


## Apakah literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumsi generasi Z?

Joko Sustiyo<sup>a,1,\*</sup>

<sup>a</sup>Politeknik Keuangan Negara STAN, Jalan Bintaro Utama Sektor V, Bintaro Jaya, Tangerang Selatan, Indonesia, 15222

<sup>1</sup>[jokosustiyo@pknstan.ac.id](mailto:jokosustiyo@pknstan.ac.id)\*

\* penulis koresponden

 10.34202/imanensi.5.1.2020.25-34.

### Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Mahasiswa Program Studi DIII Akuntansi Jurusan Akuntansi Politeknik Keuangan Negara STAN adalah responden yang merupakan representasi generasi Z. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan dua hal sebagai berikut, (1) capaian tingkat literasi keuangan mahasiswa adalah 62%, (2) literasi keuangan berpengaruh negatif secara signifikan pada perilaku konsumtif. Dengan demikian, perilaku konsumtif generasi Z dapat diminimalisir melalui peningkatan literasi keuangan.

**Kata Kunci:** Manajemen Keuangan; Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif

### Abstract

*This study is to determine the effect of financial literacy on consumer behavior by using a quantitative approach. The subjects of this research were students of the Accounting Study Program Department of Accounting, STAN State Polytechnic who are representatives of generation Z. Descriptive and regression to analyze. The results are, (1) the level of student financial literacy is 62%, (2) financial literacy has a significant negative effect on consumer behavior. Thus, the generation Z consumptive behavior can be minimized through increased financial literacy.*

**Keywords:** Financial Management; Financial Literacy; Consumptive Behavior.

**Artikel masuk:**  
12 Desember 2019  
**Artikel diterima:**  
29 Februari 2020



## PENDAHULUAN

Literasi keuangan atau melek keuangan menggambarkan pengelolaan keuangan seseorang untuk mencapai kesejahteraan yang maksimal. Setiap manusia membutuhkan kemampuan ini untuk menghindarkan diri dari masalah-masalah keuangan. Huston (2010) mendefinisikan sebagai ukuran pemahaman individu terhadap pengelolaan keuangan pribadi berdasarkan penggunaan informasi yang dia miliki. OECD (2018) menyatakan bahwa literasi keuangan mengombinasikan pengetahuan pengelolaan keuangan, keterampilan, dan perilaku yang muncul dalam pembuatan keputusan agar menghasilkan kesejahteraan finansial. Definisi tersebut senada dengan penjelasan Otoritas Jasa Keuangan (2016) yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai sikap dan perilaku yang ditunjukkan dalam pengambilan keputusan keuangan untuk mendapatkan kesejahteraan berdasarkan kombinasi pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan individu tersebut. Berdasarkan definisi-definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kompetensi yang sangat penting bagi manusia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK, indeks Literasi Keuangan untuk lulusan SMA adalah 38,2% dan untuk pelajar/mahasiswa adalah 23,4%. Hal ini menunjukkan bahwa masih rendahnya pengetahuan tentang pengelolaan keuangan pada mahasiswa Indonesia. Dampak dari hal ini adalah keputusan keuangan yang akan diambil cenderung merugikan mereka sendiri, contohnya mereka boros dalam membeli barang-barang konsumsi sehingga mengalami defisit di akhir bulan.

Konsumentivisme adalah perilaku konsumsi individu yang membeli sesuatu karena keinginan dan bukan karena kebutuhan. Keinginan individu tersebut disebabkan oleh kemewahan barang-barang yang dibeli maupun tren yang diikuti. Oleh karena itu, mereka tidak akan puas dengan apa yang mereka miliki. Lina dan Rosyid dalam Weningsih (2018) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai kegiatan ekonomi individu dalam pembelian barang dan jasa berdasarkan keinginan yang berlebihan dan bukan karena kebutuhan sesuai rasionalitas berpikir mereka. Menurut Abercrombie, Hill, dan Turner (2006:79), hal-hal yang menyebabkan munculnya masyarakat konsumtif diantaranya kemakmuran masyarakat meningkat sehingga mereka memiliki lebih banyak uang untuk membeli barang dan jasa; jumlah jam kerja pegawai yang berkurang sehingga lebih banyak waktu luang; orang-orang memegang erat identitas mereka yang didasarkan pola konsumsi mereka; penampilan yang menarik menjadi hal yang penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat; kepemilikan barang-barang tertentu yang menunjukkan status sosial dalam masyarakat dan membedakan diri mereka dengan orang lain; perbedaan status dalam masyarakat berdasarkan pola konsumsi yang mereka lakukan; status individu di masyarakat berdasarkan apa dan berapa banyak barang yang mereka belanjakan; serta transaksi ekonomi bukan hanya terkait penjualan dan pembelian barang maupun jasa, akan tetapi terhubung dengan pengalaman dan aspek kehidupan manusia sehari-hari.

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia (KemenPPPA) menentukan beberapa jenis generasi. Generasi Y merupakan penduduk yang terlahir diantara tahun 1980 sampai 2000. Sebelumnya disebut sebagai generasi X (tahun 1960-1980). Generasi sebelum generasi X adalah generasi Baby Boom yang lahir pada masa akhir perang dunia kedua, yaitu lahir dari 1946-1960. Generasi paling tua di Indonesia adalah generasi veteran/silent generation/tradisional yang lahir sebelum 1946. Generasi yang lahir setelah generasi Y adalah generasi Z yang



lahir dari tahun 2001 sampai dengan tahun 2010. Generasi ini muncul pada saat teknologi semakin maju. Kemudian, Kemen PPPA (2018) menyebut bahwa generasi Z memiliki pola pikir yang serba instan.

*Theory of Planned Behavior* (TPB) merupakan teori Icek Azjen yang dikenalkan tahun 1991. Azjen (2012:438) menjelaskan bahwa “...these determinants follow, respectively, from beliefs about the behavior’s likely consequences, about normative expectations of important others, and about the presence of factors that control behavioral performance.” Dengan demikian, TPB adalah kerangka berpikir untuk mengetahui determinan dari suatu perilaku. Dengan kata lain, teori ini berusaha menjelaskan alasan seseorang melakukan sesuatu. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk mengetahui dampak literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Udayanthi, Herawati dan Julianto (2019) meneliti pengaruh literasi keuangan, kualitas pembelajaran dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif. Hasilnya, literasi keuangan berdampak pada perilaku konsumtif. Namun demikian, penelitian ini tidak menyatakan besar dan arah (negatif atau positif) pengaruh literasi keuangan pada perilaku konsumtif. Selain itu, Ramadhani (2019) menyimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif namun tidak signifikan mempengaruhi perilaku konsumtif. Dikria dan Mintarti (2016) juga melakukan penelitian yang kurang lebih senada tentang perilaku konsumtif berdasarkan pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi UNM. Hasil penelitian menyatakan literasi keuangan berdampak negatif terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan efektif sebesar 19,2%.

Beberapa hasil penelitian yang cukup berbeda merupakan salah satu alasan perlunya penelitian ini. Metode penelitian dan indikator-indikator variabel yang berbeda menghasilkan kesimpulan yang juga berbeda. Penelitian-penelitian tersebut juga belum menyentuh responden dari generasi Z. Hampir seluruh penelitian masih menggunakan responden dari generasi Y. Penelitian ini akan menggunakan responden dari mahasiswa PKN STAN regular yang lahir dari tahun 1999-2002. Penentuan sampling ini diharapkan dapat menjadi representatif generasi Z yang nantinya akan bekerja menjadi PNS di Kementerian Keuangan dan K/L lain maupun pemerintah daerah. Berdasarkan uraian-uraian tersebut, penelitian ini ingin mengetahui dampak tingkat literasi keuangan responden pada perilaku konsumtif generasi Z.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dalam melakukan penelitian. Penelitian dilakukan pada generasi Z yang direpresentasikan oleh mahasiswa semester 4 Program Diploma III Akuntansi PKN STAN. Populasi dalam penelitian ini adalah 236 orang. Pengambilan sampel dengan metode *probability sampling* yang kemudian didapatkan responden sejumlah 90 orang. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah literasi keuangan sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Indikator literasi keuangan berdasarkan pendapat Remund (2010) dan SNLKI (2017) yang merupakan ukuran seberapa paham responden pada konsep keuangan, kemampuan dan keyakinan pengambilan keputusan serta perencanaan keuangan. Carpena et.al (2011) membagi literasi keuangan menjadi tiga bagian, yaitu keterampilan dalam perhitungan, konsep keuangan dasar yang dipahami, serta sikap yang diambil dalam pembuatan keputusan keuangan. Dengan demikian, kuesioner sebagai sarana untuk mengukur literasi keuangan akan terdiri atas pertanyaan yang menyangkut konsep-konsep literasi keuangan dan penerapannya dalam kehidupan responden.



Selanjutnya, indikator pengetahuan keuangan didasarkan pada penelitian Chen da Volpe (1998: 123-126) yang terdiri dari pengetahuan umum keuangan, tabungan, asuransi, dan investasi. Pengetahuan umum keuangan terkait dengan pemahaman seseorang tentang pengelolaan pendapatan dan pengeluaran yang meliputi perhitungan bunga, inflasi, biaya, nilai uang, asset, likuiditas, dan lain-lain. Tabungan merupakan pendapatan atau pemasukan yang tidak habis sampai dikonsumsi pada periode tertentu. Asuransi merupakan suatu jaminan pengamanan untuk memitigasi risiko keuangan akibat ketidakpastian di masa depan. Kemudian, Investasi adalah sumber daya tertentu yang ditanamkan dengan tujuan mendapatkan keuntungan di masa depan.

Perilaku konsumtif mahasiswa merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Indikator perilaku konsumtif yang digunakan dalam kuesioner penelitian berdasarkan Assauri (2011), yaitu keinginan konsumen untuk memiliki penampilan yang berbeda dari orang lain, rasa bangga karena memiliki sesuatu, tren tertentu, dan keinginan menarik perhatian dari orang lain. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan indikator lain berdasarkan Sumartono pada Dikria dan Mintarti (2016), yaitu konsumen membeli barang karena penjual menawarkan hadiah atas transaksi jual beli tersebut, dan konsumen memilih barang tertentu yang akan dibeli berdasar kemasan produk tersebut yang menarik. Sebelum data dianalisis regresi, data akan dilakukan uji instrumen dan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa data layak untuk diregresi.

Model regresi penelitian ini sebagai berikut.

$$PK = \alpha + \beta LK + e$$

keterangan:

PK = indikator perilaku konsumtif sebagai variabel dependen

LK = tingkat literasi keuangan sebagai variabel independen

$\alpha$  = konstanta

$\beta$  = koefisien dari model regresi

e = eror

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana disampaikan dalam bab metode, analisis terhadap hasil kuesioner dari responden dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yaitu 67 orang sedangkan responden laki-laki berjumlah 23 orang. Sebagian besar mereka berusia 19 tahun (45 orang), kemudian berusia 18 tahun (28 orang), dan berusia 20 tahun (17 orang). Uang bulanan responden kebanyakan lebih dari Rp 1.000.000,00 (51 orang). Ada 7 orang mahasiswa yang mendapatkan uang bulanan kurang dari Rp 500.000,00. Tabel 1 menunjukkan kemampuan finansial responden yang relatif cukup untuk kebutuhan pribadi sehari-hari.

### A. Analisis Deskriptif Literasi Keuangan

Tingkat literasi keuangan adalah seberapa tinggi kapasitas individu dalam memahami serta menganalisis informasi yang terkait dengan pengambilan keputusan serta mampu mengetahui dan mengevaluasi dampak keuangan yang mungkin akan terjadi akibat keputusan tersebut. Tabel 2 menunjukkan rata-rata skor tingkat literasi keuangan responden.



**Tabel 1.** Demografi Responden

Usia dan Uang Bulanan dari Orang Tua	Jenis Kelamin		Total
	Laki-laki	Perempuan	
Usia 18	7	21	28
kurang dari 500 ribu	1	2	3
Rp 500.001 - Rp 1.000.000	3	8	11
lebih dari satu juta	3	11	14
Usia 19	9	36	45
kurang dari 500 ribu	3	1	4
Rp 500.001 - Rp 1.000.000	3	10	13
lebih dari satu juta	3	25	28
Usia 20	7	10	17
Rp 500.001 - Rp 1.000.000	3	5	8
lebih dari satu juta	4	5	9
Total	23	67	90

Sumber: Data Primer (2019)

**Tabel 2.** Tingkat literasi Keuangan Mahasiswa

Indikator Literasi Keuangan	Tingkat Capaian		Rata-rata
	Laki-laki	Perempuan	
Pengetahuan Umum	66%	63%	65%
Tabungan	71%	74%	73%
Asuransi	64%	53%	59%
Investasi	46%	54%	50%
Rata-rata	62%	61%	62%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 2 memperlihatkan tingkat literasi keuangan mahasiswa dengan tingkat capaian 62%. Pada setiap bidang literasi keuangan terlihat cukup bervariasi dengan tingkat beda yang cukup besar. Tingkat pengetahuan umum tentang literasi keuangan pada capaian 65%, tabungan dan pinjaman pada 73%, capaian asuransi yaitu 59% serta investasi 50%. Sedangkan berdasarkan jenis kelamin, rata-rata tingkat literasi keuangan mahasiswa relatif sama, masing-masing 62% dan 61%. Level literasi keuangan ini menunjukkan bahwa kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa belum mencapai level yang maksimal sehingga masih dapat ditingkatkan lagi.

Pengetahuan umum mahasiswa terkait pengelolaan keuangan mencapai 65%. Hal-hal tentang pengelolaan keuangan, kekayaan itu apa saja, bagaimana cara membedakan keinginan dan kebutuhan, dan lain-lain, sudah dipahami oleh sebagian besar responden. Namun demikian, pengetahuan tersebut dapat lebih dikembangkan lagi.

Dimensi tabungan pada level 73%, capaian tertinggi dibanding dimensi-dimensi lainnya. Mahasiswa relatif paham tentang pentingnya menabung, proses menabung, bagaimana menganalisis besarnya manfaat dari menabung di bank, serta mengalkulasi bunga bank. Kesadaran mahasiswa untuk menyalahgunakan uang bulanan sebagai tabungan merupakan hal yang perlu ditumbuhkan pada setiap mahasiswa.

Literasi keuangan terkait asuransi dan investasi berada pada level terendah, terutama dalam hal investasi. Pemahaman mahasiswa tentang cara



berinvestasi, bagaimana memilih instrumen investasi yang tepat, bagaimana mengalkulasi risiko dan imbal hasil investasi, belum dipahami oleh responden. Begitu juga dengan apa itu asuransi, bagaimana memilih asuransi yang tepat, serta arti pentingnya asuransi masih perlu dipelajari lebih lanjut. Hal ini sangat masuk akal karena asuransi dan investasi bukan instrumen yang menjadi prioritas keuangan mahasiswa saat ini disebabkan mereka belum memiliki penghasilan sendiri.

## B. Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif

**Tabel 3.** Tingkat Perilaku Konsumsi Mahasiswa

Indikator	Tingkat Capaian		Rata-rata
	Laki-laki	Perempuan	
ingin berpenampilan beda dengan orang lain	53%	57%	55%
bangga jika memiliki	52%	56%	54%
ikut tren yang sedang populer	46%	47%	47%
keinginan untuk menarik perhatian	47%	50%	49%
penjual mengiming-imingi hadiah	50%	55%	53%
kemasan yang menarik	58%	54%	56%
Rata-rata	51%	53%	52%

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Tabel 3 menunjukkan pola konsumsi mahasiswa. Untuk mahasiswa laki-laki, alasan terbesar membeli barang berdasarkan kemasan dari barang tersebut, semakin menarik kemasan barang tersebut menurut selera mereka, maka peluang untuk membelinya akan semakin besar. Alasan mahasiswa perempuan untuk membeli sesuatu adalah keinginan tampil beda dari orang lain, semakin barang tersebut terbatas atau unik, maka keinginan mereka untuk membeli akan semakin besar. Secara rata-rata, mahasiswa membeli sesuatu karena kemasann barang tersebut yang menarik.

Tabel 2 dan 3 menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan literasi keuangan, baik laki-laki maupun perempuan, semakin rendah tingkat konsumtif mereka. Dari tabel 1, tingkat literasi mahasiswa laki-laki adalah 62%, sedangkan tingkat konsumsi mereka 51%. Sedangkan untuk mahasiswa perempuan, tingkat literasi keuangan 61% diikuti oleh tingkat konsumsi sebesar 53%. Rata-rata, tingkat literasi keuangan responden adalah 62% sedangkan tingkat konsumtifnya adalah 52%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya kemungkinan hubungan yang negatif antara tingkat literasi keuangan dengan perilaku konsumtif responden.

## C. Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif

Sebelum dilakukan analisis regresi, indikator-indikator tiap variabel penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji Validitas dilakukan pada setiap variabel penelitian melalui perbandingan  $r$  hitung dan  $r$  tabel. Pertanyaan dikatakan valid apabila  $r$  hitung di atas  $r$  tabel. Rekapitulasi hasil pengujian berada di lampiran 1. Dari tabel dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner valid. Uji Reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa indikator variabel yang digunakan dapat diandalkan. Keandalan tersebut disimpulkan dari nilai *Cronbach's Alpha* apabila nilainya di atas 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat di lampiran 2. Dari tabel dapat disimpulkan bahwa indikator reliabel.

Setelah uji asumsi klasik, dilakukan analisis regresi. Hipotesis sebelumnya perlu diuji kebenarannya secara empiris. Dalam penelitian ini,



pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi sederhana.

**Tabel 4.** Hasil Analisis Regresi

Model	B	Std. Error	Sig.	VIF
(Constant)	3,125	0,307	0,000	
LK	-0,590	0,172	0,001	1.000

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Dari Tabel 4 persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut.

$$PK = 3,125 - 0,590LK + e$$

Nilai konstanta dari model regresi sederhana sebesar 3,125 berarti bahwa Perilaku Konsumsi akan sebesar 3,125 apabila Literasi Keuangan sama dengan nol. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi akan sebesar 3,125 apabila tidak memiliki pengetahuan maupun sikap terhadap literasi keuangan.

Variabel independen yang berupa Literasi Keuangan berpengaruh negatif terhadap Perilaku Konsumsi dengan koefisien -0,59. Hal ini menunjukkan bahwa apabila tingkat Literasi Keuangan meningkat sebesar 1 poin maka Perilaku Konsumsi akan menurun sebesar 0,59 poin dengan asumsi bahwa variabel bebas lain konstan. Nilai signifikan (sig.) sebesar 0,001 lebih rendah dari 0,05 yang berarti pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumsi adalah signifikan. Semakin tinggi Literasi Keuangan mahasiswa maka Perilaku Konsumsi akan semakin menurun, begitu juga sebaliknya.

**Tabel 5.** Koefisien Determinasi

R	R Square	Std. Error of the Estimate
0,343	0,118	0,32288

Sumber: Data Primer Diolah, 2019

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,118 yang berarti bahwa 11,8% variasi Perilaku Konsumsi dapat dijelaskan oleh variasi Literasi Keuangan. Sisanya sebesar 88,2% dipengaruhi oleh variabel independen lain. Variabel tersebut tidak dijelaskan dalam model regresi tersebut.

Literasi Keuangan berpengaruh secara negatif dan signifikan pada Perilaku Konsumtif generasi Z. Hal ini juga menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, perilaku konsumtif mahasiswa akan semakin rendah. Item tertinggi dalam kuesioner ini terkait dimensi pengetahuan variabel literasi keuangan adalah pertanyaan nomor 4 yakni apabila mahasiswa menandatangani pinjaman untuk temannya maka dia wajib bertanggung jawab untuk membayar pinjaman jika temannya tersebut tidak dapat membayar angsuran pinjaman. Sebaliknya, item paling rendah ada pada pertanyaan nomor 9, yakni pernyataan tentang kapan harus membeli atau menjual saham, saat harga saham tersebut naik atautukah turun.

Kemudian untuk dimensi sikap pada variabel literasi keuangan, item tertinggi terletak pada pernyataan nomor 1 yaitu responden selalu membandingkan harga produk dari beberapa penjual sebelum membeli, sedangkan item terendah adalah responden sering mengalami kekurangan uang pada akhir bulan. Selanjutnya, item paling tinggi dari pernyataan pada variabel perilaku konsumtif adalah nomor 3 yaitu responden menerapkan



skala prioritas ketika akan membeli sesuatu. Item terendah dari variabel tersebut pada nomor 12 yaitu pernyataan bahwa responden akan membeli sesuatu apabila diiklankan oleh artis mereka.

Pengetahuan responden menunjukkan bahwa mereka memahami tanggung jawab yang akan diemban apabila menandatangani pinjaman temannya namun teman tersebut tidak membayar. Responden memahami aturan tentang pinjaman. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa responden cermat saat membeli sesuatu dengan membandingkan harga yang termurah di antara beberapa penjual. Sikap tersebut menunjukkan bahwa responden sensitif pada harga barang. Pertimbangan tersebut tidak dipengaruhi siapa artis yang menjadi model iklan barang itu. Hal-hal tersebut mengakibatkan responden jarang kekurangan uang pada akhir bulan.

Pada perilaku konsumtif, responden menggunakan skala prioritas saat akan membeli barang dan jasa. Responden akan membeli sesuatu yang mereka butuhkan. Implementasi pengetahuan literasi keuangan tersebut menjadikan responden terhindar dari perilaku konsumtif yang merugikan diri sendiri. Hasil penelitian ini mengikuti penelitian-penelitian sebelumnya tentang perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh literasi keuangan. Ramadhani (2019) mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi, penelitian ini berpengaruh negatif dan signifikan. Penelitian ini juga sesuai dengan TPB yang dikemukakan oleh Azjen (2012) bahwa perilaku seseorang didasarkan pada determinan-determinan yang salah satunya adalah pengetahuan maupun konsekuensi atas perilaku tersebut.

## **SIMPULAN**

Literasi keuangan merupakan pengetahuan terhadap konsep keuangan, pemahaman pada konsep tersebut dan perilaku yang ditunjukkan oleh seseorang dalam mengelola keuangan pribadi yang bertujuan agar mereka tidak membuat kesalahan dalam pengelolaan keuangan sehingga terhindar dari masalah keuangan. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa hal sebagai berikut. Hasil pengukuran nilai rata-rata literasi keuangan mahasiswa program studi DIII Akuntansi Semester 4 PKN STAN adalah 62% yang mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan mahasiswa masih dapat ditingkatkan kembali. Selain itu, tingkat literasi keuangan mahasiswa laki-laki hampir setara dengan tingkat literasi keuangan mahasiswa perempuan, yang masing-masing adalah 62% dan 61%. Kemudian, hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan mahasiswa secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dengan nilai yang negatif, yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtif mereka. Dengan demikian, perilaku konsumtif generasi Z juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan mereka. Penelitian ini juga menyimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif generasi Z dapat dikurangi menggunakan peningkatan literasi keuangan mereka.

Penelitian ini hanya melihat bagaimana perilaku konsumtif generasi Z berdasarkan tingkat literasi keuangan mereka. Fokus utama adalah seberapa besar tingkat literasi keuangan akan mempengaruhi tingkat konsumtisme generasi Z. Oleh karena itu, penelitian lebih lanjut diperlukan apabila ingin mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z. Jumlah responden juga perlu ditingkatkan agar dapat lebih merepresentasikan generasi Z.





## REFERENSI

- Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. S. (1944). Dictionary of Sociology. *The American Catholic Sociological Review*. <https://doi.org/10.2307/3706476>
- Baeha, Steven Angelo Florensus. Iklan Televisi Dan Perilaku Konsumtif (2014).
- Cude, B. J., Lawrence, F. C., Lyons, A. C., Metzger, K., LeJune, E., Marks, L., & Machtmes, K. (2006). Eastern Family Economics and Resource Management Association College Students and Financial Literacy: What They Know and What We Need to Learn. *Proceedings of the Eastern Family Economics and Resource Management Association*, 102(9), 106–109.
- Curtin, R. T. (1982). Indicators of Consumer Behavior: The University of Michigan Surveys of Consumers. *Public Opinion Quarterly*, 46(3), 340. <https://doi.org/10.1086/268731>
- Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 143–155.
- Hamnett, C., & Mullings, B. (1992). A New Consumption Cleavage? The Case of Residential Care for the Elderly. *Environment and Planning A*, 24(6), 807–820. <https://doi.org/10.1068/a240807>
- Hastuti, S., & Padmawati, M. Y. (2019). Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa. In *Seminar Nasional Pendidikan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Era Generasi Milenial 2019* (pp. 86–91).
- Herawati, N. T. (2015). Kontribusi Pembelajaran di Perguruan Tinggi dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 1–3(48), 60–70. <https://doi.org/10.23887/jppundiksha.v48i1-3.6919>
- Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The Economic Importance of Financial Literacy: Theory and Evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., Mitchell, O. S., & Curto, V. (2010). Financial Literacy among the Young: Evidence and Implications. *National Bureau of Economic Research*, 358–380. Retrieved from <https://www.nber.org/papers/w15352.pdf>
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *JMK*, 17(1), 76–85. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.1.76>
- Mendari, A. S. (STIE M. P., & Kewal, S. S. (2013). Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI. *Jurnal Economia*, 9(2), 130–140. <https://doi.org/10.21831/economia.v9i2.1804>
- Organization for Economic Co-operation and Development. (2018). OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2016*. Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (Revisit 2017). *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–99.
- Ramadhani, R. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa.



- Ramya, N and SA Mohamed Ali. (2016). Factors Affecting Consumer Buying Behaviour. *International Journal of Advanced Research*, 2(10), 76–80. <https://doi.org/10.21474/ijar01/8362>
- Rasyid, R. (2012). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 1(September), 91–106.
- Rizkallah, E. G., & Truong, A. (2010). Consumptive Behavior, Promotional Preferences, And Shopping Patterns of Hispanic Americans: An Empirical Perspective. *Journal of Business and Economics Research*, 8(4), 111–122.
- Sari, D. A. (2015). Financial Literacy dan Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Buletin Bisnis & Manajemen*, 01(02), 171–189.
- Sheth, J. N., Newman, B. I., & Gross, B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. *Journal of Business Research*, 22(2), 159–170.
- Shih, T. Y., & Ke, S. C. (2014). Determinates of Financial Behavior: Insights into Consumer money attitudes and financial literacy. *Service Business*, 8(2), 217–238. <https://doi.org/10.1007/s11628-013-0194-x>
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, P. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurusan Akuntansi Program S1*, 10(1).
- Volpe, R., Chen, H., & Pavlicko, J. (1996). Personal investment literacy among college students: A survey. *Financial Practice and Education*, 6(2), 86–94.
- Xiao, J. J., Ahn, S. Y., Serido, J., & Shim, S. (2014). Earlier Financial Literacy and Later Financial Behaviour of College Students. *International Journal of Consumer Studies*, 38(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12122>
- Xue, P., Wang, Z., Zhang, R., Wang, Y., & Liu, S. (2016). Highly efficient measurement technology based on hyper-spectropolarimetric imaging. *Zhongguo Jiguang/Chinese Journal of Lasers*, 43(8), 107–128. <https://doi.org/10.3788/CJL201643.0811001>

**Lampiran 1.** Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Literasi Keuangan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,543	23

**Lampiran 2.** Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Perilaku Konsumsi

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,765	18