingga pengaruh langsung *electronic money* terhadap perilaku konsumtif bermakna signifikan atau positif; c) kendali diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar -0,162 dan nilai *P Values* adalah  $0,033 < 0,05$ , sehingga pengaruh langsung kendali diri terhadap perilaku konsumtif bermakna signifikan (negatif); d) gaya hidup berpengaruh positif pada perilaku konsumtif diterima, dengan nilai *path coefficients* sebesar 0,251 dan nilai *P Values* adalah  $0,012 < 0,05$ , sehingga pengaruh langsung gaya hidup dengan perilaku konsumtif bermakna signifikan (positif)

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif**

Menurut perolehan olah data penelitian, hasil *financial literacy* memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif, Indikator literasi keuangan yang memiliki nilai dominan adalah *Willingness to take Financial Risk*. Karena literasi keuangan sebagai pengetahuan keuangan dapat membantu membuat pilihan keuangan dan kapasitas untuk menerapkannya, semakin banyak literasi keuangan yang dimiliki Generasi Z, semakin sedikit perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh Generasi Z. Sehingga seseorang dengan literasi keuangan yang kuat diharapkan mampu mengatur dananya dengan baik dan terhindar dari masalah pengelolaan keuangan seperti perilaku kompulsif. Dari hasil tersebut terdukung dan sesuai dengan penelitian Yudasella & Krisnawati (2019) yang menyebutkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memiliki hasil berpengaruh secara negatif terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh *Electronic Money* Terhadap Perilaku Konsumtif**

Dari hasil penelitian, diperoleh hasil bahwa *electronic money* memiliki kontribusi terhadap perilaku konsumtif, Indikator *electronic money* yang memiliki nilai dominan adalah kemudahan dalam pengoperasian *electronic money*. Semakin tinggi penggunaan *electronic money* yang dimiliki, oleh Karena uang elektronik merupakan salah satu kemajuan teknologi finansial yang memberikan keuntungan dalam bentuk kemudahan dan kecepatan transaksi pembayaran tanpa perlu membawa uang tunai, hal

ini cenderung mendorong generasi Z untuk berperilaku sebagai konsumen dalam berbelanja *online*. Akibatnya, perilaku konsumen generasi Z semakin meningkat. Dari hasil tersebut terdukung dan sejalan dengan penelitian Sudiro & Asandimitra (2022) diketahui bahwa penggunaan *electronic money* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Kendali Diri Terhadap Perilaku Konsumtif**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengendalian diri membantu mencegah perilaku kompulsif. Perilaku sehat merupakan indikasi pengendalian diri dengan nilai tertinggi. Perilaku terkait konsumsi Generasi Z berkorelasi terbalik dengan tingkat pengendalian diri mereka karena pengendalian diri merupakan faktor penting sebelum seseorang menentukan bagaimana harus bertindak. Seseorang dengan pengendalian diri yang sangat baik memiliki disiplin diri yang baik, tidak impulsif, mampu mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang sehat, mampu mengendalikan diri dalam melaksanakan tugas sehari-hari, dan mampu mendasarkan keputusan pada suatu ide atau sudut pandang. yang mereka bagikan. Dari hasil tersebut didukung oleh penelitian Kumalasari & Soesilo (2019) yaitu kendali diri berpengaruh secara negatif dan signifikan pada perilaku konsumtif.

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap,Perilaku,Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian gaya hidup memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif. Indikator gaya hidup yang memiliki nilai dominan adalah aktivitas mengunjungi banyak toko sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang. Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki oleh Generasi Z maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang dimiliki generasi Z karena Gaya hidup seseorang dapat diukur dari kegiatan, minat, dan opini. Pada penelitian ini responden yang melakukan belanja *online* merasakan kemudahan dalam berbelanja *online*, dimulai dari menentukan pembelian produk mereka dimudahkan untuk membandingkan harga dan kualitas dari berbagai toko hanya melalui genggaman tanpa perlu keluar rumah. Produk-produk yang ditawarkan di pasar *online* adalah produk-produk terbaru dengan informasi interaktif yang mendorong seseorang untuk melakukan pembelian. Kenyamanan dalam berbelanja *online* inilah yang pada akhirnya membuat gaya hidup seseorang cenderung lebih tinggi

dan menjadi konsumtif. Dari hasil tersebut terdukung dan sesuai dengan penelitian Wahyuni et al. (2019) menyebutkan bahwa gaya hidup signifikan memiliki pengaruh secara positif pada perilaku konsumtif.

## **SIMPULAN**

Melalui temuan penelitian, dapat dikatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh pada kecenderungan belanja *online* Generasi Z Surabaya; semakin banyak literasi keuangan seseorang, semakin kecil kemungkinannya untuk terlibat dalam kegiatan ini. Kebiasaan konsumsi generasi Z dipengaruhi oleh penggunaan uang elektronik. Belanja internet surabaya, semakin tinggi penggunaan *electronic money* seseorang akan meningkatkan perilaku konsumtif Generasi Z Surabaya. Kendali Diri memiliki peran terhadap perilaku konsumtif belanja *Online* Generasi Z Surabaya, semakin tinggi tingkat kemampuan seseorang mengendalikan diri akan semakin mendorong seseorang untuk tidak melakukan perilaku konsumtif dalam belanja *online*.

Perilaku pembelian *online* yang digerakkan oleh konsumsi generasi Z Surabaya juga dipengaruhi oleh gaya hidup; semakin baik kehidupan seseorang, semakin besar kemungkinan seseorang akan bertindak boros saat membeli secara *online*. Dengan demikian diharapkan Generasi Z Surabaya akan memiliki literasi keuangan yang lebih baik dan pengendalian diri yang lebih kuat untuk mencegah masalah yang terkait dengan konsumsi berlebihan., serta menyesuaikan gaya hidup dengan kemampuan keuangan yang dimiliki agar tetap bisa memenuhi kebutuhannya dan lebih bijak dalam penggunaan *electronic money*.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Process*, 50, 179–211. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/074959789190020T>
- Arifin, A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli Melalui Aplikasi Belanja Online pada Bagian Umum Sekretariat Daerah Kabupaten Kutai Timur. *Change Agent For Management Journal (CAM)*, 6(1), 12. <http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>
- Averill, J. R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and Its Relationship it Stress. *Psychological Bulletin*, 89(4), 286–303. <https://psycnet.apa.org/record/1974-04306-001>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among

- College Students. *FInanncial Service Reveiw*, 7(2), 107–128. [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2264867](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/referencespapers.aspx?referenceid=2264867)
- Chinen, K., & Endo, H. (2012). Effects of Attitude and Background on Personal Financial Ability : A Student Survey in the United States. *International Journal of Management*, 29(1), 33–46. [https://www.researchgate.net/publication/221940809\\_Effects\\_of\\_Attitudes\\_and\\_Background\\_on\\_Personal\\_Financial\\_Ability\\_A\\_Survey\\_in\\_the\\_United\\_States](https://www.researchgate.net/publication/221940809_Effects_of_Attitudes_and_Background_on_Personal_Financial_Ability_A_Survey_in_the_United_States)
- CNBC Indonesia. (2022). *Tiga Kota Ini Alami Peningkatan Tren Belanja Daring*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220117110524-37-307870/tiga-kota-ini-alami-peningkatan-tren-belanja-daring>
- CNN Indonesia. (2021). *88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce*. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20211111123945-78-719672/881-persen-pengguna-internet-belanja-dengan-e-commerce>
- Databoks. (2022). *Daftar Negara Paling Sering Belanja Online, Indonesia Peringkat ke-5*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/14/daftar-negara-paling-sering-belanja-online-indonesia-peringkat-ke-5>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 5(1), 1–19. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- Faspay. (2017). *Bagaimana Generasi Z dalam Berbelanja?* [https://faspay.co.id/en/blog/bagaimana-generasi-z-dalam-berbelanja/#:~:text=Ada beberapa alasan mengapa Gen,produk mudah dicari \(34%25\)](https://faspay.co.id/en/blog/bagaimana-generasi-z-dalam-berbelanja/#:~:text=Ada%20beberapa%20alasan%20mengapa%20Gen,produk%20mudah%20dicari%20(34%25)).
- Fishbein, M, & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to. Theory and Research*. Amerika: Addison-Wesley
- Hartari, A. (2016). *Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan dan Perdesaan pada Rumah Tangga*. <http://repository.ut.ac.id/7086/1/UTFMIPA2016-02-aryanti.pdf>
- Haryanto, R. (2022). *Seluk Beluk Situs Belanja Online dan Bisnis*, (1st ed.). Depok: Puspa Swara
- Kompas.com. (2022). *Menilik Gaya Gen Z Berbelanja*. <https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*, (1st ed.). Jakarta: Prehallindo
- Kumalasari, K., & Soesilo, S. (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>
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- Nasihah, D., & Listiadi, A. (2019). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Prof. Dr Hazairin Sh. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 7(3), 336–341. <https://doi.org/10.32663/jaz.v5i2.3130>
- Pertiwi, T. K., & Purwanto, E. (2021). Analysis of Adopting Millennial Generation

- Financial Technology (Fintech) Services. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(03), 36–47. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3257>
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Purwanto, E. (2019). *Analisis Literasi Keuangan, Faktor Demografi dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. <http://repository.upnjatim.ac.id/84/>
- Purwanto, E., & Anwar, M. (2022). Application of the edu finance model to improve financial literature in creative industry in Sidoarjo district. *Jurnal Siasat Bisnis*, 26(1), 57–69. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol26.iss1.art4>
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.17977/um002v8i12016p001>
- Roestanto, A. (2017). *Literasi Keuangan* (1st ed.). Semarang: Istana Media
- Skata.info. (2021). *Remaja “Zaman Now” Lebih Konsumtif? Ini Cara Mengatasinya*. <https://skata.info/article/detail/906/remaja-zaman-now-lebih-konsumtif-ini-cara-mengatasinya>
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- 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. *Balance: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 317–324. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v1i1.26>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High Self-Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades, and Interpersonal Success. *Journal of Personality*, 72(2), 272–322.
- Wahyuni, R., Irfani, H., & Syahrina, I. A. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Pada. *Jurnal Benefita*, 4(3), 548–559.
- Wardani, L. M. I. W., & Anggadita, R. (2021). *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Bojong: NEM
- Yogananda, A. S., & Dirgantara, I. M. B. (2017). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Untuk Menggunakan Instrumen Uang Elektronik. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 1–7.
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(6), 674–687. <https://doi.org/10.52160/ejmm.v3i6.245>
- Yuniningsih, Y., & Taufiq, M. (2019). Investor Behavior in Determining Investment on Real Asset. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 327–340. <https://doi.org/10.22441/mix.2019.v9i2.006>