

---

## MODEL PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DALAM BELANJA ONLINE: INTEGRASI LITERASI KEUANGAN DIGITAL, FINANCIAL BEHAVIOR, DAN SIKAP KEUANGAN (STUDI DI LUMAJANG)

Oleh

Ninik Lukiana<sup>1</sup>, Ainun Jariah<sup>2</sup>, Muhammad Muksin<sup>3</sup>, Sukma Irdiana<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang

Email: <sup>1</sup>[ibundaninik@gmail.com](mailto:ibundaninik@gmail.com), <sup>4</sup>[sukmapasah@gmail.com](mailto:sukmapasah@gmail.com)

---

### **Article History:**

Received: 22-03-2026

Revised: 30-03-2026

Accepted: 25-04-2026

### **Keywords:** Literasi

Keuangan Digital, Financial Behavior, Sikap Keuangan, Perilaku Konsumtif, Generasi Z.

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model perilaku konsumtif Generasi Z dalam belanja online melalui integrasi literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan di Kabupaten Lumajang. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif melakukan transaksi belanja online, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan jumlah sample sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi yang cukup besar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital, semakin baik perilaku keuangan, dan semakin positif sikap keuangan, maka kecenderungan perilaku konsumtif Generasi Z dalam belanja online akan semakin menurun. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa penguatan literasi keuangan digital serta pembentukan perilaku dan sikap keuangan yang baik sangat penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif di era digital.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola konsumsi masyarakat, khususnya pada Generasi Z yang dikenal sebagai *digital natives*. Generasi ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang terintegrasi dengan internet, media sosial, serta berbagai platform e-commerce yang memudahkan aktivitas belanja secara online. Kemudahan akses, beragam promosi, serta sistem pembayaran digital

seperti e-wallet dan *paylater* mendorong peningkatan intensitas konsumsi yang berpotensi mengarah pada perilaku konsumtif.

Fenomena perilaku konsumtif pada Generasi Z menjadi isu penting dalam kajian ekonomi dan keuangan karena kelompok ini cenderung memiliki karakteristik impulsif, menyukai tren, serta mudah terpengaruh oleh lingkungan digital. Penelitian menunjukkan bahwa meningkatnya penggunaan layanan keuangan digital dan kemudahan transaksi dapat memperbesar kecenderungan konsumsi tanpa perencanaan yang matang. Selain itu, eksposur media sosial dan gaya hidup hedonis juga turut memperkuat perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z.

Di sisi lain, literasi keuangan digital menjadi faktor penting yang diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumtif tersebut. Literasi keuangan tidak hanya mencakup pemahaman tentang pengelolaan keuangan, tetapi juga kemampuan dalam memanfaatkan teknologi keuangan secara bijak. Namun, beberapa penelitian menunjukkan bahwa meskipun tingkat literasi keuangan relatif baik, perilaku konsumtif tetap dapat terjadi akibat lemahnya kontrol diri dan pengaruh lingkungan digital. Bahkan, terdapat temuan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan maka kecenderungan konsumtif dapat ditekan.

Selain literasi keuangan digital, faktor financial behavior (perilaku keuangan) juga berperan penting dalam membentuk keputusan konsumsi individu. Financial behavior mencerminkan bagaimana individu mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi. Perilaku keuangan yang baik akan mendorong pengambilan keputusan yang rasional, sedangkan perilaku yang buruk cenderung meningkatkan konsumsi yang tidak terkontrol. Penelitian lain menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada Generasi Z seringkali dipengaruhi oleh kebiasaan membeli untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan.

Selanjutnya, sikap keuangan (financial attitude) juga menjadi variabel penting dalam menjelaskan perilaku konsumsi. Sikap keuangan berkaitan dengan cara pandang individu terhadap uang, termasuk prioritas penggunaan, orientasi masa depan, dan pengendalian diri. Individu dengan sikap keuangan yang positif cenderung lebih bijak dalam mengambil keputusan finansial, sehingga mampu menekan perilaku konsumtif.

Dalam konteks lokal, Kabupaten Lumajang sebagai salah satu daerah yang mengalami perkembangan akses digital dan penetrasi internet yang cukup pesat, turut menghadapi dinamika perubahan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z. Kemudahan akses marketplace dan layanan keuangan digital menjadikan generasi muda di daerah ini semakin aktif dalam aktivitas belanja online. Namun, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji integrasi antara literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z di wilayah Lumajang.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna memahami secara komprehensif model perilaku konsumtif Generasi Z dalam belanja online melalui integrasi tiga variabel utama, yaitu literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu perilaku keuangan serta menjadi dasar bagi pihak terkait dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif.

## LANDASAN TEORI

### Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan yang lebih didasarkan pada keinginan daripada kebutuhan. Dalam konteks Generasi Z, perilaku ini sering dipengaruhi oleh kemudahan akses belanja online, promosi digital, serta tekanan sosial dari media. Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian yang tidak rasional dan bersifat impulsif. Generasi Z cenderung memiliki kecenderungan impulsive buying akibat paparan teknologi digital yang intens.

Mengacu pada Sumartono (2002) dan penelitian terbaru: Pembelian karena keinginan (impulsif), Mudah terpengaruh promosi, Membeli untuk gaya hidup/status, Tidak mempertimbangkan kebutuhan, Frekuensi belanja online tinggi.

### Literasi Keuangan Digital

Literasi keuangan digital adalah kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan informasi serta layanan keuangan berbasis digital secara efektif dan bijak. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam pengelolaan keuangan. Dalam era digital, literasi ini juga mencakup pemahaman terhadap e-wallet, mobile banking, dan fintech. Tingkat literasi yang tinggi diharapkan mampu mengurangi perilaku konsumtif.

Mengacu pada OJK dan Chen & Volpe (1998): Pengetahuan produk keuangan digital, Pemahaman pengelolaan keuangan digital, Kemampuan menggunakan fintech (e-wallet, paylater), Kemampuan membuat keputusan keuangan digital, Kesadaran risiko transaksi digital.

Literasi keuangan digital berperan dalam meningkatkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan secara rasional. Semakin tinggi literasi keuangan digital, maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtif karena individu lebih memahami risiko dan manfaat dari setiap transaksi.

### Financial Behavior (Perilaku Keuangan)

Financial behavior adalah perilaku nyata individu dalam mengelola keuangan, seperti pengeluaran, tabungan, investasi, dan perencanaan keuangan. Menurut Xiao (2008), financial behavior mencerminkan bagaimana seseorang bertindak dalam keputusan keuangan sehari-hari. Perilaku keuangan yang baik akan membantu individu mengontrol konsumsi dan menghindari pembelian yang tidak perlu.

Mengacu pada Xiao (2008): Kebiasaan menabung, Pengelolaan pengeluaran, Perencanaan keuangan, Pengendalian penggunaan uang, Kebiasaan mencatat keuangan.

Perilaku keuangan yang baik seperti kebiasaan menabung dan pengelolaan pengeluaran yang terencana akan mengurangi kecenderungan konsumtif. Individu dengan financial behavior yang buruk cenderung lebih impulsif dalam berbelanja.

### Sikap Keuangan (Financial Attitude)

Sikap keuangan merupakan pandangan, penilaian, dan pola pikir seseorang terhadap uang dan pengelolaannya. Menurut Furnham (1984), sikap keuangan mencerminkan orientasi individu terhadap masa depan, pengendalian diri, serta prioritas dalam penggunaan uang. Sikap keuangan yang positif akan mendorong perilaku keuangan yang sehat dan mengurangi kecenderungan konsumtif.

Mengacu pada Furnham (1984): Orientasi masa depan, Pengendalian diri dalam penggunaan uang, Prioritas kebutuhan vs keinginan, Tanggung jawab finansial, Pandangan terhadap pentingnya menabung.

Sikap keuangan yang positif akan mendorong individu untuk lebih bijak dalam mengelola keuangan dan menahan keinginan konsumtif. Sebaliknya, sikap yang negatif akan meningkatkan perilaku konsumtif.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z dalam belanja online di Kabupaten Lumajang. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang aktif menggunakan platform belanja online, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti usia 17–25 tahun dan pernah melakukan transaksi online dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sample pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert 1–5. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antar variabel, dengan model persamaan  $Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$ , di mana Y adalah perilaku konsumtif,  $X_1$  adalah literasi keuangan digital,  $X_2$  adalah financial behavior, dan  $X_3$  adalah sikap keuangan. Sebelum dilakukan analisis regresi, data diuji terlebih dahulu melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas guna memastikan kelayakan model penelitian. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan melalui uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Instrumen Penelitian

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas menggunakan teknik Corrected Item-Total Correlation dengan kriteria bahwa item dinyatakan valid apabila nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel ( $\alpha = 0,05$ ).

Berdasarkan hasil pengolahan data, seluruh item pernyataan pada variabel literasi keuangan digital, financial behavior, sikap keuangan, dan perilaku konsumtif memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,197 untuk  $n = 100$ ), sehingga seluruh item dinyatakan **valid** dan layak digunakan dalam penelitian.

#### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap item pernyataan dalam kuesioner. Pengujian dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan kriteria bahwa variabel dikatakan reliabel jika nilai alpha  $> 0,70$ . Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

- Literasi keuangan digital = 0,812
- Financial behavior = 0,798
- Sikap keuangan = 0,785
- Perilaku konsumtif = 0,826

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel dan konsisten.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test.

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Selain itu, hasil grafik P-P Plot menunjukkan titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, yang semakin memperkuat bahwa data memenuhi asumsi normalitas.

#### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

- Nilai Tolerance seluruh variabel > 0,10
- Nilai VIF seluruh variabel < 10

Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi, dan variabel independen saling bebas satu sama lain.

#### **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Pengujian dilakukan menggunakan uji Glejser.

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, hasil scatterplot menunjukkan pola penyebaran titik yang acak dan tidak membentuk pola tertentu.

### **Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y=15,432-0,312X_1-0,285X_2-0,267X_3$$

Hasil tersebut menunjukkan bahwa:

- Konstanta sebesar 15,432 mengindikasikan bahwa jika variabel literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan bernilai nol, maka perilaku konsumtif tetap berada pada tingkat tertentu.
- Koefisien regresi literasi keuangan digital (X1) sebesar -0,312 menunjukkan bahwa setiap peningkatan literasi keuangan digital akan menurunkan perilaku konsumtif.
- Koefisien financial behavior (X2) sebesar -0,285 menunjukkan bahwa perilaku keuangan yang baik mampu menekan perilaku konsumtif.
- Koefisien sikap keuangan (X3) sebesar -0,267 menunjukkan bahwa semakin baik sikap keuangan, maka perilaku konsumtif semakin menurun.

### Uji Parsial (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa:

- Literasi keuangan digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $-4,219 > -1.98447$ ;  $0,000 < 0,05$ )
- Financial behavior berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $-3,849 > -1.98447$ ;  $0,000 < 0,05$ )
- Sikap keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ( $-4,164 > -1.98447$ ;  $0,000 < 0,05$ )

Artinya, secara parsial ketiga variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan dalam menekan perilaku konsumtif Generasi Z.

### Uji Simultan (Uji F)

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai  $9,275 > 2,46$  dengan  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,64 menunjukkan bahwa sebesar 64% variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 36% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model seperti gaya hidup, lingkungan sosial, dan pengaruh media.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat pemahaman Generasi Z terhadap keuangan digital, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif dalam belanja online. Generasi Z yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan serta lebih berhati-hati dalam menggunakan layanan keuangan digital seperti e-wallet dan paylater. Hasil ini sejalan dengan penelitian Almira et al. (2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dapat menekan perilaku konsumtif melalui peningkatan kontrol diri.

### Pengaruh Financial Behavior terhadap Perilaku Konsumtif

Financial behavior juga terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa individu yang memiliki kebiasaan mengelola keuangan dengan baik, seperti menabung, membuat anggaran, dan mengontrol pengeluaran, cenderung lebih rasional dalam berbelanja. Generasi Z yang memiliki perilaku keuangan yang baik tidak mudah tergoda oleh promosi atau diskon yang sering muncul di platform e-commerce. Temuan ini sejalan dengan penelitian Xiao (2008) yang menyatakan bahwa perilaku keuangan yang baik akan menghasilkan keputusan keuangan yang lebih bijak.

### Pengaruh Sikap Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Sikap keuangan juga memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa cara pandang individu terhadap uang sangat menentukan perilaku konsumsi mereka. Generasi Z yang memiliki orientasi masa depan dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan cenderung lebih mampu menahan diri dari perilaku konsumtif. Sebaliknya, individu dengan sikap keuangan yang kurang baik lebih

mudah terjebak dalam pembelian impulsif. Hasil ini mendukung teori Furnham (1984) yang menyatakan bahwa sikap terhadap uang mempengaruhi perilaku keuangan seseorang.

### **Pengaruh Secara Simultan**

Secara simultan, literasi keuangan digital, financial behavior, dan sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan semata, tetapi juga oleh kebiasaan dan sikap individu dalam mengelola keuangan. Integrasi ketiga variabel ini memberikan gambaran yang lebih komprehensif dalam menjelaskan perilaku konsumtif di era digital.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Almira, A. F., Herlindawati, D., & Sholekhah, I. (2024). Literasi keuangan dan perilaku konsumtif belanja online: Peran kontrol diri sebagai mediator. *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, 22(1), 45–58.
- [2] Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- [3] Furnham, A. (1984). Many sides of the coin: The psychology of money usage. *Personality and Individual Differences*, 5(5), 501–509.
- [4] Kurniawati, L., & Asandimitra, N. (2024). Pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(2), 123–135.
- [5] Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- [6] Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025*. Jakarta: OJK.
- [7] Rahmadhani, N. A., & Putri, D. A. (2025). Literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 66–78.
- [8] Saputri, R. A., & Hidayat, M. (2024). Pengaruh penggunaan paylater dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 9(1), 34–47.
- [9] Septiyani, N., & Wibowo, A. (2024). Literasi keuangan, digital payment, dan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(2), 89–102.
- [10] Septiyani, N., et al. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z*.
- [11] Shiega, F., et al. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Electronic Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z*.
- [12] Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Sustiyo, J. (2020). *Apakah Literasi Keuangan Memengaruhi Perilaku Konsumsi Generasi Z?*
- [14] Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to financial behavior. Dalam J. J. Xiao (Ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* (hlm. 69–81). New York: Springer.
- [15] Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Nominal*, 6(1), 11–26.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN