**JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA**
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

# ANALISIS PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GenZ PADA MAHASISWA UIN SMH BANTEN

## *ANALYSIS OF THE IMPACT OF FINANCIAL LITERACY AND HEDONISM ON THE CONSUMTIVE BEHAVIOR OF GenZ ON STUDENTS UIN SMH BANTEN*

**Nida Zahrotunnisa[1], Anne Aqilah Fauziah[2], Rohman Nur Rosyid[3], Muhammad Farhan Affandi[4], Wahyu Hidayat[5], Zaini Ibrahim[6]**
Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Mulana Hasanuddin Banten
*Email: nidazahrtn@gmail.com[1], aqilahanne142@gmail.com[2], rohnuros@gmail.com[3], muhammadfarhan593@gmail.com[4], wahyuhidayat@uinbanten.ac.id[5], zaini.ibrahim@uinbanten.ac.id[6]*

**Article Info**

Article history :
Received : 24-06-2024
Revised : 27-06-2024
Accepted : 29-06-2024
Pulished : 01-07-2024

***Abstract***

*This research investigates the relationship between generation Z consumer behavior, hedonistic lifestyle behavior, and financial literacy. The results show that generation Z's consumption patterns are significantly influenced by financial literacy and hedonistic lifestyle choices. Better financial literacy is usually associated with a better lifestyle. Hedonists are more likely to choose products and services wisely and responsibly. They are more likely to save money and avoid debt because they are more likely to think about the long-term impact of their purchases. On the other hand, those who do not live a hedonistic life or are financially illiterate are more prone to making rash and careless purchasing decisions that lead to debt and overspending. They are more likely to save money and avoid debt because they are more likely to think about the long-term impact of their purchases. On the other hand, those who do not live a hedonistic life or are financially illiterate are more prone to making rash and careless purchasing decisions that lead to debt and overspending.*

***Keywords: Finance, Hedonism, Consumptive, GenZ***

**Abstrak**

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara perilaku konsumtif generasi Z, perilaku gaya hidup hedonistik, dan literasi keuangan. Hasilnya menunjukkan bahwa pola konsumsi generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan dan pilihan gaya hidup hedonistik. Literasi keuangan yang lebih baik biasanya dikaitkan dengan gaya hidup yang lebih baik. Kaum hedonis lebih cenderung memilih produk dan jasa secara bijaksana dan bertanggung jawab. Mereka lebih cenderung menyimpan uang dan menghindari hutang karena mereka lebih cenderung memikirkan dampak jangka panjang dari pembelian mereka. Di sisi lain, mereka yang tidak menjalani kehidupan hedonistik atau buta huruf secara finansial lebih rentan mengambil keputusan pembelian yang terburu-buru dan ceroboh sehingga berujung pada utang dan pengeluaran berlebihan. Mereka lebih cenderung menyimpan uang dan menghindari hutang karena mereka lebih cenderung memikirkan dampak jangka panjang dari pembelian mereka. Di sisi lain, mereka yang tidak

menjalani kehidupan hedonistik atau buta huruf secara finansial lebih rentan mengambil keputusan pembelian yang terburu-buru dan ceroboh sehingga berujung pada utang dan pengeluaran berlebihan.

**Kata Kunci: Keuangan, Hedonisme, Konsumtif, GenZ**

## LATAR BELAKANG

Menjadi seorang mahasiswa adalah tahap dari lanjutan kehidupan akademik yang lebih mandiri lagi. Sebelum menjadi mahasiswa, mereka cenderung lebih diatur dalam masalah keuangan ataupun kehidupan pribadinya. Sebelumnya, mereka hanya mejadi pihak yang mengikuti apa kata orang tua dalam mengelola keuangan, setelah menjadi mahasiswa mereka cenderung sudah diberikan tanggung jawab sendiri untuk masalah akademik maupun keuangan, walaupun uang yang di dapatkan sebagian besar masih dari orang tua. Ketika mereka telah dibebaskan dalam mengelola keuangan, literasi keuangan sangatlah berperan penting dalam kehidupan mengelola keuangan mereka.(Sustiyo, 2020)

Literasi atau yang dikenal dengan sebutan melek keuangan mencerminkan bagaimana seseorang mengelola keuangannya dengan baik untuk mencapai kesejahteraan yang maksimal. Setiap individu memerlukan kemampuan ini untuk menghindarkan diri dari masalah-masalah yang berkaitan dengan keuangan. Ukuran pemahaman tentang pengelolaan keuangan pribadi seseorang dapat dilihat berdasarkan dari bagaimana cara dia memahami literasi keuangan yang merupakan kombinasi antara pengetahuan, pengendalian keuangan, keterampilan, dan cara dia mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan dalam finansial. Otoritas Jasa Keuangan mendefinisikan literasi keuangan sebagai pendirian seseorang dalam mengambil keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan dengan mengkombinasikan antara pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan dari individu tersebut. (Otoritas Jasa Keuangan, 2016)

Perkembangan zaman yang semakin modern ini telah menyebabkan seseorang lebih berperilaku konsumtif dalam memenuhi kebutuhannya, terlebih lagi dengan era digitalisasi yang lebih mendukung membuatnya lebih mudah untuk memenuhi kebutuhan mereka. Khususnya bagi kalangan kaum muda yang lebih terbuka akan internet atau yang biasa disebut sebagai Generasi Z (GenZ). GenZ merupakan generasi setelah generasi milenial, biasanya GenZ terlahir dari pernikahan antara Generasi X dengan Generasi Y. *Research center* pada beberapa penelitian menyebutkan bahwa tahun kelahiran dari GenZ yaitu dimulai pada tahun 1997 sampai tahun 2012. Tercatat bahwa dalam Badan Pusat Statistika tahun 2024 menyebutkan bahwa populasi dari GenZ di Indonesia saat ini mencapai 22.85 persen. GenZ dinilai sebagai generasi yang paling konsumtif dalam memenuhi kebutuhannya, seperti misalnya pada kebutuhan untuk internet, atau sekedar berkumpul dengan teman di café . (Akbar & Armansyah, 2023)

Pada saat ini, para mahasiswa mengenal dua cara pandang mengenai gaya hidup dan keuangan mereka, yaitu FOMO (*Fear Of Missing Out*) dan YOLO (*You Only Live Once*). Yang dimana kata fomo menjelaskan ketakutan mereka akan ketertinggalan *trend* yang sedang ramai dan kata yolo menjelaskan bahwa kamu hanya hidup sekali, jadi mereka menggunakan kata tersebut

untuk melawan rasa ragu mereka dalam mencoba hal-hal yang sebenarnya tidak mereka butuhkan. (Agustina Girsang et al., 2022)

Dalam konteks ini, gaya hidup hedonisme telah menjadi salah satu dari peristiwa yang menarik perhatian apalagi dalam kalangan GenZ. Mahasiswa yang terpengaruh dengan adanya modernisasi akan berdampak kepada gaya hidupnya. Mereka akan berpacu dalam mengikuti tren yang ada dan kebiasaan yang mereka lakukan. Sehingga hal tersebut menuju kepada gaya hidup yang hedonisme. Perilaku hedonisme pada mahasiswa sangat mudah dijumpai, banyak dari mahasiswa yang lebih suka untuk mengobrol di café, berbelanja di mall, karaoke dengan dalih sebagai reward untuk diri sendiri. Mereka melakukan hal demikan karena agar keberadaannya diakui dan diterima oleh orang yang ada disekitarnya. Dengan perilaku konsumtif dengan gaya yang hedon itulah yang membuat mahasiswa sulit untuk sekedar menyimpan uangnya untuk ditabung atau di investasikan. Dengan melakukan penelitian ini diharapkan bagi pembaca terutama mahasiswa atau kaum muda GenZ menjadikan perilaku keuangan menjadi suatu hal yang penting dan harus dipahami agar tidak menjadi seseorang yang memiliki gaya hidup konsumtif atau seseorang yang memiliki gaya hidup yang hedon. (Khairat *et al*., 2019)

Dalam analisis ini, penulis mengambil responden dari mahasiswa yang ada di UIN SMH Banten yang lahir pada tahun 1997-2012. Penelitian ini memilki keterlibatan pada pengaruh literasi keuangan dan perilaku gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif genz pada mahasiswa UIN SMH Banten. Para mahasiswa GenZ dapat menjadikan penelitian ini sebagai studi untuk lebih memahami pengaruh literasi keuangan dan perilaku gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif GenZ. Bagian selanjutnya adalah kajian teoritis dan metode penelitian yang relevan yang nantinya akan digunakan dan dilanjutkan dengan gambaran dari proses pengumpulan data. Hasil dari berbagai uji analisis, begitu juga dengan pembahasan, akan dijelaskan pada bagian berikutnya. Bagian yang terakhir adalah kesimpulan.

## Kajian Teoritis

### Literasi Keuangan

Seseorang yang memiliki informasi, kemampuan, dan rasa percaya diri dalam mengelola keuangan pribadi dan bisnisnya dikatakan melek finansial. Yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah kemampuan untuk membuat penilaian yang tepat atau jelas dan pemahaman terhadap konsep keuangan. berdasarkan dua aspek literasi keuangan—mengubah perilaku keuangan seseorang dan memperoleh pengetahuan serta kemampuan keuangan. Seseorang mengelola dananya pada tahap ini secara terus menerus sepanjang hidupnya. Kemampuan mengambil keputusan keuangan yang baik baik secara individu maupun sebagai anggota masyarakat dipengaruhi oleh literasi keuangan. (Thomas & Subhashree, 2020)

Beberapa peran sosialisasi keuangan yang mendukung dalam menentukan tingkat literasi keuangan, yaitu peran sosialisasi yang paling utama adalah keluarga, kelompok teman sebaya, sekolah dan media. Masing-masing dari peran sosialisasi tersebut akan mempengaruhi cara berpikir seseorang dalam mengelola keuangan, sejauh mana seorang individu tersebut dalam mengetahui

literasi keuangan sedari masa kanak-kanak hingga dewasa. Peran sosialisasi ini bisa diberikan pada saat formal atau disaat pembelajaran maupun informal atau pada saat sedang dirumah untuk meningkatkan literasi keuangan. Contoh dari sosialisasi literasi keuangan dapat berupa praktik secara langsung dengan menggunakan layanan keuangan seperti bank, hal itu akan membantu individu tersebut dalam memperoleh literasi keuangan. (Rudeloff, 2019)

Pengetahuan akan literasi keuangan mengacu pada konsep keuangan dan kemampuan seseorang dalam menerapkan keterampilan berhitungnya dalam konteks keuangan. Seorang individu dengan tingkat pengethuan dari keuangan yang tinggi biasanya lebih mudah untuk menganalisis masalah keuangan, memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan yang tepat mengenai masalah keuangan, dan lebih memahami serta menilai resiko apa yang akan dia dapatkan di kemudian hari. Akibatnya, mahasiswa yang memiliki pengetahuan literasi keuangan akan lebih percaya diri dalam mengelola dan mengambil keputusan yang beresiko. Dalam hal ini, penelitian sebelumnya menunjukkan sebagian besar dampak positif yang signifikan tentang pengetahuan keuangan terhadap kecenderungan dalam pengambilan resiko. (Molina-García *et al*., 2023)

Terdapat perubahan perilaku yang signifikan di era globalisasi ini, khususnya di sektor keuangan. Materi Pelajaran Generasi muda, khususnya pelajar, sangat terkena dampaknya. Gelombang globalisasi cenderung menyapu generasi muda dengan mudahnya. Selain itu, dunia usaha ingin generasi muda membeli produknya. Sudah menjadi sifat mereka untuk mudah tergoda oleh produk baru atau bermerek.

Gaya hidup hedonis semakin populer di kalangan remaja. Remaja yang mengalami fenomena ini biasanya menginginkan kehidupan yang mewah, nikmat, dan menyenangkan tanpa harus bersusah payah (Gushevinalti, 2010). Menurut Nadzir dan Ingarianti (2015), gaya hidup Seseorang yang melakukan hedonisme adalah seseorang yang menjalani kehidupannya untuk mengejar kesenangan, senang menghabiskan waktu bersama teman-temannya di luar rumah, membeli barang-barang yang tidak diperlukan, dan selalu tertarik pada pusat perhatian. sekelilingnya. Ungkapan “aspek gaya hidup hedonis” dalam penelitian ini mengacu pada daftar aktivitas, minat, dan opini Reynold & Darden (dalam Engel, Blackwell, & Miniard, 1994).

Gaya hidup hedonis menurut Sulaiman (dalam Nurvitria, 2015:12) adalah kecenderungan seseorang yang hanya menghabiskan waktunya bersama teman, bermain bersama, dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan sekitarnya. Selain itu, menurut Mowen dan Minor (Sumarwan, 2002: 60 dan dalam Nurvitria, 2015: 35), unsur-unsur gaya hidup hedonis dapat didefinisikan sebagai berikut: Pertama, aktivitas (aktivitas) adalah cara orang menghabiskan waktunya yang berbentuk tindakan nyata yang dapat diamati, seperti hobi, percakapan, belanja, perjalanan, aktivitas sosial, hiburan, dan olah raga. Tujuan pengukuran ini adalah untuk mendukung alasan di balik tindakan tersebut. Kedua, minat adalah tingkat kenikmatan yang muncul secara alami dan menarik perhatian pada suatu hal, peristiwa, atau subjek tertentu. Ketiga, opini mengacu pada reaksi lisan atau tertulis seseorang terhadap rangsangan yang dihadirkan. Skenario atau stimulusnya mungkin terkait dengan hiburan, olahraga, komunitas, barang masa depan, atau masalah kemasyarakatan.

Remaja ingin selalu tampil gaya, oleh karena itu mereka mungkin meniru gaya seseorang yang mereka kagumi. Banyak anak muda juga menyukai barang-barang mahal dan bermerek. Akibatnya, mereka mengeluarkan biaya yang besar. Kebiasaan dan variabel lingkungan mungkin menjadi penyebabnya. Pelajar mempunyai kecenderungan Di dunia modern, perilaku hedonistik adalah hal yang lumrah. Contohnya adalah banyak pelajar yang senang jalan-jalan di kafe dan mal. Amati tradisi di lingkungan mereka. Banyak generasi muda yang juga mengikuti fashion masa kini. mirip dengan model ponsel dan pakaian terbaru. Hal-hal seperti inilah yang membuat pengelolaan uang mereka menjadi sulit.

Mahasiswa khususnya merupakan pasar yang potensial. Selain itu, siswa mengikuti tren. Didukung pola pikir mahasiswa dan konsumeris, mereka kini bisa lebih mudah membelanjakan uangnya berkat kemajuan teknologi. Bukan sekadar untuk membeli kebutuhan sehari-hari, tapi juga mengabulkan keinginan.

Menurut Empati dkk. (2018), definisi konsumsi secara luas adalah penggunaan suatu barang atau jasa sambil melakukan perilaku mewah dan berlebihan yang mengedepankan keinginan dibandingkan kebutuhan. Ini juga dapat didefinisikan sebagai gaya hidup yang berlebihan. Fenomena yang terjadi saat ini menunjukkan betapa budaya konsumeris tidak menghiraukan gender, usia, dan tenaga kerja. Bisa saja orang dewasa, remaja, atau orang lanjut usia, namun menurut sejumlah penelitian, remaja menunjukkan kecenderungan berperilaku konsumtif (Widyaningrum & Puspitadewi, 2016).

Menurut pendapat sejumlah ahli yang dikemukakan sebelumnya, yang dimaksud dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini sejalan dengan pandangan Suyasa dan Fransisca (dalam Rosyid, Lina, dan Rosyid, 1997), yang mengartikan perilaku konsumen sebagai tindakan membeli barang secara berlebihan, sehingga menyebabkan pemborosan dan ketidakefisienan biaya, dibandingkan terpenuhinya kebutuhan.

Menurut Suyasa dan Fransisca (2005:172), perilaku konsumen adalah tindakan membeli barang secara berlebihan, sehingga mengakibatkan pemborosan dan inefisiensi biaya, bukan dalam rangka memenuhi permintaan. Kata Konsumtif mengacu pada pemborosan dan konsumsi berlebihan terhadap barang dan jasa (Gumulya & Widiastuti, 2013).

Menurut Grinder (dalam Rosyid, Lina, dan Rosyid, 1997), perilaku konsumtif merupakan satu-satunya cara individu dimotivasi dan diarahkan oleh dorongan untuk memuaskan hasratnya akan kesenangan. Lubis (dalam Rosyid, Lina, dan Rosyid, 1997), sebaliknya, menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian yang dihasilkan dari dorongan-dorongan yang tidak lagi masuk akal dan bukan karena alasan rasional.

Ada ungkapan yang sering kita dengar: produk dan uang. Ketika kita mempunyai terlalu banyak uang di dompet, kita terkadang lupa siapa diri kita, lupa waktu, dan akhirnya membeli lebih banyak barang daripada yang sebenarnya kita butuhkan. Hal ini menggambarkan bagaimana masyarakat kita berperilaku sebagai konsumen. Kadang-kadang ketika saya pergi berbelanja di pusat, kami tidak merencanakan apa yang akan kami beli, sehingga kami akhirnya menjadi liar dan

membeli apa pun yang kami inginkan ketika kami sampai di sana. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia menetapkan pedoman perilaku yang dapat diterima. Konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dan mengonsumsi tanpa batas (Anggraini & Santhoso, 2019).

Konsumen yang lebih muda cenderung berperilaku seolah-olah segalanya terjadi secara instan, mereka tidak menghargai langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan sebelum mencapainya, dan mereka tidak membuat keputusan keuangan yang baik, yang dapat menyebabkan kesulitan keuangan di masa depan dan kecenderungan shopaholic. Terlebih lagi, banyak siswa yang masih meminta bantuan orang tuanya untuk membayar semua yang mereka beli.

Seiring berjalannya waktu, kehidupan penduduk saat ini terus mengalami perkembangan. Banyak hal telah berubah dari masa lalu, ketika individu lebih acuh terhadap gaya hidup dan penampilan. Cara hidup telah merambah ke semua kelas sosial, termasuk pelajar. Kita juga tidak berdaya melawan kemajuan dan kemajuan modern. Namun cara hidup telah mewakili modernitas, dan kita bebas memilih ingin menjadi apa. Menghindari terseret arus adalah hal paling krusial yang perlu diingat oleh siswa. Memahami informasi terkini dan bagaimana kehidupan siswa berkembang, dimulai dari cara mereka berpakaian, berinteraksi dengan orang lain, dan melakukan aktivitas lain yang sering kali memengaruhi perilaku mereka.

Pelajar masa kini banyak menghadapi inkonsistensi internal dalam kehidupannya, dimulai dari gaya hidup yang tidak sesuai dengan prinsip dan latar belakang pendidikannya. Banyak dari mereka juga mengalami konflik keuangan dengan keluarganya. Namun, sebagian besar siswa memaksakan diri untuk menjadi seperti orang lain di sekitar mereka, meskipun orang-orang tersebut sudah mapan dalam perekonomian lokal. Tanpa mereka sadari, mereka telah memasuki budaya perkotaan yang sangat menjunjung tinggi keindahan. Masyarakat yang berasal dari daerah pedesaan dan daerah terpencil di kota dan desa pada dasarnya bebas dari pengawasan keluarga, sehingga memungkinkan mereka untuk melakukan apa pun tanpa memikirkan konsekuensi yang mungkin timbul di kemudian hari.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif GenZ dengan gaya hidup hedonisme. Menurut penelitian, terdapat korelasi yang menguntungkan antara perilaku pembelian dan gaya hidup hedonisme mereka. Semakin besar kecenderungan GenZ untuk berperilaku seperti konsumen maka semakin hedonisme gaya hidup mereka. Sebaliknya, ketika GenZ menjalani gaya hidup yang kurang hedonisme, kebiasaan membeli mereka juga cenderung menurun.

## METODE PENELITIAN

Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme menjadi Variabel Independen dalam penelitian ini, sedangkan perilaku Konsumtif menjadi Variabel Dependen. Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 19 – 24 Juni 2018, di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Topiknya adalah Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Genz Pada

Mahasiswa UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Karakteristik responden penelitian antara lain berusia antara 15 hingga 25 tahun ke atas dan berjenis kelamin perempuan atau laki-laki. Purposive Sampling merupakan metode yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Rangkuman jawaban yang diberikan responden berdasarkan pernyataan dari indikator variabel diperoleh melalui analisis ini. Selanjutnya ditampilkan skor yang mewakili derajat reaksi responden terhadap setiap pernyataan kuesioner beserta temuannya. Terdapat satu variabel terikat (Y) dan dua variabel bebas (X) dalam penelitian ini. Literasi keuangan (X1) dan gaya hidup hedonis (X2) merupakan variabel independen (X). Keempat variabel yang membentuk variabel literasi keuangan (X1) antara lain minat menabung dan meminjam, investasi, dan perilaku keuangan. Variabel gaya hidup hedonisme (X2) yang terdiri dari 4 pernyataan yang mengukur tentang pengeluaran, minat terhadap barang branded, minat dalam membeli barang branded yang berkualitas, minat memebeli Lt elektronik keluaran terbaru. Variabel dependen (Y) yaitu perilaku konsumtif terhadap GenZ mahasiswa UIN SMH BANTEN, yang terdiri dari pernyataan yang membahas tentang minat membeli terhadap kemasan, menjaga penampilan atau gengsi, membeli karena model favorit yang mengiklankan, dan pertimbangan harga.

### 1. Gambaran Data Responden

Analisis ini telah melibatkan mahasiswa/i dari UIN Sultan Maulana Hassanuddin Banten sebagai sampel dari penelitian ini. Data responden yang akan digunakan pada analisis ini meliputi umur, jenis kelamin, dan uang saku perbulan. Data responden didapatkan memlaui kuisioner yang disebar melalui aplikasi WhatsApp yang menghasilkan jumlah responden sebanyak 36 orang. Berikut adalah gambaran mengenai karakteristik dari responden yang akan ditampilkan melalui beberapa tabel dibawah ini.

#### a. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 1.1**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

| Umur | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | **Frequency** | **Percent** | **Valid Percent** | **Cumulative Percent** |
| Valid | 15 – 20 th | 28 | 77.8 | 77.8 | 77.8 |
| | 20 – 25 th | 7 | 19.4 | 19.4 | 97.2 |
| | > 25 th | 1 | 2.8 | 2.8 | 100.0 |
| | Total | 36 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan pada tabel 1.1, diperoleh total responden berdasarkan rata-rata umur yaitu responden yang berumur 15 – $20^{th}$ yang berjumlah 28 orang, dan yang berumur 20 – $25^{th}$ berjumlah 7 orang, kemudian responden yang memiliki umur > $25^{th}$ berjumlah 1 orang responden. Sehingga total keseluruhan jumlah responden sebanyak 36 responden.

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

**b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

**Tabel 1.2**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis_Kelamin | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | Laki-laki | 11 | 30.6 | 30.6 | 30.6 |
| | Perempuan | 25 | 69.4 | 69.4 | 100.0 |
| | Total | 36 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Primer, 2024

Dilihat dari tabel 1.2, jumlah responden yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin laki-laki berjumlah 11 orang dan responden berdasarkan jenis kelamin perempuan berumlah 25 orang. Sehingga total dari keseluruhan jumlah responden sebanyak 36 responden.

**c. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan**

**Tabel 1.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Per Bulan**

| Uang_Saku_Per_Bulan | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | < Rp 500.000 | 28 | 77.8 | 77.8 | 77.8 |
| | Rp 500.000 - Rp 1.000.000 | 7 | 19.4 | 19.4 | 97.2 |
| | > Rp 1.000.000 | 1 | 2.8 | 2.8 | 100.0 |
| | Total | 36 | 100.0 | 100.0 | |

Sumber: Data Primer, 2024

Tabel 1.3 menampilkan hasilnya: 28 responden melaporkan pengeluaran uang saku bulanan kurang dari Rp500.000, 7 responden melaporkan pengeluaran bulanan antara Rp500.000 dan Rp1.000.000, dan 7 melaporkan pengeluaran bulanan lebih dari Rp1.000.000 untuk satu individu. Jadi semuanya berjumlah 36 orang.

**2. Analisis Deskriptif**

Rangkuman jawaban responden terhadap pernyataan indikator variabel diperoleh melalui penelitian ini. Derajat respon yang diberikan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner dalam temuan ini ditunjukkan dengan angka skor. Variabel perilaku keuangan (Y), gaya hidup (X2), dan literasi keuangan (X1) diuji menggunakan analisis ini. Hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel berikut.

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

**Tabel 1.4**
**Analisis Deskriptif**

| Descriptive Statistics | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
| Literasi Keuangan (X1) | 36 | 4.00 | 19.00 | 15.14 | 2.86 |
| Gaya Hidup Hedonisme (X2) | 36 | 4.00 | 15.00 | 9.42 | 3.08 |
| Perilaku Keuangan (Y) | 36 | 4.00 | 16.00 | 9.88 | 3.11 |
| Valid N (listwise) | 36 | | | | |

Sumber: Data Primer, 2024

Dari tabel 1.3 diatas menjelaskan bahwa data valid N merupakan jumlah dari responden yang telah mengisi kuisioner yang berjumlah 36. dalam variabel literasi keuangan (X1), gaya hidup hedonisme (X2), dan perilaku konsumtif (X2) memiliki jumlah minimum yang sama yaitu 4.00. sedangkan untuk jumlah skor tertinggi ditulis dalam kolom maximum, jumlah maximum dari variabel X1 adalah 19.00, sedangkan untuk jumlah maximum untuk variabel X2 adalah 15.00, dan untuk jumlah maximum variabel Y adalah 16.00. sedangkan untuk jumlah mean (rata-rata) yang didapatkan pada variabel X1 berjumlah 15,14, variabel X2 berjumlah 9,42, dan variabel Y berjumlah (9,88). Sedangkan untuk kolom standar deviasi dari variabel X1 berjumlah 2,86, variabel X2 3,08, dan variabel Y 3,11. Dari data analisis deskriptif diatas dihasilkan bahwa dilihat dari skor tertinggi variabel adalah variabel X1 atau variabel literasi keuangan, baik dari jumlah rata-rata maun jumlah standar deviasinya. Ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan mahasiswa Genz UIN Sultan Maulana Hasanuddin cukup tinggi dibandinkan dengan gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif nya.

### 3. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam data ini peneliti membagi responden menjadi beberapa kategori. Data yang diperoleh dalam analisis ini adalah berasal dari jumlah tanggapan responden terhadap pernyataan yang diberikan pada kuisioner tentang variabel literasi keuangan (X1), gaya hidup hedonisme (X2), dan Perilaku konsumtif (Y) yang akan ditampilkan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 1.5**
**Pengkategorian Variabel Literasi Keuangan (X1)**

| Item | Opsi | | | | | Mean | SD | Level |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | STS | TS | N | S | SS | | | |
| saya mengeluarkan uang sesuai | 1 (2,8%) | 1 (2,8%) | 4 (11,1%) | 17 (47,2%) | 13 (36,1%) | 4.11 | 0.919 | Tinggi |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| dengan keperluan | | | | | | | | |
| saya berpikir bahwa investasi hal yang tepat jika saya ingin mendapat keuntungan dimasa depan | 1 (2,8%) | 0 (0%) | 8 (22,2%) | 14 (38,9%) | 13 (36,1%) | 4.06 | 0.924 | Tinggi |
| saya selalu menyisakan sedikit sisa uang jajan untuk ditabung | 1 (2,8%) | 0 (0%) | 11 (30,6%) | 11 (30,6%) | 13 (36,1%) | 3.97 | 0.971 | Tinggi |
| saya lebih mengandalkan teman atau saudara dalam meminjam uang dibanding harus meminjam di bank | 8 (22,2%) | 4 (11,1%) | 9 (25,0%) | 10 (27,8%) | 5 (13,9%) | 3.00 | 1.373 | Sedang |

Sumber: Data Primer, 2024

Peneliti menulis tabel deskripsi berdasarkan kepada jawaban dari responden mengenai pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuisioner. Data dalam tabel 1.5 ini diambil dari tanggapan responden mengenai variabel literasi keuangan (X1). Berdasarkan dari tabel literasi keuangan diatas menjelaskan bahwa responden yang berkategorikan mahasiswa GenZ UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini memiliki literasi keuangan yang tinggi, yaitu dengan rata-rata (mean) tertinggi berjumlah 4,11. Dan untuk rata-rata sedang berjumlah 3.00. jika dilihat dari hasil yang didapatkan, mahasiswa GenZ di UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini memiliki literasi keuangan yang tinggi.

Keterangan level rata-rata:

Rendah : 1,00 – 2,33

Sedang : 2,34 – 3,67

Tinggi : 3,68 – 5,00

**Tabel 1.6**
**Pengkategorian Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2)**

| Item | Opsi | | | | | Mean | SD | Level |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | STS | TS | N | S | SS | | | |
| saya senang dan menghabiskan banyak waktu di pusat belanja atau café | 6 (16,7%) | 6 (16,7%) | 18 (50,0%) | 4 (11,1%) | 2 (5,6%) | 2.72 | 1.059 | Rendah |
| saya gemar mengkoleksi barang-barang branded dan pakaian model terbaru | 10 (27,8%) | 8 (22,2%) | 15 (41,7%) | 1 (2,8%) | 2 (5,6%) | 2.36 | 1.099 | Rendah |
| saya lebih memilih barang branded karena kualitas mereka lebih baik | 6 (16,7%) | 6 (16,7%) | 19 (52,8%) | 4 (11,1%) | 1 (2,8%) | 2.67 | 0.986 | Rendah |
| saya gemar mengkoleksi hp keluaran terbaru tanpa memikirkan harga | 20 (55,6%) | 9 (25,0%) | 6 (16,7%) | 1 (2,8%) | 0 (0%) | 1.67 | 0.862 | Rendah |

Sumber: Data Primer, 2024

Berdasarkan kepada tabel 1.6 diatas diperoleh hasil rata-rata dari variabel gaya hidup hedonisme (X2) memilki rata-rata rendah yaitu 2,72, yang berarti bahwa mahasiswa GenZ UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten terhadap gaya hidup hedonisme terbilang rendah.

Keterangan level rata-rata:

Rendah : 1,00 – 2,33

Sedang : 2,34 – 3,67

Tinggi : 3,68 – 5,00

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

**Tabel 1.7**
**Pengkategorian Variabel Perilaku Konsumtif**

| Item | Opsi | | | | | Mean | SD | Level |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | STS | TS | N | S | SS | | | |
| saya suka membeli karena kemasan yang menarik | 6 (16,7%) | 3 (8,3%) | 16 (44,4%) | 7 (19,4%) | 4 (11,1%) | 3.00 | 1.195 | Rendah |
| saya lebih mementingkan membeli barang karena gengsi dan menjaga penampilan | 14 (38,9%) | 10 (27,8%) | 10 (27,8%) | 2 (5,6%) | 0 (0%) | 2.00 | 0.956 | Rendah |
| saya gemar mengoleksi barang yang idol favorit saya iklankan | 6 (16,7%) | 9 (25,0%) | 19 (52,8%) | 1 (2,8%) | 1 (2,8%) | 2.50 | 0.910 | Rendah |
| saya memilih barang dengan mempertimbangkan harga bukan dari manfaat ataupun fungsi kegunaanya | 8 (22,2%) | 9 (25,0%) | 14 (38,9%) | 2 (5,6%) | 0 (0%) | 2.28 | 0.882 | Rendah |

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan tabel 1.7 diatas dapat dijelaskan bahwa rata-rata (mean) dari variabel Y berada pada posisi rendah, dengan rata-rata paling tinggi hanya 3,00 sedangkan yang paling rendah 2,00. Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa GenZ UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah.

Keterangan level rata-rata:

Rendah : 1,00 – 2,33

Sedang : 2,34 – 3,67

Tinggi : 3,68 – 5,00

## 4. Hasil Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas Data

Uji validitas merupakan suatu jenis pengukuran untuk pembuktian akan valid nya sebuah data dalam instrument penelitian, dalam pengujian validitas ini juga mengacu pada sejauh mana instrument dari penelitian ini dalam menjalankan sesuai fungsinya. Dalam penilitian ini, uji validitas sangatlah penting karena untuk meyakinkan bahwa data yang sudah diperoleh dari system pengukuran kuisioner tersebut dapat dipercaya dan juga

akurat. Jika ($r_{hitung}$) yang lebih besar dibandingkan dengan ($r_{tabel}$) itu bisa dikatakan data tersebut valid, sedangkan jika ($r_{hitung}$) lebih kecil dibandingkan dengan ($r_{tabel}$) hal ini dikatakan data yang diperoleh tidak valid. Untuk mencari ($r_{tabel}$) bisa menggunakan rumus df = N-2, jumlah responden yang didapatkan pada penilitian ini adalah 36 orang. Jadi df = 36-2 = 34, jadi untuk nilai ($r_{tabel}$) nya adalah 0,2785 (dilihat dari tabel ($r_{tabel}$)). Dalam penilitian ini menggunakan nilai signifikansi (*P-Value*), jika nilai signifikansi < 0,05 maka data valid, jika nilai signifikasi > 0,05 maka data berkesimpulan tidak valid. Berikut merupakan tabel uji validitas dari variabel X1, X2, dan Y.

**Tabel 1.8**

**Uji Validitas Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme,**

**Dan Perilaku Konsumtif**

| Variabel | Item Pernyataan | Pearson Correlation | r-tabel | Keterangan |
|---|---|---|---|---|
| Literasi Keuangan (X1) | LK1 | 1 | 0,2785 | Valid |
| | LK2 | 0,464 | 0,2785 | Valid |
| | LK3 | 0,228 | 0,2785 | Valid |
| | LK4 | 0,091 | 0,2785 | Valid |
| Gaya Hidup Hedonisme (X2) | GH1 | 1 | 0,2785 | Valid |
| | GH2 | 0,604 | 0,2785 | Valid |
| | GH3 | 0,593 | 0,2785 | Valid |
| | GH4 | 0,271 | 0,2785 | Valid |
| Perilaku Konsumtif (X2) | PK1 | 1 | 0,2785 | Valid |
| | PK2 | 0,500 | 0,2785 | Valid |
| | PK3 | 0,735 | 0,2785 | Valid |
| | PK4 | 0,217 | 0,2785 | Valid |

Sumber : Data Primer, 2024

Data yang dikumpulkan dari variabel-variabel di atas dinilai sah berdasarkan perhitungan pada tabel di atas, sebagaimana ditunjukkan oleh korelasi Pearson yang lebih dari 0,2785. Dengan demikian, variabel perilaku konsumen, gaya hidup hedonis, dan literasi keuangan layak dijadikan alat penelitian.

**b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan metode dalam uji analisis untuk menilai ualang seberapa konsisten dan dapat dipercaya suatu instrument sebelum digunakan sebagai instrument dari penelitian. Sangatlah penting untuk melakukan uji reliabilitas ini, karena sebelum instumen dari pengukuran memastikan lagi bahwa instrument ini layak digunakan sebagai instrument dalam sebuah penelitian. Suatu data akan dianggap reliabel jika *Cronbach's Alpha nya* > 0,60 dan tidak dianggap reliabel jika suatu data *Cronbach's Alpha nya* < 0,60.

**Tabel 1.9**
**Uji Reliabilitas Literasi Kuangan (X1)**

| Reliability Statistics | | Keterangan |
|---|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items | Reliabel |
| 0,696 | 4 | |

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan kepada tabel 1.9 diatas menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai *Cronbach's Alpha nya* > 0,60, yaitu 0,696 > 0,60. Berdasarkan dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat dalam kuisioner variabel literasi keuangan (X1) ini reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1.10**
**Uji Reliabilitas Gaya Hidup Hedonisme**

| Reliability Statistics | | Keterangan |
|---|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items | Reliabel |
| 0,766 | 4 | |

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan kepada tabel 1.10 diatas menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas variabel gaya hidup hedonisme (X2) memiliki nilai *Cronbach's Alpha nya* > 0,60, yaitu 0,766 > 0,60. Berdasarkan dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat dalam kuisioner variabel gaya hidup hedonisme (X2) ini reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 1.11**
**Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif (Y)**

| Reliability Statistics | | Keterangan |
|---|---|---|
| Cronbach's Alpha | N of Items | Reliabel |
| 0,788 | 4 | |

Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan kepada tabel 1.11 diatas menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas variabel perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai *Cronbach's Alpha nya* > 0,60, yaitu 0,788 > 0,60. Berdasarkan dari hasil tersebut, dapat dikatakan bahwa pernyataan yang terdapat

dalam kuisioner variabel perilaku konsumtif (Y) ini reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian ini.

**5. Uji Asumsi Klasik**

**a. Hasil Uji Normalitas**

Prosedur analitis yang disebut uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data yang dikumpulkan dari kuesioner ini mengikuti distribusi normal atau tidak. Kita dapat mengetahui apakah suatu data mempunyai distribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji normalitas. Kolmogorov Smirnov digunakan dalam uji normalitas dengan memeriksa data Asymptotic. Data akan terdistribusi secara teratur jika Sig (2-tailed) > 0,05, dan asimtotik jika sebaliknya. Jika Sig (2-tailed) kurang dari 0,05 maka sebaran datanya tidak normal.

**Tabel 1.12**
**Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|---|---|---|
| | | Unstandardized Residual |
| N | | 36 |
| Normal Parameters[a,b] | Mean | 0.0000000 |
| | Std. Deviation | 2.51558243 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0.131 |
| | Positive | 0.098 |
| | Negative | -.131 |
| Test Statistics | | 0,131 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,120 |

Sumber : Data Primer, 2024

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi penelitian sebesar 0,120 > 0,05 seperti terlihat pada tabel 1.12 di atas. Uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov Smirnov memungkinkan seseorang untuk menyimpulkan bahwa data dari penelitian ini berdistribusi normal karena mendukung hipotesis yang diajukan..

**b. Hasil Uji Multikolinieritas**

Uji mulitikolineritas merupakan uji teknik dalam analasis tepatnya analisis regresi yang akan digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel bebas saling terkait satu sama lain. Uji mulitikolinieritas terjadi ketika dua atau lebih variabel bebas dalam model regresi ini memiliki hubungan kuat yang ada diantara mereka, sehingga hal tersebut kemudian dapat menyebabkan masalah timbulnya sebuah masalah dalam hal interpretasi hasil dari regresi linier berganda. Sangat penting untuk mengidentifikasi dan juga menangani multikolinieritas dalam melakukan analisis regresi hal ini untuk memastikan lagi hasil yang akurat dan juga dapat diandalkan. Uji multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan *Variance Inflaction Factor* (VIF), pada uji multikolinieritas tidak terdapat

korelasi apabila VIF nya < 10. Namun jika terdapat uji multikolinieritas korelasi, apabila VIF nya >10. Begitu juga dengan melihat nilai *Tolerance*, jika nilai *Tolerance* lebih besar dari >10 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas.

**Tabel 1.13**
**Hasil Uji Multikolinieritas**

| Variabel Bebas | Perhitungan | | Keterangan |
|---|---|---|---|
| | *Tolerance* | VIF | |
| Literasi Keuangan | 0,968 | 1,033 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |
| Gaya Hidup Hedonisme | 0,968 | 1,033 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Sumber : Data Primer, 2024

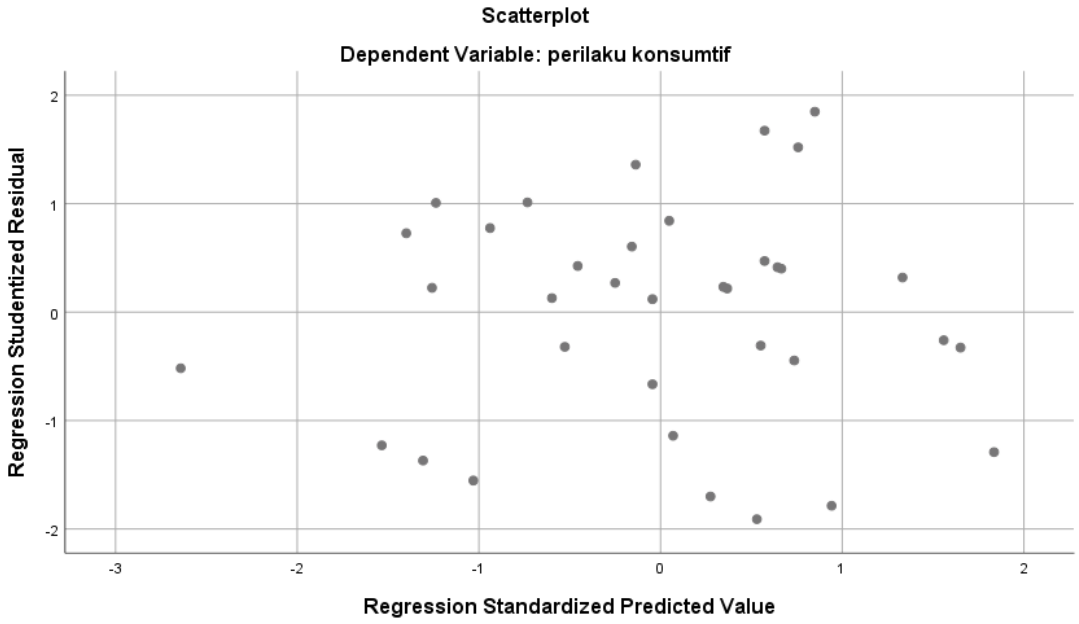
Berdasarkan dari tabel penelitian uji mulitkolinieritas pada tabel 1.13 dapat disimpulkan bahwa yang ada pada setiap variabel yang sudah diteliti **tidak ada hubungan korelasi pada uji multikolinieritas**. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel , bahwa pada variabel bebas yaitu literasi keuangan, dan gaya hidup hedonisme yang bernilai VIF 1,033 < 10.

**c. Hasil uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas merupakan sebuah teknik pengujian dalam analisis regresi yang dilakukan untuk mengevaluasi ulang apakah varians dari kesalahan model regresi todak konstan. Uji heteroskedastisitas akan terjadi ketika varians yang ada dari kesalahan model regresi tidak sama untuk semua nilai yang ada dari variabel independents. Suatu observasi akan dikatakan terjadi homoskedastisitas apabila variabel satu dengan variabel berikutnya itu bernilai konstan. Sedangkan akan dikatakan terjadi heteroskedastisitas apabila variansi dari suatu variabel dengan variabel lainnya berbeda. Jika pada grafik *Scatter* plot terlihat bahwa itu tidak terjadi heteroskedastisitas, akan terlihat jika apabila data itu berpencar dibawah, diatas, atatau di sekelilingnya angka 0 atau tanpa terdapat pola. Nilai signifikansi variabel X1 adalah 0,755 dan nilai signifikansi variabel X2 0,859 lebih besar dari > 0,05, hal ini disimpulkan bahwa dalam variabel ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

**Gambar 1.1**
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**




Sumber : Data Primer, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1, temuan uji analisis heteroskedastisitas, titik-titik pada gambar tidak berkumpul pada satu tempat; melainkan tersebar di atas, di bawah, dan di sekitar angka 0. Sebaran titik-titik pada gambar tidak menyerupai gelombang yang semakin melebar dan kemudian berkontraksi. Dari ciri-ciri tersebut terlihat jelas bahwa tidak terdapat tanda-tanda heteroskedastisitas pada temuan uji analisis data.

**d. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana ini di lakukan dengan tujuan untuk memahami apakah terdapat hubungan antara variabel dependen (Y) dan variabel (X) dengan persamaan garis lurus.

**Tabel 1.14**
**Hasil Analisis Regresi Linear sederhana**

| Coefficients | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.103 | 2.538 | | 0.829 | 0.413 | | |
| | Literasi Keuangan | 0.168 | 0.156 | 0.155 | 1.083 | 0.287 | 0.968 | 1.033 |
| | Gaya Hidup Hedonisme | 0.544 | 0.144 | 0.540 | 3.771 | 0.001 | 0.968 | 1.033 |

Sumber : Data Primer, 2024

JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA
https://jicnusantara.com/index.php/jiic
Vol : 1 No: 5, Juli 2024
E-ISSN : 3047-7824

Berdasarkan dari tabel 1.14 diperoleh hasil analisis persamaan regresi yakini:

$$\mathbf{Y = 2{,}103 + 0{,}168x1 + 0{,}544x2 + \varepsilon}$$

**Interpretasi variabel regresi:**

1. Perilaku Konsumtif (Y)

   Pada nilai variabel Y 2,103 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen sama dengan nol, nilai variabel terikat rata-rata adalah 2,103.

2. Literasi Keuangan (X1)

   Nilai variabel X1 0,168 menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan satu unit dalam skor literasi keuangan, variabel terikat akan mengalami peningkatan, rata-rata meningkat sebesar 0,168.

3. Gaya Hidup Hedonisme (Y)

   Nilai variabel 0,544 menunjukkan bahwa untuk setiap peningkatan satu unit dalam skor gaya hidup, dengan variabel terikat rata-rata akan mengalami peningkatan sebesar 0,544.

**6. Uji Hipotesis**

**1. Uji Koefisen Secara Parsial (Uji T)**

Analisis regresi linier sederhana dan pengujian pengaruh independen masing-masing variabel dependen terhadap masing-masing variabel independen terhadap variabel lain merupakan dua penerapan pengujian parsial. Rumus df = n – 2 harus diterapkan pada tabel-t untuk menganalisis uji t. Untuk n adalah jumlah total responden data. Jadi nilainya adalah 2,278 berdasarkan t tabel, dimana df = 36 – 2 = 34.

**Tabel 1.15**
**Hasil Uji T**

| Coefficients | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 2.103 | 2.538 | | 0.829 | 0.413 | | |
| | Literasi Keuangan | 0.168 | 0.156 | 0.155 | 1.083 | 0.287 | 0.968 | 1.033 |
| | Gaya Hidup Hedonisme | 0.544 | 0.144 | 0.540 | 3.771 | 0.001 | 0.968 | 1.033 |

Sumber : Data Primer, 2024

Literasi keuangan (X1) thitung sebesar 1,083 < 2,278 (ttabel), dengan sig. 0,287, menunjukkan signifikansi lebih dari 0,05, berdasarkan data tabel 1.15. Sedangkan nilai thitung pada variabel gaya hidup hedonis (X2) sebesar 3,771 > 2,278 (ttabel) dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05 (sig. 0,001). Akibatnya variabel literasi keuangan X1 tidak mampu menolak H0, hal ini menunjukkan belum cukupnya data untuk menarik kesimpulan bahwa variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Terdapat pengaruh yang cukup besar antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) pada taraf signifikansi α, meskipun kesimpulan untuk variabel gaya hidup hedonis X2 H0 ditolak dan Ha diterima.

**2. Uji Simultan (Uji F)**

Uji simultan biasanya digunakan bersamaan dengan uji parsial atau uji t dalam analisis regresi linier dasar. Uji simultan menentukan apakah seluruh faktor independen secara bersama-sama mempunyai dampak yang besar terhadap variabel dependen, sedangkan uji parsial menguji dampak masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah. Kita harus memastikan f-tabelnya sebelum melakukan uji simultan atau f. Ftabel yang akan digunakan adalah 3,28 karena rumus yang digunakan adalah df = k, n-2, artinya df = 36 – 2 = 34..

**Tabel 1.16**
**Hasil uji F**

| ANOVA[a] | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Model** | | **Sum of Squares** | **df** | **Mean Square** | **F** | **Sig.** |
| 1 | **Regression** | 116.737 | 2 | 58.368 | 8.697 | 0.001[b] |
| | **Residual** | 221.485 | 33 | 6.712 | | |
| | **Total** | 338.222 | 35 | | | |

Sumber : Data Primer, 2024

Dapat kita simpulkan nilai fhitung sebesar 8,697 > 3,28 (fttabel) atau dengan tingkat Sig berdasarkan tabel 1.16 anova diatas. 0,001b kurang dari 0,05. Artinya H0 ditolak atau Ha diterima, hal ini dapat dilihat sebagai dampak perilaku konsumen (Y) dipengaruhi oleh literasi keuangan (X1) dan gaya hidup hedonistik (X2).

**3. Koefisien Determinasi (Rsquare/ $R^2$)**

Koefisien determinasi Dalam penelitian regresi linier dasar, hasil uji Rsquare menunjukkan sejauh mana variabel independen (X) menjelaskan variabel dependen (Y). Nilai Rsquared berkisar antara 0 sampai 1, dengan interpretasi sebagai berikut: nilai 0 berarti tidak ada variasi antara variabel yang dijelaskan dengan variabel independen. Angka 0,5 berarti separuh varians variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas, sedangkan 1 berarti seluruh variabel terikat dijelaskan oleh variabel bebas..

**Tabel 1.17**
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ($R^2$)**

| Model Summary[b] | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Model** | **R** | **R Square** | **Adjusted R Square** | **Std. Error of the Estimate** |
| 1 | 0,587[a] | ,345 | ,305 | 2,591 |

Sumber : Data Primer, 2024

Terlihat jelas dari tabel 1.17 di atas bahwa koefisien determinasi regresi ini (Rsquare) sebesar 0,345. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonistik (X2) dan literasi keuangan (X1), yang merupakan faktor independen dalam model ini, dapat menyumbang sekitar 34,5% dari variasi variabel dependen, yaitu perilaku konsumen (Y). Dengan kata lain, gaya hidup hedonistik dan literasi keuangan menyumbang tiga puluh lima persen variasi perilaku konsumtif, yang menunjukkan dampak signifikan terhadap perilaku konsumen..

## KESIMPULAN

Studi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh literasi keuangan dan pilihan gaya hidup hedonistik. Orang yang memiliki gaya hidup hedonistik dan memiliki kesadaran finansial yang lebih tinggi cenderung membuat penilaian pembelian yang lebih bertanggung jawab dan bijaksana. Mereka lebih cenderung mempertimbangkan implikasi jangka panjang pengeluaran mereka dan lebih cenderung menghemat uang dan menghindari hutang berlebihan. Sebaliknya, individu yang kurang literasinya keuangan dan kurang memiliki gaya hidup hedonistik lebih cenderung membuat keputusan konsumtif yang impulsif dan kurang bertanggung jawab, yang dapat mengakibatkan pengeluaran berlebihan dan masalah keuangan.

Hasil studi ini dapat memiliki implikasi penting bagi praktisi keuangan, pendidikan keuangan, dan peneliti. Ini menyoroti pentingnya mengajarkan literasi keuangan kepada generasi Z, karena mereka akan menjadi generasi masa depan yang paling besar dan memiliki pengaruh ekonomi yang paling besar. Ini juga menyoroti pentingnya mengajarkan nilai-nilai gaya hidup hedonisme, karena mereka dapat membantu individu membuat keputusan konsumtif yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, studi ini menyarankan bahwa literasi keuangan dan perilaku gaya hidup hedonisme memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif generasi Z. Dengan memahami implikasi jangka panjang pengeluaran mereka dan mengembangkan nilai-nilai gaya hidup Hedonisme, individu generasi Z dapat membuat keputusan konsumtif yang lebih bijaksana dan bertanggung jawab, yang dapat membantu mereka mencapai kestabilan keuangan dan kesejahteraan secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

Agustina Girsang, C., Ekonomi dan Bisnis, F., Setiawan Fadjar Ekonomi Pembangunan, N., & Brawijaya, U. (2022). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Kon-Formitas, Dan Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Malang. *J O U R N A L O F D E V E L O P M E N T E C O N O M I C A N D S O C I A L S T U D I E S*, *1*(2), 217–229. http://dx.doi.org/10.21776/jdess.

Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, Dan Gender. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, *2*(2), 107–124. https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836

Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, *9*(2), 130–139. https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861

Molina-García, A., Cisneros-Ruiz, A. J., López-Subires, M. D., & Diéguez-Soto, J. (2023). How does financial literacy influence undergraduates' risk-taking propensity? *International Journal of Management Education*, *21*(3). https://doi.org/10.1016/j.ijme.2023.100840

Rudeloff, M. (2019). The influence of informal learning opportunities on adolescents' financial literacy. *Empirical Research in Vocational Education and Training*, *11*(1). https://doi.org/10.1186/s40461-019-0086-y

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.5.1.2020.25-34

Thomas, B., & Subhashree, P. (2020). Factors that influence the financial literacy among engineering students. *Procedia Computer Science*, *172*(2019), 480–487. https://doi.org/10.1016/j.procs.2020.05.161