



JAM

Journal of Accounting and Management

Volume x Issue x, 2025 (73-84)

ISSN (online) : **3048-345X**

Homepage : <https://jurnalunived.com/index.php/JAM>

Doi : <https://doi.org/10.37676/jam.v2i2>

The Influence Of Financial Knowledge, Financial Attitudes, And Peer Influence On The Consumptive Behaviour Of Generation Z In Bengkulu City

Adinda Dewi Anggraini ¹, Ida Anggriani ², Kimas Kurniawan ³

^{1,2,3} Universitas Dehasen Bengkulu

¹ e-mail: adindadewianggraini214@gmail.com

Received [15-10-2025]

Revised [28-11-2025]

Accepted [01-12-2025]

Abstract. This study aims to examine the influence of financial knowledge, financial attitude, and peer influence on consumptive behavior among Generation Z in Bengkulu City. This research employs a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 180 Generation Z respondents in Bengkulu City. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 26. The results show that partially, financial knowledge (X_1) has a negative and significant effect on consumptive behavior, financial attitude (X_2) has a positive and significant effect on consumptive behavior, and peer influence (X_3) has a positive and significant effect on the consumptive behavior of Generation Z in Bengkulu City. Simultaneously, these three variables have a significant effect on consumptive behavior. The coefficient of determination (R^2) value of 0.390 indicates that 39% of the variation in consumptive behavior can be explained by financial knowledge, financial attitude, and peer influence, while the remaining 61% is influenced by other factors not examined in this study. The regression equation obtained is: $Y = 13.212 - 0.207X_1 + 0.195X_2 + 0.492X_3 + 2,309$. These findings indicate that higher levels of financial knowledge tend to decrease consumptive behavior, while more positive financial attitudes and stronger peer influence tend to increase the consumptive behavior of Generation Z in Bengkulu City.

Keywords: *Financial Knowledge, Financial Attitude, Peer Influence.*

PENDAHULUAN

Perilaku keuangan konsumtif di tingkat global menunjukkan dinamika yang kompleks dan terus berkembang. Konsumen di seluruh dunia kini menghadapi ketidakpastian ekonomi yang berkepanjangan, seperti inflasi dan kenaikan harga, namun tetap melanjutkan pengeluaran mereka dengan cara yang lebih selektif dan strategis. Selain itu, kemajuan teknologi digital dan akses informasi yang semakin mudah telah mempercepat transformasi perilaku konsumtif secara global. Konsumen kini lebih mengandalkan platform digital untuk berbelanja, membandingkan harga, dan mencari penawaran terbaik, sehingga perusahaan harus menyesuaikan strategi pemasaran dan manajemen harga mereka dengan lebih cermat.

Perilaku konsumtif yang tinggi pada Generasi Z menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji dalam konteks pengelolaan keuangan pribadi. Generasi Z, yang secara umum didefinisikan sebagai kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019), merupakan generasi yang tumbuh di era digital dengan akses informasi yang sangat luas dan cepat. Pada tahun 2024, usia Generasi Z berkisar antara 12 hingga 27 tahun, yang mencakup

masa remaja hingga dewasa muda. Karakteristik generasi ini meliputi kecenderungan untuk lebih melek teknologi, nilai kebebasan, kepekaan terhadap isu sosial, serta dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang dinamis (Seemiller dan Grace, 2020).

Menurut Elsalonika dan Ida (2025), Generasi Z sebagai generasi digital native menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan secara bijak karena pengaruh fintech dan teknologi yang mendukung kemudahan transaksi tanpa pengendalian diri yang memadai. Hal ini berpotensi mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan, berbeda dengan generasi sebelumnya yang cenderung lebih konservatif dalam pengelolaan keuangan.

Literasi atau pengetahuan keuangan sangat penting sebagai fondasi bagi pengelolaan keuangan pribadi yang sehat. Tiwari dan Yadav (2022) menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kemampuan individu dalam pengelolaan keuangan pribadi. Namun, penelitian Junanda et al. (2025) menemukan bahwa meskipun literasi keuangan penting, sikap keuangan yang merefleksikan persepsi dan nilai individu tentang uang justru memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, seperti menabung atau konsumtif. Sikap keuangan yang baik cenderung mendukung pengambilan keputusan finansial yang rasional, sedangkan sikap yang negatif dapat memperburuk perilaku konsumtif.

Peer influence atau pengaruh sosial juga merupakan faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Santika dan Prasetyo (2024) menjelaskan bahwa tekanan dari lingkungan sebaya dan media sosial memicu gaya hidup hedonis dan FOMO (fear of missing out) yang memperkuat kecenderungan konsumsi berlebih. Sementara literatur keuangan konvensional seringkali mengabaikan peran sosial ini, penelitian terbaru menyoroti pentingnya pengaruh sosial sebagai variabel yang berinteraksi dengan pengetahuan dan sikap keuangan dalam menentukan perilaku finansial Generasi Z.

Pengeluaran rutin berikutnya digunakan untuk membayar tagihan tetap, seperti cicilan rumah, kendaraan, dan lain-lain sebesar 32,3%. Kemudian, 31,4% generasi Z menggunakan uang mereka secara rutin untuk membeli makanan dan minuman di luar rumah. Pengeluaran paling sedikit diperuntukkan bagi hiburan. Hanya 9,3% responden dari Generasi Z yang mengalokasikan uangnya untuk liburan. Selain itu ada 13,4% Generasi Z yang mempunyai pengeluaran rutin untuk hobi dan hiburan. Penelitian ini diadakan antara 6 hingga 12 september 2021 dengan tujuan untuk menganalisis kondisi keuangan Masyarakat saat pandemi, khususnya untuk Generasi Z dan Generasi Y. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami perilaku keuangan dan pandangan mereka terhadap investasi. Sebanyak 5.204 orang turut berpartisipasi dalam survei kic dan zigi secara daring. Responden yang diambil adalah individu berusia 15 tahun ke atas yang memiliki akses internet.

Ruang lingkup Generasi Z meliputi individu yang saat ini berusia sekitar 12 hingga 27 tahun, yang sedang memasuki atau berada dalam masa pendidikan tinggi dan awal karier. Karakteristik utama generasi ini meliputi digital native mandiri, realistis, menghargai keberagaman, serta memiliki kepedulian sosial yang tinggi (Seemiller dan Grace, 2020). Namun, mereka juga rentan terhadap perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh tren media sosial dan tekanan teman sebaya (Pratiwi dan Nugroho, 2023). Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji literasi keuangan dan perilaku konsumtif secara parsial, terdapat kekurangan dalam penelitian yang secara simultan mengkaji pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan peer influence dalam konteks Generasi Z, khususnya di Indonesia yang memiliki karakteristik sosial dan budaya berbeda (Sudiro dan Asandimitra, 2022).

LANDASAN TEORI

Literasi Keuangan

Menurut strategi literasi keuangan nasional Indonesia (OJK, 2017), literasi keuangan didefinisikan sebagai serangkaian proses atau kegiatan yang meningkatkan pengetahuan, keyakinan, dan kemampuan konsumen dan Masyarakat untuk mengelola keuangannya dengan lebih baik. Literasi keuangan adalah kemampuan, keinginan, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan tentang konsep dan risiko keuangan untuk membuat Keputusan keuangan yang tepat, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu dan kolektif, dan berpartisipasi dalam perekonomian (OECD,2006).

Pengetahuan keuangan

Pengetahuan keuangan atau pengetahuan finansial adalah pemahaman, kemampuan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta tindakan untuk meningkatkan kualitas keputusan dan pengelolaan keuangan demi mencapai kesejahteraan (OJK, 2021). Pengetahuan ini mencakup aspek penganggaran, tabungan, investasi, dan pengelolaan risiko keuangan. Aspek-aspek ini sangat penting terutama untuk generasi muda atau Generasi Z. Perilaku konsumtif pada Generasi Z sangat dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan dan literasi keuangan yang dimiliki. Literasi keuangan yang memadai memungkinkan individu untuk memahami pentingnya pengelolaan keuangan secara bijak, sehingga dapat mengendalikan dorongan untuk melakukan pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan.

Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan menyebabkan kurangnya kesadaran akan konsekuensi finansial dari perilaku konsumtif, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang tidak terkendali. Selain itu, faktor gaya hidup dan pengaruh sosial juga menjadi pendorong utama perilaku konsumtif pada Generasi Z, di mana tekanan untuk mengikuti tren dan kebutuhan akan pengakuan sosial sering kali mengalahkan pertimbangan rasional dalam pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, peningkatan - peningkatan pengetahuan keuangan melalui edukasi dan literasi keuangan yang efektif. pengetahuan keuangan melalui edukasi dan literasi keuangan yang efektif sangat penting untuk membentuk perilaku konsumtif yang lebih sehat dan bertanggung jawab di kalangan Generasi Z (Oktaviani, 2023).

Sikap Keuangan

Sikap keuangan didefinisikan sebagai penerapan prinsip-prinsip keuangan untuk menciptakan dan mempertahankan nilai melalui pengambilan Keputusan dan manajemen sumber daya yang tepat. Perilaku konsumtif pada Generasi Z dipengaruhi secara signifikan oleh sikap keuangan yang mereka miliki. Generasi Z yang memiliki literasi keuangan rendah cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi karena kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dan tanggung jawab finansial. Faktor-faktor seperti kemudahan transaksi non-tunai dan pengaruh gaya hidup juga turut memperkuat hubungan antara sikap keuangan dan perilaku konsumtif pada Generasi Z (Giswandhani dan Hilmi, 2020).

Sikap keuangan mencerminkan bagaimana individu memandang, mengelola, dan membuat keputusan terkait keuangan pribadi, yang kemudian berdampak pada kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian secara berlebihan. Generasi Z yang memiliki sikap keuangan kurang bijak dan literasi keuangan yang rendah cenderung lebih mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif karena kurangnya pemahaman tentang pentingnya pengelolaan keuangan dan konsekuensi dari pengeluaran yang tidak terkontrol. Sebaliknya, sikap keuangan yang positif dan pemahaman yang baik mengenai literasi keuangan dapat menekan perilaku konsumtif dan mendorong pengelolaan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Selain itu, kemudahan akses teknologi finansial dan pengaruh gaya hidup modern juga memperkuat hubungan antara sikap keuangan dan perilaku konsumtif pada Generasi Z,

terutama di kalangan mahasiswa yang sering terpapar berbagai stimulus konsumsi (Ramadhan, 2024).

Peer Influence

Peer influence adalah tekanan sosial dari kelompok sebaya yang memengaruhi sikap dan perilaku, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan konsumsi (Mariani, 2023). Generasi Z sangat rentan terhadap pengaruh ini karena kebutuhan akan penerimaan sosial dan kecenderungan menyesuaikan diri dengan norma kelompok, yang dapat mendorong perilaku konsumtif (Ramadhani, 2024). Pengaruh teman sebaya dapat mendorong Generasi Z untuk mengikuti pola konsumsi tertentu demi diterima dalam kelompok sosialnya (Putra dan Wulandari, 2022).

Menurut Islami, dkk. (2023), perilaku konsumtif Generasi Z sering kali dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti trend di media sosial, peer group, dan komunitas daring. Kehadiran Peer Influence membuat Generasi Z lebih mudah terdorong untuk melakukan konsumsi yang bersifat emosional, misalnya membeli produk fashion, gadget, atau makanan kekinian agar tidak tertinggal dari teman-temannya. Dengan demikian, peer influence dapat memperkuat perilaku konsumtif Generasi Z karena adanya kebutuhan akan penerimaan sosial (*social acceptance*), konformitas terhadap kelompok, serta tekanan sosial yang mengarahkan mereka pada pola konsumsi yang berlebihan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menggambarkan sifat yang cenderung berfokus pada pengeluaran, penggunaan, atau pemanfaatan sesuatu secara berlebihan atau boros. Berdasarkan (Gayatri dan Muzdalifah, 2022) individu yang memiliki perilaku konsumtif adalah mereka yang lebih banyak membeli atau menggunakan sesuatu berdasarkan dorongan keinginan yang kuat tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumtif ditandai dengan kebiasaan seseorang yang membeli barang tidak berdasarkan kebutuhan mendesak, tetapi lebih kepada keinginan untuk memiliki. Sementara itu menurut (Julita et al. 2022), perilaku konsumtif merupakan tindakan yang tidak lagi didasari oleh pemikiran logis, melainkan dipicu oleh keinginan yang berlebihan hingga melewati batas wajar.

METODE

Uji Validitas

Uji validitas adalah hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti (Sugiyono, 2014). Dalam uji validitas digunakan IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) statistic 26. Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur yaitu menggunakan *Coefficient Corelation Pearson*. Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas adalah :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka variabel tersebut valid.
- 2) Jika r_{hitung} tidak positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal, secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test retest, equivalent dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu (Sugiyono, 2023). Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat dengan

semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60, maka dikatakan reliabel dan kalau dibawah 0,60 berarti tidak reliabel. (Ghozali, 2015).

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda untuk menentukan ketepatan prediksi apakah ada hubungan yang kuat antara variabel independen (X_1 dan X_2) dengan variabel dependen (Y). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

a

(Sugiyono, 2023)

Keterangan :

Y	= Perilaku Konsumtif
X_1	= Pengetahuan Keuangan
X_2	= Sikap Keuangan
X_3	= Peer Influence
a	= Nilai konstanta
e	= Error

Analisis regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara kuantitatif. Besarnya pengaruh dari masing-masing variabel bebas tersebut dapat diperkirakan dengan melakukan interpretasi angka koefisien regresi partial.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Ghozali (2021)

HASIL

Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu alat untuk mengukur apa yang akan diukur. Uji validitas dalam penelitian ini dengan cara membandingkan antara r-hitung dengan r-tabel. Suatu instrumen dikatakan valid, apabila:

1. Apabila r hitung $>$ r tabel (pada taraf $\alpha= 5\%$), maka dapat dikatakan pernyataan tersebut valid.
2. Apabila r hitung \leq r tabel (pada taraf $\alpha= 5\%$), maka dapat dikatakan pernyataan tersebut tidak valid

Tabel 1. Uji validitas Indikator Penelitian

No	Item Pernyataan	R- Tabel	R- Hitung	Keterangan
Pengetahuan Keuangan (X_1)				
1	X1.1	0,1463	0,433	Valid
2	X1.2	0,1463	0,627	Valid
3	X1.3	0,1463	0,757	Valid

4	X1.4	0,1463	0.795	Valid
5	X1.5	0,1463	0,748	Valid
6	X1.6	0,1463	0,696	Valid
Sikap Keuangan (X2)				
1	X2.1	0,1463	0,621	Valid
2	X2.2	0,1463	0,639	Valid
3	X2.3	0,1463	0,653	Valid
4	X2.4	0,1463	0,586	Valid
5	X2.5	0,1463	0,606	Valid
6	X2.6	0,1463	0,433	Valid
Peer Influence (X3)				
1	X3.1	0,1463	0,731	Valid
2	X3.2	0,1463	0,774	Valid
3	X3.3	0,1463	0,828	Valid
4	X3.4	0,1463	0,647	Valid
5	X3.5	0,1463	0,720	Valid
6	X3.6	0,1463	0,690	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)				
1	Y1	0,1463	0,765	Valid
2	Y2	0,1463	0,537	Valid
3	Y3	0,1463	0,719	Valid
4	Y4	0,1463	0,681	Valid
5	Y5	0,1463	0,502	Valid
6	Y6	0,1463	0,673	Valid

Sumber : Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan tabel 6 menjelaskan bahwa setiap indikator dari variabel penelitian yaitu Pengetahuan Keuangan (X1), *Sikap Keuangan* (X2) , *Peer Influence* (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y) menghasilkan nilai r-hitung yang lebih besar dari r-table (0.1463). Menurut Ghozali (2013) uji validitas dapat dinyatakan valid apabila hasil nilai dari r-hitung > r table, sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dari variabel variabel Pengetahuan Keuangan (X1), *Sikap Keuangan* (X2) , *Peer Influence* (X3) dan Perilaku Konsumtif (Y) yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan handal atau valid, dan layak dilanjutkan pada tahap pengujian selanjutnya.

Uji Reliabilitas

Menurut sugiyono (2019) menyatakan bahwa uji realibilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. uji reliabilitas ini dilakukan pada 180 responden. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien *Alpa Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,60 (Ghozali,2016). Hasil pengujian realibilitas variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 7 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas Indikator Penelitian

No	Variabel	Nilai <i>Alpha Cronbach</i>	Keterangan
1	Pengetahuan Keuangan	0,741	Realibel
2	Sikap Keuangan	0,604	Realibel

3	Peer Influence	0,824	Realibel
4	Perilaku Konsumtif	0,728	Realibel

Sumber : Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan hasil analisis data sebagaimana ditunjukkan pada tabel 7 diketahui bahwa seluruh koefisien *Alpha Cronbach* variabel penelitian lebih besar dari nilai 0,60 yang berarti bahwa seluruh instrument penelitian adalah realibel (andal).

Analisis regresi linear berganda

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (software) komputer program SPSS 26. Hasil pengujian terhadap model regresi berganda terhadap variabel Pengetahuan Keuangan (X1), Sikap Keuangan (X2) dan *Peer Influence* (X3) yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif (Y) dilihat dalam tabel 10 berikut:

Table 3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	13.212	2.309		5.723	.000
Pengetahuan Keuangan	-.207	.088	-.154	-2.348	.020
Sikap Keuangan	.195	.079	.167	2.464	.015
Peer Influence	.492	.053	.577	9.239	.000

a. Dependent Variabel: Perilaku Konsumtif

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2013). Informasi pada Tabel 9 berikut ini merupakan hasil analisis koefisien determinasi data penelitian terkait pengaruh pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *peer influence* terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Kota Bengkulu.

Tabel 4. Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	.625 ^a	.390	.380	3.218

a. Predictors: (constant), peer influence, pengetahuan keuangan, sikap keuangan

Sumber : Output SPSS versi 26, 2025

Berdasarkan tabel 9 untuk nilai koefisien determinasi menggunakan model *R Square*. Dari hasil penghitungan dengan menggunakan SPSS 26 dapat diketahui nilai koefisien determinasi dari *R* sebesar 0,623 *R Square* 0,390. Hal ini Menunjukkan bahwa nilai pengetahuan keuangan (X1), sikap keuangan (X2) dan *peer influence* (X3) Hanya mampu menjelaskan 39 % variasi

Perilaku Konsumtif (Y) sedangkan sisanya 61 % dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai R^2 yang relatif kecil ini menunjukkan bahwa masih terdapat variabel lain di luar model yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif responden.

PEMBAHASAN

Subbab pembahasan merupakan bagian yang menguraikan analisis mendalam terhadap rumusan masalah penelitian. Uraian pada bagian ini didasarkan pada hasil identifikasi kajian pustaka, temuan-temuan penelitian sebelumnya, serta hasil analisis statistik yang dilakukan secara komprehensif terhadap variabel dan konstruk yang diteliti. Selanjutnya, disajikan pembahasan mengenai hasil pengujian hipotesis penelitian.

Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengaruh yang signifikan antara pengetahuan keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Bengkulu. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$, yang berarti pengetahuan keuangan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik tingkat pengetahuan keuangan seseorang, maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Dengan kata lain, pemahaman yang baik mengenai pengelolaan keuangan dapat membantu individu dalam mengontrol pola konsumsi agar lebih rasional dan tidak berlebihan.

Hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien regresi sebesar $-0,207$ menunjukkan bahwa variabel peer influence berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dipahami bahwa semakin tinggi pengaruh pengetahuan keuangan, maka perilaku konsumtif cenderung menurun.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diva Yulianita (2025) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi literasi keuangan atau pengetahuan keuangan yang dimiliki, maka perilaku konsumtif cenderung menurun. Pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen keuangan pribadi membuat mahasiswa mampu membatasi diri dari pembelian yang tidak perlu dan mengelola keuangannya dengan lebih terstruktur.

Pengaruh Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, sikap keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian untuk variabel sikap keuangan pada uji parsial (t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,015 < 0,05$. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari $0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan bahwa semakin positif sikap keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa sikap keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien regresi sebesar $0,195$ menunjukkan bahwa variabel sikap keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin baik sikap keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), diketahui bahwa sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Bengkulu.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yunita Rahmawati (2024) yang mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif. Semakin positif sikap keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan individu untuk berperilaku konsumtif.

Pengaruh *Peer Influence* Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji t, *peer influence* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil pengujian untuk variabel *peer influence* pada uji parsial (t) menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel *peer influence* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Bengkulu.

Hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan bahwa *peer influence* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai koefisien regresi sebesar 0,492 menunjukkan bahwa variabel *peer influence* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dipahami bahwa semakin besar pengaruh teman sebaya yang dimiliki seseorang, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk berperilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki teman sebaya dengan karakter ataupun kebiasaan yang buruk maka akan terpacu untuk melakukan tindakan lebih konsumtif dalam berbelanja. Sebaliknya, seseorang yang memiliki teman sebaya dengan karakter ataupun kebiasaan yang baik, maka akan terpacu untuk lebih baik dalam kegiatan konsumsinya. Hal ini selaras dengan studi dari Nurachma dan Arief (2017) dengan hasil bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara teman sebaya dengan kecenderungan perilaku konsumtif.

Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan, dan *Peer Influence* Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil penelitian yang dilakukan, variabel pengetahuan keuangan, sikap keuangan dan *peer influence* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam hal ini dibuktikan dengan realibilitas (R^2) sebesar 0,390. Dari hasil realibilitas tersebut maka variabel *independent* berpengaruh sebesar 39% sedangkan sisanya 61% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan *peer influence* dari hasil penelitian berpengaruh signifikan karena kurang dari 0,05. F hitung lebih dari F tabel yaitu $37,534 > 3,05$ dan nilai signifikan $f < 0,000$. Hasil uji t pengetahuan keuangan 0,020, sikap keuangan 0,015, dan *peer influence* 0,000. Nilai signifikan variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kota Bengkulu karena nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05. Dalam hasil regresi linear berganda menunjukkan persamaan regresinya yaitu $Y = 13,212 - 0,207 X_1 + 0,195 X_2 + 0,492 X_3 + 2,309$

KESIMPULAN

1. Pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kota Bengkulu. Hasil nilai signifikansi $0,020 < 0,05$.
2. Sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z kota Bengkulu. Hasil nilai signifikansi $0,015 < 0,05$.
3. *Peer influence* berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kota Bengkulu. Hasil nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.
4. Nilai koefisien determinasi dari R^2 sebesar 0,390. Hal ini berarti bahwa nilai pengetahuan keuangan (X_1), sikap keuangan (X_2) dan *peer influence* (X_3) berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) sebesar 39% sedangkan sisanya 61% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Nilai signifikan F lebih kecil dari 0,000 maka variabel pengetahuan keuangan (X_1), sikap keuangan (X_2) dan *peer influence* (X_3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y) Pada Generasi Z Kota Bengkulu.
6. Hasil uji t variabel pengetahuan keuangan menunjukkan nilai 0,020, sikap keuangan menunjukkan nilai 0,015 dan *peer influence* dengan nilai 0,000. Karena nilai signifikansi

variabel-variabel tersebut lebih kecil dari 0,05 artinya variabel-variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di kota Bengkulu.

7. Hasil regresi linear berganda menunjukkan persamaan regresinya :

$$Y=13,212-0,207 X_1+0,195 X_2+0,492 X_3+2,309$$

SARAN

Generasi z di harapkan mampu meningkatkan pengetahuan dan kesadaran keuangan pribadi, terutama tentang pengelolaan uang, menabung, dan investasi. Perlu mengendalikan pengaruh teman sebaya , terutama dalam Keputusan konsumsi yang tidak penting atau hanya untuk mengikuti tren. Memiliki sikap keuangan positif dengan memprioritaskan kebutuhan kebutuhan dibanding keinginan, serta menghindari perilaku konsumtif yang dapat merugikan diri sendiri. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif, seperti peran teknologi finansial maupun aspek budaya. Selain itu, penelitian yang lebih mendalam mengenai hubungan dan interaksi antara pengetahuan keuangan, sikap keuangan, serta pengaruh teman sebaya (*Peer Influence*) juga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas dan komprehensif mengenai faktor-faktor yang membentuk perilaku konsumtif generasi z.

DAFTAR PUSTAKA

- Asrun, A., & Gunawan, H. (2024). Financial Literacy, Attitude, And Peer Group Influence Toward Consumptive Behavior Of Generation Z In Indonesia. *Journal Of Management Research*, 12(1).
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End And Generation Z Begins*. Pew Research Center.
- Duwi Priyatno. (2012). *Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Z: Peran Penerapan Financial Technology, Literasi Keuangan, Dan Efikasi Diri. *Indonesian Interdisciplinary Journal Of Sharia Economics*, 7(1).
- Erwani, Y., & Ningsih, N. W. (2022). Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup, Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3).
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (1990). *How To Design And Evaluate Research In Education*. New York: Mcgraw-Hill.
- Gayatri, N., & Muzdalifah, H. (2022). Perilaku Konsumtif Pada Generasi Milenial Dan Z. *Jurnal Psikologi Sosial*, 9(2).
- Giswandhani, N., & Hilmi, A. (2020). Sikap Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 8(2).
- Ghozali, I. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on partial least squares Structural equation modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Hendiza, R. (2023). Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Konsumsi Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2).

- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Perspektif Syari'ah. *INFOTECH Journal*, 9(2).
- Irdhiana, I. I. H., Et Al. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, Electronic Money, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 6(2).
- Julita, D., Et Al. (2022). Perilaku Konsumtif Dan Faktor Yang Memengaruhinya. *Jurnal Ekonomi Modern*, 18(1).
- Junanda, I. A., Febriana, W., Widiyasti, B. D., Alpiansah, R., & Nirwana, B. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan, Dan Fintech Payment Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z. *RIGGS: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(2).
- Khairat, H., Ekawarna, & Rosmiati. (2022). Pengaruh Lingkungan Teman Sebaya, Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Dan Self Efficacy Terhadap Minat Melanjutkan Studi Ke Perguruan Tinggi Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Batang Hari. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 4(1).
- Katadata Insight Center. (2021). *Survei Perilaku Keuangan Generasi Z Dan Y*. Databoks.
- Lediestiani, S., Dan Defrizal, D. 2025. Pengaruh Financial Literacy Dan Financial Attitude Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*.
- Mariani, F. (2023). Pengaruh Peer Group Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z. *Jurnal Ilmiah Sosial Humaniora*, 7(1).
- Marsh, B. A. (2006). *Knowledge Levels Of First-Year And Senior Students At Baptist. Most*, (August).
- Ningsih, D. W. (2025). Hegemoni Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif Gen Z. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 14(2).
- OECD. (2006). *Improving Financial Literacy: Analysis Of Issues And Policies*. Paris: OECD Publishing.
- OJK. (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- OJK. (2021). *Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2021*. Jakarta: Otoritas Jasa Keuangan.
- Oktaviani, A. (2023). Literasi Keuangan Dan Sikap Keuangan Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 13(2).
- Rahmawati, Y. 2024. Pengaruh Sikap Keuangan, Kelas Sosial Dan Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Insan Pembangunan Indonesia (UNUPI). *JOCE IP, VOL. 18, No. 2, Februari 2024*
- Paujiah, N., & Ariani, D. (2023). Teori Erich Fromm Dan Konsumerisme Generasi Z. *Jurnal Psikologi Humanis*, 5(1).
- Pidal, F. (2025). Sikap Keuangan, Literasi, Dan Perilaku Konsumtif Gen Z. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 15(2).
- Pratiwi, D., & Nugroho, Y. (2023). Media Sosial, Tekanan Teman Sebaya, Dan Konsumerisme Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2).
- Putra, A., & Wulandari, S. (2022). Peer Group Influence Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Terapan*, 12(1).
- Putri, W. W., & Hamidi, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Efikasi Keuangan Dan Faktor Demografi Terhadap Pengambilan Keputusan Investasi (Studi Kasus Pada Mahasiswa

- Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang). *Akuntabilitas*, 14(2).
- Ramadhan, M. (2024). Sikap Keuangan Dan Pengaruhnya Terhadap Konsumsi Gen Z. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 19(1).
- Ramadhani, R. (2024). Generasi Z, Media Sosial, Dan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Komunikasi Massa*, 12(1).
- Remund, D. L, (2010), Financial Literacy Explicated : The Case For A Clearer Definition In An Increasingly Complex Economy, *The Journal Of Consumer Affairs*, 44(2).
- Riyanto, A., & Hermawan, A. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Untuk Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Pustaka Baru..
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi Terbaru)*. Bandung: Alfabeta.