

RESEARCH ARTICLE

Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan *E-money*, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung

Rista Asmaya Sari^{1*}, Rola Manjaleni²^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Teknologi Digital, Jl. Cibogo No. indah 3, Mekarjaya Rancasari, Bandung, Jawa Barat, Indonesia.*Email:* rista10221089@digitechuniversity.ac.id^{1*}, rolamandaleni@digitechuniversity.ac.id²**Histori Artikel:**

Dikirim 28 Januari 2025; Diterima dalam bentuk revisi 25 Februari 2025; Diterima 15 Maret 2025; Diterbitkan 1 April 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan RISET) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Sari, R. A., & Manjaleni, R. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(2), 878–889. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i2.3939>.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan, untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan e-money, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Generasi Z yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap perilaku konsumtif akibat perkembangan teknologi digital dan kemudahan akses transaksi non-tunai. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik purposive sampling, melibatkan 100 responden yang aktif menggunakan e-money. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sementara penggunaan e-money memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, pada pengendalian diri berperan sebagai faktor moderasi yang tentunya dapat mengurangi dampak negatif penggunaan e-money terhadap perilaku konsumtif. Implikasi penelitian ini menekankan pentingnya edukasi keuangan bagi Generasi Z guna meningkatkan kesadaran akan manajemen keuangan yang lebih bijak di era digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Penggunaan E-money; Pengendalian Diri; Perilaku Konsumtif; Generasi Z.

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial literacy, e-money usage, and self-control on the consumptive behavior of Generation Z in Bandung City. Generation Z tends to have a high level of consumptive behavior due to the advancement of digital technology and the ease of access to cashless transactions. This study employs a quantitative method with a purposive sampling technique, involving 100 respondents who actively use e-money. Data analysis is conducted using multiple linear regression tests. The findings reveal that financial literacy has a negative impact on consumptive behavior, while e-money usage has a significant positive influence on consumptive behavior. Additionally, self-control acts as a moderating factor that can mitigate the negative effects of e-money usage on consumptive behavior. The implications of this study highlight the importance of financial education for Generation Z to enhance awareness of wiser financial management in the digital era.

Keyword: Financial Literacy; E-money Usage; Self-Control; Consumptive Behavior; Generation Z.

RESEARCH ARTICLE

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital yang sangat cepat telah mengubah cara transaksi keuangan dan perilaku konsumsi, terutama di kalangan Generasi Z. Generasi ini, yang lahir di tengah kemajuan teknologi, sangat familiar dengan transaksi non-tunai melalui layanan *e-money*, yang memudahkan akses ke sumber daya keuangan. Peralihan ini menimbulkan kekhawatiran terkait peningkatan perilaku konsumtif, terutama di kalangan konsumen muda yang sering kali memiliki literasi keuangan dan pengendalian diri yang terbatas. Saat ini, sektor ekonomi dan keuangan terus berkembang dengan pesat. Sebelumnya, transaksi keuangan memerlukan interaksi langsung, yang memakan banyak waktu dan tenaga. Kini, hampir seluruh kegiatan keuangan dapat diakses melalui perangkat mobile, seperti mengecek suku bunga deposito, melakukan transaksi online, dan mentransfer dana melalui aplikasi *mobile banking*. Tujuan dari perkembangan ini adalah untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi dalam merombak dan mempercepat berbagai layanan keuangan, termasuk pembayaran, transfer dana, penggalangan dana, pinjaman, hingga manajemen aset, yang kini lebih cepat dan efisien (O, Feriyanto *et al.*, 2024). Pola konsumsi masyarakat Indonesia sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan perubahan zaman. Perubahan ini telah mengubah cara konsumsi dari yang semula terfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar menjadi mencakup kebutuhan sekunder dan bahkan tersier, dengan kecenderungan konsumtif yang semakin tinggi (Lisdayanti *et al.*, 2023). Penelitian sebelumnya telah menunjukkan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan finansial dan kesejahteraan jangka panjang. Rakhman & Pertiwi (2023) juga menemukan bahwa layanan keuangan digital, termasuk *e-money*, berkontribusi pada perilaku konsumtif yang lebih tinggi, terutama melalui kemudahan transaksi. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menekankan pada manajemen keuangan secara umum tanpa secara eksplisit membahas peran pengendalian diri dalam mengurangi dampak penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumsi. Walaupun sudah banyak penelitian yang meneliti literasi keuangan dan transaksi digital, masih terdapat kesenjangan dalam memahami bagaimana pengendalian diri dapat memoderasi hubungan antara penggunaan *e-money* dan perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z di kota besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan meneliti pengaruh gabungan literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini sangat relevan karena berfokus pada memberikan pemahaman mengenai interaksi antara literasi keuangan, penggunaan uang elektronik, dan pengendalian diri dalam mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Dengan menganalisis hubungan tersebut, diharapkan dapat ditemukan rekomendasi yang lebih efektif untuk meningkatkan literasi keuangan serta pengendalian diri generasi muda, agar mereka dapat mengelola keuangan dengan lebih bijaksana di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh literasi keuangan, pemanfaatan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kota Bandung. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pengendalian diri sebagai faktor moderasi yang dapat mengurangi dampak negatif penggunaan *e-money* terhadap perilaku konsumtif. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pola konsumsi Generasi Z serta memberikan rekomendasi strategis dalam meningkatkan pemahaman keuangan dan pengelolaan finansial yang lebih bijaksana. Teori Perilaku Terencana (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, yang dibentuk oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Dalam penelitian ini, teori ini digunakan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumsi Generasi Z. Teori ini menjelaskan bagaimana kepercayaan diri, norma sosial, dan persepsi mempengaruhi keputusan konsumsi individu dalam dunia digital saat ini. Gaya hidup Generasi Z cenderung dinamis dan berorientasi pada kepuasan instan, sering kali mengabaikan pertimbangan jangka panjang. Perilaku keuangan mereka dipengaruhi oleh kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *e-money*, yang sering kali mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif atau tidak terencana. Literasi keuangan juga memiliki peran penting, karena banyak Generasi Z

RESEARCH ARTICLE

yang belum sepenuhnya memahami manfaat layanan keuangan dengan optimal. Faktanya, Generasi Z merupakan kelompok terbesar pengguna sistem pembayaran non-tunai. Literasi keuangan adalah keterampilan individu dalam mengenali dan memahami konsep dasar keuangan serta menggunakan untuk pengambilan keputusan ekonomi yang tepat (Lusardi & Mitchell, 2014). Literasi keuangan didefinisikan sebagai serangkaian proses atau aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat serta konsumen, sehingga mereka dapat mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik (Puspita Vina *et al.*, 2019). Penelitian oleh Siti Melisa *et al.* (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung menunjukkan pola konsumsi yang lebih terkendali dan terarah. Sebaliknya, generasi Z dengan literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap keputusan keuangan yang buruk (Sustiyo, 2020). Oleh karena itu, literasi keuangan merupakan aspek yang sangat penting untuk mencapai kesejahteraan ekonomi di masa depan. Literasi digital, sebagaimana dijelaskan oleh Supriyadi *et al.* (2020), mencakup sikap, pemahaman, dan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola dan menyampaikan informasi dengan efektif di berbagai media dan format. Menurut Lisdhayanti *et al.* (2023), literasi keuangan mencakup beberapa aspek penting, antara lain:

- 1) Pemahaman dasar keuangan
- 2) Pengetahuan dalam manajemen uang (*money management*)
- 3) Pengetahuan tentang tabungan dan investasi
- 4) Pengetahuan tentang risiko keuangan

E-money telah menjadi metode pembayaran yang populer di kalangan generasi muda. Dewi *et al.* (2021) menyatakan bahwa meskipun penggunaan e-money mempermudah transaksi, hal tersebut juga meningkatkan kecenderungan konsumtif, terutama pada individu yang tidak memiliki kontrol diri yang cukup. Penelitian oleh Tulie *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa penggunaan e-money tanpa disertai literasi keuangan yang baik dapat mendorong perilaku impulsif dalam belanja. Indikator-indikator penggunaan e-money yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Frekuensi penggunaan e-money
- 2) Kemudahan transaksi
- 3) Pengaruh promosi
- 4) Pengaruh gaya hidup digital
- 5) Keamanan

Pengendalian diri memegang peran penting dalam pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan ekonomi. Baumeister, Vohs, dan Tice (2016) mengemukakan bahwa individu dengan pengendalian diri yang rendah cenderung melakukan pembelian impulsif. Penelitian oleh Tri Utami & Ratna Pamikatsih (2023) mendukung temuan ini, yang menunjukkan bahwa generasi Z dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi lebih cermat dalam mengelola pengeluaran mereka. Indikator-indikator kontrol diri dalam penelitian ini adalah:

- 1) Merencanakan pembelian sebelum berbelanja
- 2) Membandingkan harga sebelum membeli
- 3) Mempertimbangkan manfaat dan kegunaan barang
- 4) Membeli barang sesuai dengan kebutuhan

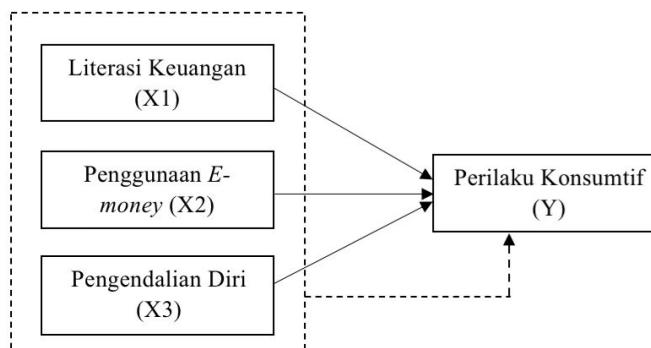
Perilaku konsumtif mengacu pada tindakan individu yang menghabiskan uang tanpa pertimbangan rasional terhadap kebutuhan (Fitri Arianti, 2020). Generasi Z sering kali ter dorong untuk berbelanja akibat pengaruh media sosial dan tren digital (Fungky *et al.*, 2022). Penelitian oleh Ferdy Shiega *et al.* (2024) menyoroti bahwa kombinasi rendahnya literasi keuangan, tingginya penggunaan e-money, dan rendahnya kontrol diri dapat meningkatkan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda. Indikator-indikator perilaku konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

- 1) Membeli produk karena tren
- 2) Membeli produk dengan alasan diskon

RESEARCH ARTICLE

- 3) Membeli produk untuk menunjukkan status sosial
- 4) Ketidaksadaran atas prioritas kebutuhan
- 5) Membeli produk sebagai self-reward

Kerangka konseptual dalam penelitian ini mengkaji keterkaitan antara literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Masing-masing variabel independen memiliki indikator spesifik yang dapat diukur untuk mengevaluasi pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan teori-teori yang relevan dan penelitian sebelumnya, sebagaimana dijelaskan dalam tinjauan literatur. Hipotesis ini bertujuan untuk menguji kebenarannya melalui analisis data yang dilakukan selama penelitian. Tujuan dari hipotesis ini adalah untuk menentukan dampak literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. (H1) Variabel X1 memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis ini didasarkan pada teori literasi keuangan, yang menyatakan bahwa individu yang memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai keuangan dapat mengelola pengeluaran mereka dengan lebih efektif. Lusardi & Mitchell (2014) menjelaskan bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat mengurangi perilaku konsumtif dan meningkatkan kemampuan individu dalam mengelola pengeluaran mereka secara lebih bijaksana. (H2) Variabel X2 diduga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis ini mengacu pada penelitian yang menunjukkan bahwa kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan *e-money* dapat meningkatkan kecenderungan untuk melakukan pembelian impulsif. Dewi *et al.* (2021) menemukan bahwa penggunaan transaksi digital dapat mengurangi kesadaran individu terhadap jumlah uang yang dikeluarkan, sehingga meningkatkan kemungkinan perilaku konsumtif.

(H3) Variabel X3 diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis ini berlandaskan pada teori kontrol diri yang diusulkan oleh Baumeister, Vohs, dan Tice (2016), yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat pengendalian diri yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan impulsif dalam diri mereka. Penelitian oleh Tri Utami & Ratna Pamikatsih (2023) juga menunjukkan bahwa individu yang memiliki pengendalian diri yang optimal cenderung lebih bijaksana dalam mengelola pengeluaran mereka. (H4) Diduga ketiga variabel, yaitu X1, X2, dan X3, secara simultan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hipotesis ini mengasumsikan bahwa ketiga variabel independen memiliki hubungan yang kompleks dan saling mempengaruhi dalam menentukan pola konsumsi Generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bagaimana literasi keuangan, kemudahan dalam melakukan transaksi digital, dan pengendalian diri berinteraksi secara bersama-sama dalam mempengaruhi perilaku konsumtif individu. Hipotesis ini akan diuji menggunakan teknik analisis regresi linear berganda, yang bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh masing-masing variabel terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, baik secara individual maupun kolektif. Hasil pengujian diharapkan dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di era digital.

RESEARCH ARTICLE

2. Metode Penelitian

2.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan kepada responden yang merupakan bagian dari Generasi Z. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik untuk mengukur hubungan dan pengaruh antar variabel yang ditemui. Menurut Sugiyono (2020), penelitian kuantitatif adalah metode yang menggunakan analisis data statistik untuk memperoleh temuan berdasarkan data numerik. Pendekatan ini bersifat objektif, mengandalkan analisis matematis dan statistik, dengan data yang dikumpulkan melalui instrumen seperti kuesioner, survei, atau tes. Metode kuantitatif ini berfokus pada pengumpulan data numerik yang dapat diukur dan dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menghasilkan temuan yang dapat digeneralisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung.

2.2 Populasi dan Sampel

Sugiyono (2022) mendefinisikan populasi sebagai wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan jumlah dan karakteristik tertentu, yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti, sehingga dapat ditarik kesimpulan berdasarkan analisis data. Dalam penelitian ini, populasi terdiri dari Generasi Z yang berdomisili di Kota Bandung, dengan jumlah 609.236 jiwa berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) 2023. Populasi yang diteliti adalah Generasi Z yang memiliki penghasilan tetap dan menggunakan *e-money*. Menurut Kurniawan (2020), sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk diteliti dengan menggunakan teknik tertentu, sehingga hasil penelitian dapat dijadikan representasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin, yang sering digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang besar dan heterogen. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang dianggap dapat mewakili populasi secara akurat. Rumus ini mengakomodasi tingkat kesalahan (error tolerance) yang dapat diterima dalam penelitian kuantitatif. Dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti dapat menghitung jumlah sampel minimal yang diperlukan, berdasarkan tingkat kesalahan yang telah ditetapkan.

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Tingkat margin of error yang ditoleransi

Dengan margin of error sebesar 10% atau *e* = 0,1, jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 609.236, maka, perhitungan jumlah sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{609236}{1+6092336 \times 0,1^2}$$

$$n = \frac{609236}{1+6092336 \times 0,01}$$

$$n = \frac{609236}{1+6092,36}$$

$$n = \frac{609236}{6093,36}$$

n = 99,98 dibulatkan menjadi 100.

Margin of error yang digunakan adalah 10%, dan hasil perhitungan sampel dibulatkan menjadi 100. Sebanyak 100 jiwa Generasi Z yang berdomisili di Kota Bandung menjadi kriteria sampel pada penelitian ini, memiliki penghasilan tetap, menggunakan *e-money* untuk transaksi, responden memiliki pengalaman

RESEARCH ARTICLE

berbelanja online atau offline secara mandiri dalam 3 bulan terakhir, sehingga relevan untuk mengukur perilaku konsumtif. Untuk memastikan kesesuaian dengan kriteria, responden akan melewati proses screening awal melalui pertanyaan *sharing* yang akan disediakan dalam pertanyaan kuesioner.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merujuk pada metode yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam penelitian. Proses ini dapat dilakukan dengan berbagai pendekatan, menggunakan sumber yang berbeda, dan dalam berbagai konteks (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner disebarluaskan secara online melalui platform *WhatsApp* atau media sosial lainnya untuk menjangkau responden yang merupakan bagian dari Generasi Z di Kota Bandung.

2.4 Teknik Analisis

Penelitian ini melibatkan lebih dari satu variabel bebas yang berpotensi mempengaruhi variabel terikat. Untuk menganalisis data yang diperoleh dari responden, digunakan teknik *regresi linier berganda*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi hubungan serta dampak dari setiap variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Proses analisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 26, sehingga menghasilkan analisis yang lebih akurat dan efisien.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

3.1.1 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa hasil regresi yang diperoleh memenuhi kriteria yang layak untuk digunakan dalam penelitian dan tidak mengalami penyimpangan dari asumsi dasar yang mendasari analisis regresi. Uji ini penting untuk memverifikasi validitas model regresi yang digunakan, sehingga hasil yang diperoleh dapat diandalkan dan digunakan untuk menarik kesimpulan yang sah.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,13191491
Most Extreme Differences	Absolute	,045
	Positive	,044
	Negative	-,045
Test Statistic		,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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

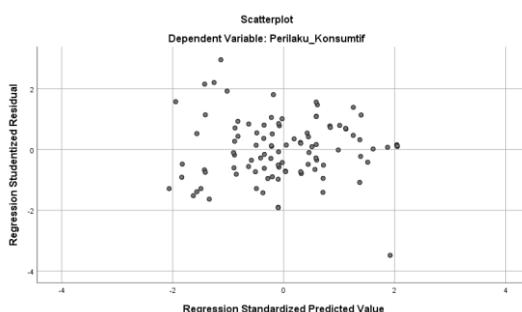
Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa residual dari variabel dependen *Perilaku Konsumtif* terdistribusi normal. Hal ini didukung oleh nilai *p-value* sebesar 0,200 ($> 0,05$), yang mengindikasikan tidak adanya penyimpangan signifikan dari normalitas. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam analisis regresi terpenuhi.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Pengaruh Literasi Keuangan	0,975	1,026
Penggunaan E-money	0,518	1,930
Pengendalian Diri	0,514	1,946

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antara variabel-variabel independen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *Tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang berada di bawah 10, yang memenuhi syarat untuk analisis regresi. Dengan demikian, asumsi bebas multikolinearitas terpenuhi, sehingga model regresi dapat dianggap stabil dan valid.



Gambar 2. Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas menggunakan *scatterplot*, dapat dilihat bahwa titik-titik residual ini tersebar secara acak di sekitar garis horizontal nol tanpa membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut, melebar, atau melingkar. Sebaran acak ini menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan, sehingga tidak terdapat indikasi heterokedastisitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, yang merupakan salah satu syarat penting dalam analisis regresi. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan dengan validitas yang lebih baik.

Tabel 3. Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,501	1,177		,425	,671
Literasi Keuangan	,007	,021	,007	,340	,735
Penggunaan E-money	,045	,033	,037	1,386	,169
Pengendalian Diri	1,420	,040	,957	35,430	,000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan pada tabel hasil analisis regresi linier berganda yang dilihat dari kolom tabel *Unstandardized Coefficients Beta*, dengan itu persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 0,501 + 0,007X_1 + 0,045X_2 + 1,420X_3 + e$$

Hasil analisis regresi dalam tabel menunjukkan bahwa hanya variabel pengendalian diri yang memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan koefisien sebesar 1,420 dan nilai signifikansi 0,000. Ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi pengendalian diri seseorang, semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya. Sementara itu, literasi keuangan memiliki koefisien 0,007 dengan nilai signifikansi 0,735, yang menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif sangat kecil

RESEARCH ARTICLE

dan tidak signifikan. Hal serupa juga terjadi pada penggunaan *e-money*, yang memiliki koefisien 0,045 dengan nilai signifikansi 0,169, sehingga meskipun ada sedikit pengaruh, namun secara statistik tidak cukup kuat. Selain itu, nilai konstanta sebesar 0,501 dengan signifikansi 0,671 menunjukkan bahwa meskipun tidak ada pengaruh dari variabel independen, perilaku konsumtif tetap ada, tetapi tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, pengendalian diri merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif dibandingkan dengan literasi keuangan dan penggunaan *e-money*.

Tabel 4. Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,982 ^a	,964	,963	2,165
a. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, Penggunaan <i>E-money</i>				
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif				

Pada tabel model Summary^b, nilai R Square (R^2) sebesar 0,963 menunjukkan bahwa 96,4% variasi perilaku konsumtif Generasi Z dapat dijelaskan oleh literasi keuangan, penggunaan *e-money*, dan pengendalian diri. Sementara itu, sisanya 3,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,963 menunjukkan hasil yang hampir sama, yang berarti bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel dalam model, pengaruh ketiga variabel independen masih sangat kuat dalam menjelaskan perilaku konsumtif.

Tabel 5. Uji T Parsial

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig	Keterangan
Pengaruh Literasi Keuangan (X1)	-1,488	1,984	0,140	Tidak Berpengaruh
Penggunaan <i>E-money</i> (X2)	9,708	1,984	0,000	Berpengaruh
Pengendalian Diri (X3)	50,707	1,984	0,000	Berpengaruh

Berdasarkan hasil uji t, dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap perilaku konsumtif sebagai berikut: Variabel pemahaman literasi keuangan, tampaknya tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengeluaran. Ini menunjukkan bahwa tingkat pemahaman finansial seseorang tidak langsung mempengaruhi kecenderungan mereka dalam berbelanja. Sebaliknya, penggunaan uang elektronik memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin sering seseorang menggunakan *e-money*, maka akan besar kemungkinan untuk berperilaku konsumtif. Selain itu, pengendalian diri memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai t hitung yang sangat tinggi mengindikasikan bahwa faktor ini memainkan peran yang kuat. Dapat dikatakan, semakin baik pengendalian diri seseorang, semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Dari hasil uji t ini, penggunaan *e-money* dan pengendalian diri, memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Di antara ketiga variabel, pengendalian diri memiliki hasil pengaruh paling kuat terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung.

RESEARCH ARTICLE

Tabel 6. Uji Statistik F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12062,799	3	4020,933	857,873	,000 ^b
	Residual	449,961	96	4,687		
	Total	12512,760	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
b. Predictors: (Constant), Pengendalian Diri, Literasi Keuangan, Penggunaan *E-money*

Pengujian F dilakukan untuk menilai dampak simultan variabel independen pada variabel dependen, nilai F 857,873 dan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) dihasilkan. Temuan ini menunjukkan bahwa kebiasaan konsumen Gen Z secara signifikan dipengaruhi oleh literasi keuangan, penggunaan uang elektronik, dan pengendalian diri. Dengan demikian, model penelitian yang digunakan dapat dianggap valid dalam menggambarkan hubungan antar variabel. Temuan ini menegaskan pentingnya ketiga variabel tersebut dalam mempengaruhi perilaku konsumsi generasi muda, serta memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran dan pengelolaan keuangan di kalangan Generasi Z.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dan uji korelasi, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($p = 0,735$) pada uji regresi dan nilai korelasi yang rendah (-0,149), yang menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan yang dimiliki responden tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Meskipun literasi keuangan memiliki peran penting dalam pengelolaan keuangan pribadi jangka panjang, dampaknya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z belum signifikan karena generasi ini masih dalam tahap awal membangun kebiasaan keuangan. Penelitian sebelumnya oleh Nainggolan (2022) dan Rakhman & Pertiwi (2023) juga mengungkapkan bahwa rendahnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dapat menyebabkan pengeluaran impulsif, dan peningkatan literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Namun, temuan ini juga menunjukkan bahwa faktor eksternal seperti pengaruh teman, tren, *fear of missing out* (FOMO), serta gaya hidup konsumtif dan keinginan untuk mendapatkan kepuasan instan lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumsi. Oleh karena itu, literasi keuangan mungkin lebih berpengaruh pada perencanaan keuangan jangka panjang daripada pengelolaan pengeluaran sehari-hari.

Sebaliknya, penggunaan *e-money* terbukti memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang sangat kecil ($p = 0,000$) pada uji korelasi dan koefisien regresi positif (0,045) pada uji regresi linier berganda, yang menunjukkan bahwa semakin sering responden menggunakan *e-money*, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif. Kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi menggunakan *e-money*, ditambah dengan adanya promosi dan diskon yang menarik, menjadi faktor utama yang mendorong perilaku konsumtif. Generasi Z yang terbiasa dengan teknologi digital lebih menyukai metode pembayaran yang praktis dan efisien, sehingga transaksi menjadi lebih cepat dan terasa lebih mudah, yang seringkali memicu pengeluaran impulsif. Selain itu, promosi dan diskon yang sering ditawarkan melalui platform *e-money* semakin memperburuk kecenderungan konsumsi berlebihan. Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh November Twenty Light & Poniman (2024) dan Ferdy Shiega *et al.* (2024), yang menunjukkan bahwa transaksi digital dapat mengaburkan persepsi pengguna terhadap uang yang dikeluarkan, sehingga meningkatkan kecenderungan konsumtif. Pengendalian diri terbukti menjadi faktor yang paling signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Hasil uji regresi menunjukkan nilai koefisien regresi yang tinggi (1,420) dengan signifikansi yang sangat kecil ($p = 0,000$) dan hubungan yang sangat kuat (0,981) antara pengendalian diri dan perilaku konsumtif. Semakin tinggi kemampuan pengendalian diri seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk melakukan pembelian impulsif dan mengontrol pengeluaran. Pengendalian diri berperan penting dalam menahan keinginan untuk membeli barang yang tidak diperlukan dan membantu individu dalam pengelolaan keuangan untuk

RESEARCH ARTICLE

mencapai tujuan finansial jangka panjang. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan pengendalian diri yang baik cenderung lebih rasional dalam pengeluaran dan dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Sebaliknya, individu dengan pengendalian diri yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif impulsif, terutama di era digital dengan kemudahan berbelanja online. Temuan ini mendukung penelitian Tri Utami & Ratna Pamikatsih (2023), yang menekankan pengendalian diri sebagai faktor kunci dalam mengurangi perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan transaksi digital dan iklan. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga variabel (literasi keuangan, penggunaan e-money, dan pengendalian diri) secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Meskipun literasi keuangan penting, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif tidak langsung terlihat, dan lebih banyak dipengaruhi oleh kemudahan transaksi digital serta pengendalian diri. Oleh karena itu, edukasi keuangan harus lebih praktis dan aplikatif, serta memperhatikan pentingnya pengendalian diri dalam pengelolaan keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa untuk mengelola perilaku konsumtif, penting untuk memperkuat pengendalian diri dan meningkatkan literasi keuangan, serta mempertimbangkan dampak penggunaan teknologi keuangan seperti e-money. Pendidikan literasi keuangan yang lebih baik dan pengembangan keterampilan pengendalian diri di kalangan Generasi Z dapat membantu mereka mengelola keuangan dengan bijaksana, mengurangi pengeluaran yang tidak perlu, dan meningkatkan kesejahteraan finansial mereka di masa depan.

4. Kesimpulan

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandung. Semakin tinggi pemahaman individu mengenai aspek keuangan, semakin kecil kecenderungannya untuk berbelanja secara berlebihan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan dapat membantu generasi muda membuat keputusan belanja yang lebih bijaksana. Di sisi lain, penggunaan uang digital memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, yang menunjukkan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi digital dapat mendorong peningkatan frekuensi dan jumlah belanja. Sementara itu, pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti individu dengan tingkat pengendalian diri yang lebih tinggi cenderung lebih mampu menahan dorongan untuk berbelanja impulsif. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pihak terkait untuk merancang program yang dapat meningkatkan literasi keuangan dan pengendalian diri di kalangan Generasi Z, sehingga setiap individu dapat mengelola keuangan mereka dengan lebih bijaksana di era digital. Secara keseluruhan, literasi keuangan, penggunaan uang digital, dan pengendalian diri memiliki pengaruh signifikan terhadap kebiasaan konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman tentang keuangan dan kemampuan untuk mengendalikan diri dapat berperan dalam mengurangi dampak negatif dari kemudahan transaksi digital terhadap perilaku konsumtif. Secara rinci, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Literasi keuangan menunjukkan hubungan negatif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, yang berarti semakin baik pemahaman seseorang tentang pengelolaan keuangan, semakin mampu mereka mengatur pengeluaran dengan lebih bijaksana dan menghindari pembelian yang tidak perlu.
- 2) Penggunaan uang digital atau e-money berdampak positif terhadap pola konsumsi Generasi Z, di mana kemudahan dalam melakukan transaksi digital meningkatkan kecenderungan individu untuk berbelanja secara impulsif tanpa perencanaan yang matang.
- 3) Pengendalian diri berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, yang menunjukkan bahwa tingkat pengendalian diri yang lebih tinggi membuat individu lebih mampu menahan keinginan untuk berbelanja impulsif serta mengelola keuangan mereka dengan lebih disiplin.
- 4) Secara simultan, literasi keuangan, penggunaan uang elektronik, dan pengendalian diri berkontribusi secara signifikan terhadap pola konsumsi Generasi Z di Kota Bandung, menunjukkan bahwa ketiga faktor tersebut saling mempengaruhi dalam membentuk perilaku finansial individu di era digital.

RESEARCH ARTICLE

Sebagai arah pengembangan lebih lanjut, penelitian ini dapat diperluas dengan menambahkan variabel lain yang turut memengaruhi pola konsumsi, seperti aspek psikologis, faktor sosial, atau pengaruh budaya. Selain itu, pendekatan kualitatif juga dapat diterapkan untuk menggali lebih dalam motivasi, persepsi, serta faktor subjektif yang mendorong perilaku konsumtif Generasi Z dalam ekosistem ekonomi digital saat ini.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berperan dalam pelaksanaan penelitian ini. Penghargaan khusus ditujukan kepada Universitas Teknologi Digital Bandung atas dukungan yang luar biasa dalam menyediakan fasilitas serta kesempatan berharga, sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Bantuan yang diberikan tidak hanya berupa sarana fisik, tetapi juga berupa bimbingan dan dorongan yang sangat berarti sepanjang proses penelitian. Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan di masa mendatang. Selain itu, apresiasi yang tinggi juga disampaikan kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu serta berpartisipasi secara sukarela dalam pengisian kuesioner. Peran serta dan dukungan dari berbagai pihak telah menjadi faktor kunci dalam keberhasilan penelitian ini. Semoga temuan yang diperoleh dapat memberikan manfaat luas, baik bagi dunia akademik maupun masyarakat secara keseluruhan.

6. Referensi

- Baumeister, R. F., Vohs, K. D., & Tice, D. M. (2007). The strength model of self-control. *Current directions in psychological science*, 16(6), 351-355.
- Cahyoseputro, W., & Rizki, M. P. (2024). Pengaruh Fintech Lending terhadap Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Generasi Milennial di Kota Bandung. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 12243-12259.
- 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>.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 82-98. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>.
- Hamim, A. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Kepercayaan Terhadap Impulse Buying Dengan Religiositas Sebagai Variabel Moderating Pada Santri Pengguna Aplikasi E-Wallet di Pondok Pesantren Al-Barokah Ponorogo* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis pengaruh penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Relasi: Jurnal Ekonomi*, 17(2), 413-434. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>.
- Light, N. T. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Akuntansi).

RESEARCH ARTICLE

- Lisdayanti, D., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Sahid Banking Journal*, 3(01), 168-187.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5-44.
- Majidah, L., & Fitria, I. J. (2020). Pengaruh Literasi Digital dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Intensi Pembelian Ulang Secara Online. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi)*, (3), 438-450.
- Putrantona, F. R., & Pasaribu, R. D. (2024). Analysis of The Influence of Electronic Wallet Usage, Lifestyle, And Financial Literacy on The Consumptive Behaviour of Generation Z Workers in DKI Jakarta. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(3), 540-549.
- Qur'anisa, Z., Herawati, M., Lisvi, L., Putri, M. H., & Feriyanto, O. (2024). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Di Era Digital: Studi Literatur. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(3), 99-114. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i3.1573>.
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Journal of Management and Business (JOMB)*, 5(1), 560-575.
- Shintawati, M. P. D., & Budidarma, I. G. A. M. (2023). The Effect Of Income And Financial Literacy On Investment Decisions With Financial Behavior As An Intervening Variable. *International Journal of Science and Society*, 5(5), 1-24.
- Sustiyo, J. (2020). Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z? *Imanensi: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Islam*, 5(1), 25-34. <https://doi.org/10.34202/imanensi.5.1.2020.25-3>.
- Tulie, F. T. J., Niswatin, N., & Mahdalena, M. (2024). Dampak Literasi Keuangan, Kontrol Diri Dan Penggunaan E - Money Terhadap Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Akuntansi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Buana Akuntansi*, 9(1), 85-107. <https://doi.org/10.36805/akuntansi.v9i1.6652>.
- Utami, W. T., & Pamikatsih, T. R. (2023, May). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan GOPAY Di Surakarta. In *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)* (Vol. 2, pp. 350-359). <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.140>.
- Winarti, W., & Supyan, I. S. (2021). Peranan Literasi Keuangan Dalam Mengatur Perencanaan Keuangan Individu. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (4), 49-56.
- Zulbetti, R., Perwito, P., & Puspita, V. A. (2019). Upaya Peningkatan Literasi Keuangan Pengurus BUMDES Melalui Pelatihan Keuangan di Kecamatan Cimaung Kabupaten Bandung. *EKONOMIKAWAN: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 19(2). <https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v19i2.3824>.