



PENGARUH TEKNOLOGI FINANSIAL, LITERASI FINANSIAL, GAYA HIDUP, DAN KONFORMITAS TEMAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA ERA 5.0

*Eugenius Dominus Tecum Roso Mudayen¹, Christophorus Anggit Widyascarya²,
Yohanes Maria Vianey Mudayen³*

¹SMA Negeri 6 Yogyakarta

²SMA Negeri 6 Yogyakarta

³Universitas Sanata Dharma

correspondence: yonimudayen@gmail.com

<http://doi.org/10.24071/jpea.v19i1.566>

Abstract

This research is motivated by the increasing phenomenon of consumer behavior estimated to occur in approximately 28% of Indonesians, particularly among adolescents living in the Society 5.0 era, a generation highly integrated with digital technology. This study aims to analyze the influence of financial technology, financial literacy, lifestyle, and peer conformity on adolescent consumer behavior. The study population was adolescents in the 5.0 era, while the sample size was 548 respondents determined using the Slovin formula. The sampling technique used purposive sampling because the study focused on adolescent users of financial technology services, such as digital wallets, paylater, and online payment applications. The study used a quantitative approach with a questionnaire instrument distributed through Google Forms. The research instrument has undergone validity and reliability tests before use. Data were analyzed using descriptive analysis to describe respondent characteristics and consumer behavior tendencies, and multiple linear regression analysis to test the influence between variables. The results showed that financial technology, lifestyle, and peer conformity had a positive and significant influence on adolescent consumer behavior, while financial literacy had no significant influence. These findings indicate that ease of access to digital transactions and social pressure from peers are more dominant in driving consumption than adolescents' financial knowledge. Therefore, strengthening financial literacy education is needed along with developing self-control and financial decision-making skills so that adolescents are able to use digital financial services wisely and avoid being trapped in excessive consumer behavior.

Keywords: *financial technology, financial literacy, consumer behavior, self-control, teenagers in the 5.0 era.*

PENDAHULUAN

Setiap individu perlu memiliki kemampuan mengelola keuangan agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tercermin dari kebiasaan membeli suatu produk didasari oleh gengsi, penampilan atau tertarik oleh hadiah atau diskon (Baudrillard, 2013; Umanailo *et al.*, 2018; Pulungan dan Febriaty, 2018). Perilaku konsumtif perlu mendapat perhatian serius karena lembaga riset internasional Kadance 2016 menunjukkan bahwa 28%

penduduk Indonesia cenderung berperilaku konsumtif (Jazuli & Setiyani, 2021). Perilaku konsumtif mencerminkan kebiasaan membelanjakan uang tanpa didasari oleh pemenuhan kebutuhan melainkan terpengaruh oleh teman, iklan, dan gengsi.

Remaja generasi yang hidup di era 5.0 dikenal sebagai generasi internet yang sering berbelanja *online* menggunakan *e-money* (Fungky, Sari dan Sanjaya, 2021; Wulandari & Aulia, 2022). Istilah “era 5.0” berkaitan dengan *society* 5.0, yang diperkenalkan pemerintah Jepang tahun 2016. Society 5.0 merupakan visi masa depan yang menggabungkan kekuatan teknologi digital dengan kecerdasan manusia untuk kehidupan yang lebih baik (Fukuyama, 2018; Subandowo, 2022).

Remaja sangat rentan berperilaku konsumtif karena remaja mudah terpengaruh oleh iklan, gengsi, dan teman (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Afifah & Yudiantoro, 2022). Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) Badan Pusat Statistik (BPS), Maret 2022 menunjukkan bahwa 68,82 juta jiwa penduduk Indonesia (24%) adalah orang muda (remaja).

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain: penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, konfirmatas teman sebaya, dan kontrol diri. Berbagai hasil kajian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam tentang pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif (Achtziger *et al.*, 2015; Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Gultom, Renol H.S., & Siagian, 2022).

Teknologi finansial dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Menurut National Digital Research Centre (NDRC), teknologi finansial adalah inovasi di bidang jasa finansial dengan sentuhan teknologi modern (Sukma, 2016). Salah satu wujud konkrit dari teknologi finansial pada jenis *digital payment system* yaitu penggunaan *e-money* seperti Gopay, Ovo, Dana, ShopeePay, dan iSaku. Penggunaan *e-money* dapat mendorong perilaku konsumtif karena seseorang tidak merasa keluar uang saat berbelanja *online* (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Ulayya & Mujiasih, 2020).

Literasi finansial dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Namun, kajian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam. Kajian Bhushan & Medury (2023); Napitupulu, Ellyawati, & Astuti (2021) menunjukkan bahwa literasi finansial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Namun, Hidayat & Nurdin (2020) menunjukkan bahwa literasi finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Sedangkan Gultom, Renol H. S., & Siagian (2022) menyatakan bahwa hubungan literasi finansial dengan perilaku keuangan belum jelas arahnya.

Faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif adalah gaya hidup. Gaya hidup mewah akan memperkuat terjadinya perilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018). Menurut lembaga riset internasional Kadance 2016, terdapat 28% masyarakat Indonesia cenderung mengeluarkan uang lebih besar daripada pendapatannya (Jazuli & Setiyani, 2021).

Faktor berikutnya yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif adalah konformitas teman sebaya. Hal itu terjadi karena remaja dalam proses mencari jati diri sehingga mereka terdorong membeli produk agar diterima lingkungan pergaulannya (Haryani & Herwanto, 2015).

Faktor kontrol diri dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan (Achtziger *et al.*, 2015; Liu *et al.*, 2019). Kajian Dewi, Herawati, & Adiputra (2021) menunjukkan bahwa kontrol diri menjadi mediator (*intervening*) pengaruh berbagai faktor terhadap perilaku konsumtif. Namun, kajian lain menunjukkan bahwa berbagai faktor berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif (Afifah & Yudiantoro, 2022; Dewi & Sunarto, 2017).

Penelitian dilakukan pada remaja di Kota Yogyakarta terutama remaja SMP dan SMA. Remaja SMP dan SMA dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka termasuk kategori remaja awal (12-15 tahun) dan remaja pertengahan (15-18 tahun) yang sedang berlatih mengelola uang secara mandiri sehingga besar kemungkinan sering berbelanja menggunakan teknologi finansial, dalam bentuk *e-money*.

Meskipun penelitian mengenai perilaku konsumtif remaja telah banyak dilakukan, sebagian besar studi sebelumnya masih menguji variabel secara parsial, misalnya hanya menekankan literasi finansial atau gaya hidup tanpa mempertimbangkan perubahan pola transaksi akibat berkembangnya teknologi finansial. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak dilakukan pada mahasiswa atau masyarakat umum, sedangkan kajian pada remaja usia SMP–SMA sebagai kelompok *digital native* yang sejak awal terbiasa menggunakan *e-money* masih terbatas. Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan inkonsistensi, terutama terkait pengaruh literasi finansial terhadap perilaku konsumtif yang terkadang signifikan dan terkadang tidak signifikan. Di sisi lain, masih sedikit penelitian yang mengaitkan tekanan sosial berupa konformitas teman sebaya dengan kemudahan transaksi digital dalam satu model analisis terpadu.

Berdasarkan celah penelitian (*research gap*) tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman sebaya secara simultan pada remaja era Society 5.0. Penelitian ini tidak hanya menempatkan perilaku konsumtif sebagai akibat dari kemampuan mengelola keuangan, tetapi juga sebagai hasil interaksi antara kemudahan transaksi tanpa uang tunai dan dinamika sosial pergaulan remaja. Dengan meneliti kelompok remaja SMP–SMA sebagai pengguna aktif *e-money*, penelitian ini memberikan perspektif baru bahwa perilaku konsumsi remaja di era 5.0 dipengaruhi oleh ekosistem digital sekaligus tekanan sosial lingkungannya, sehingga diharapkan dapat memperkaya kajian ekonomi perilaku dan pendidikan keuangan remaja dalam konteks masyarakat digital Indonesia.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, hasil penelitian dapat memperkaya kajian ekonomi perilaku dan pendidikan ekonomi dengan menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja pada era Society 5.0 tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan literasi finansial, tetapi juga oleh kemudahan akses teknologi finansial dan tekanan sosial teman sebaya. Secara praktis, temuan penelitian dapat menjadi dasar bagi sekolah, orang tua, dan pemerintah dalam merancang program edukasi keuangan remaja yang lebih kontekstual, seperti integrasi literasi finansial dengan edukasi penggunaan *e-money*, penguatan kontrol diri, serta pengelolaan pengaruh pergaulan. Selain itu, hasil penelitian juga dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga pendidikan dan otoritas terkait dalam menyusun kebijakan pencegahan perilaku konsumtif sejak usia sekolah sehingga remaja lebih siap menghadapi kehidupan ekonomi di masa depan.

Berdasarkan uraian di atas, dilakukan penelitian dengan judul: Pengaruh *Fintech*, Literasi Finansial, Gaya Hidup, dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Era 5.0. Masalah yang dianalisis dalam penelitian ini adalah apakah penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup dan konformitas teman berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0.

KERANGKA TEORETIS

Perilaku Konsumtif dan Faktor yang Memengaruhinya

Perilaku konsumtif adalah pembelian produk tanpa mempertimbangkan kebutuhan pokok tetapi hanya karena gengsi dan menjaga penampilan diri serta tertarik dengan kemasan dan hadiah atau diskon (Baudrillard, 2013; Umanailo *et al.*, 2018). Seorang berperilaku konsumtif apabila berperilaku boros dan tidak mempertimbangkan manfaat (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021).

Beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif diantaranya teknologi finansial, literasi finansial, penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan kontrol diri. Pertama, penggunaan teknologi finansial jenis *digital payment system* dalam bentuk *e-money* dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021).

Kemudahan transaksi *e-money* membuat masyarakat rentan berperilaku konsumtif (Afifah & Yudiantoro, 2022; Ulayya & Mujiasih, 2020).

Kedua, literasi finansial dapat memengaruhi perilaku konsumtif melalui pengetahuan dan keterampilan konseptual yang dimiliki seseorang sehingga berdampak pada perilakunya (Pulungan & Febriaty, 2018). Ketiga, gaya hidup dapat memengaruhi perilaku konsumtif (Pulungan & Febriaty, 2018). Gaya hidup konsumtif menimbulkan dampak: (1) boros dan kecemburuan sosial; (2) mengurangi kesempatan menabung; (3) tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang (Fudyartanta, 2012; Mowen & Minor, 2008).

Keempat, konformitas teman dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Konformitas teman merupakan tekanan dari kelompok teman sebaya yang merubah perilaku seseorang. Tekanan sosial yang kuat membuat individu menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok sosialnya demi menjaga hubungan dengan kelompok (Aronson *et al.*, 2016; Baron & Byrne, 2004; Wijenayake *et al.*, 2020). Kelima, kontrol diri dapat memengaruhi perilaku konsumtif (Liu *et al.*, 2019; Haryani & Herwanto 2015). Semakin tinggi kontrol diri seseorang maka perilaku konsumtif akan lebih terkendali (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Kumalasari & Soesilo, 2019). Faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif yaitu status sosial ekonomi, kelompok sosial, dan gengsi (Baudrillard, 2013). Indikator perilaku konsumtif yaitu pembelian produk karena: 1) iming- iming hadiah; 2) kemasan menarik; 3) menjaga gengsi; 4) tren; 5) menjaga status; 6) konformitas model iklan; 7) ingin percaya diri; 8) variasi merek (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Rahmadani, 2019).

Teknologi Finansial

Finansial teknologi (*fintech*) adalah inovasi dalam layanan keuangan menggunakan teknologi. *Fintech* adalah perpaduan antara teknologi finansial dan layanan keuangan tradisional. Tujuan utama *fintech* adalah membuat layanan keuangan lebih efisien, mudah diakses, dan terjangkau bagi semua orang (Kusuma & Asmoro, 2020).

Beberapa jenis *fintech* yang populer antara lain: 1) Pembayaran digital dalam bentuk *e-wallet*, contohnya GoPay, OVO, Dana. Selain itu, ada pula sistem pembayaran *online*, contohnya PayPal dan PayPay; 2) Pinjaman *online* atau *peer to peer lending* (P2P lending), contohnya investree dan akseleran; 3) Crowdfunding, contohnya kickstarter dan indiegogo; 4) *Rrobo-advisor*, contohnya robinhood dan bibit; 5) Asuransi *online*, contohnya Lifepal, Qoala; 5) Bank digital, contohnya jenius dan digibank (Kusuma & Asmoro, 2020; Muzdalifa dkk, 2018).

Salah satu wujud dari *fintech* dalam bentuk pembayaran digital *e-money*. *E-money* adalah salah satu produk keuangan digital yang disimpan dalam e-Wallet diantaranya GoPay, Ovo, DANA, LinkAja, Sakuku, Jenius, OCTO Go Mobile, DOKU, Mega Mobile, dan iSaku (Kumala & Mutia, 2020). Indikator *e-money* yaitu: 1) manfaat dan keuntungan; 2) kemudahan penggunaan; 3) kepercayaan (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021; Ramadhani, 2019).

Literasi Finansial

Literasi finansial merupakan perpaduan pengetahuan, keterampilan, kesadaran, sikap dan perilaku seseorang dalam membuat keputusan keuangan untuk mencapai kesejahteraan (Afriani & Yanti, 2020; Bhabha *et al.*, 2014; Chen & Volpe, 1998; OECD, 2016). Literasi keuangan berisi tiga dimensi yaitu pengetahuan keuangan, sikap keuangan, dan perilaku keuangan (Atkinson & Messy, 2012; Agarwalla *et al.*, 2013).

Gaya Hidup

Menurut Mowen & Minor (2002), gaya hidup yaitu cara seseorang hidup, membelanjakan uang, dan mengalokasikan waktu. Gaya hidup diukur melalui indikator: 1) aktivitas; 2) minat; 3) pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain; 4) karakter-karakter dasar (Susanto, 2013).

Konformitas Teman

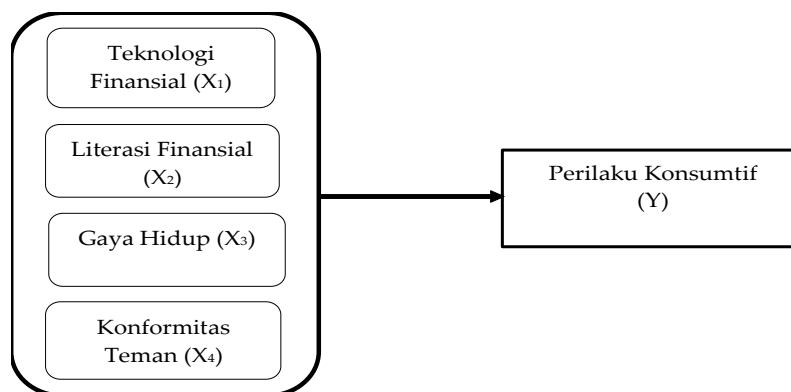
Konformitas teman merupakan tekanan dari kelompok teman sebaya yang merubah tindakan atau perilaku seseorang. Tekanan sosial yang kuat membuat individu menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok sosialnya demi menjaga hubungan dengan kelompok (Aronson *et al.*, 2016; Baron & Byrne, 2004; Wijenayake *et al.*, 2020). Indikator konformitas teman yaitu: 1) mengikuti orang lain; 2) menghindari penolakan; 3) menerima pendapat kelompok; 4) membenarkan kelompok.

Kerangka Berpikir

Literasi keuangan dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja. Seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan tinggi, diyakini dapat mengendalikan konsumsinya (Afriani & Yanti, 2020; Pulungan & Febriaty, 2018). Penggunaan teknologi finansial terutama dalam bentuk *e-money* dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja. Penggunaan *e-money* kemudahan dalam bertransaksi dan meminimalkan resiko perampokan (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021). Di sisi lain, penggunaan *e-money* juga berpengaruh negatif yaitu memicu perilaku konsumtif melalui transaksi non tunai (Ramadani, 2016).

Gaya hidup dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Orang yang bergaya hidup mewah akan membelanjakan uang secara tidak rasional dan boros (Afifah & Yudiantoro, 2022; Pulungan & Febriaty, 2018).

Konformitas dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Tekanan dari kelompok teman dapat merubah tindakan atau perilaku seseorang yang merasa perlu menyesuaikan perilakunya dengan perilaku kelompok (Aronson *et al.*, 2016; Rahmatika, 2020; Wijenayake *et al.*, 2020). Penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman dapat berpengaruh langsung terhadap perilaku konsumtif (Afifah & Yudianto, 2022; Pulungan & Febriaty, 2018) maupun tidak langsung yaitu melalui mediasi kontrol diri (Dewi, Herawati, & Adiputra, 2021). Kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0.

METODE

Jenis Riset

Penelitian ini termasuk jenis eksplanatif karena menjelaskan hubungan antara berbagai variabel bebas (*independent variable*) dengan variabel terikat (*dependent variable*). Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh teknologi finansial, literasi keuangan, gaya hidup, dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0 dengan kontrol diri sebagai *intervening*

Tempat dan Waktu Riset

Tempat penelitian ini adalah Kota Yogyakarta dengan subjek penelitian remaja SMP dan SMA. Secara lebih spesifik, penelitian ini dilakukan dengan subjek penelitian siswa-siswi SMP Pangudi Luhur 1 Yogyakarta, SMA Pangudi Luhur Yogyakarta, dan SMA Negeri 6 Yogyakarta. Remaja pada ketiga sekolah tersebut dipilih sebagai subjek penelitian untuk mewakili keragaman karakteristik remaja dari sekolah swasta dan negeri yang baru mengelola keuangan secara mandiri dan berpotensi menggunakan *e-money*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober sampai November 2024.

Variabel Riset

Variabel riset ini meliputi perilaku konsumtif, penggunaan teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, konformitas teman, dan kontrol diri.

1. Perilaku konsumtif adalah pembelian suatu produk didasari gengsi dan menjaga penampilan diri serta tertarik dengan kemasan dan hadiah atau diskon. Indikator perilaku konsumtif yaitu: 1) Pembelian produk; 2) Pemakaian produk; 3) Penilaian diri.
2. Penggunaan teknologi finansial terutama *e-money* yaitu pemanfaatan *electronic money* untuk pembayaran transaksi non tunai. Indikator *e-money* yaitu: 1) manfaat dan keuntungan; 2) Kemudahan dalam penggunaan; 3) kepercayaan.
3. Literasi finansial adalah penguasaan seperangkat pengetahuan, keterampilan dan sikap keuangan untuk mencapai kesejahteraan. Indikator literasi keuangan meliputi: 1) pengetahuan konsep keuangan, 2) kemampuan mengkomunikasikan konsep keuangan, 3) bakat dalam mengelola keuangan individu.
4. Gaya hidup yaitu cara seseorang menjalani hidup, membelanjakan uang dan mengalokasikan waktunya. Indikator gaya hidup yaitu: 1) aktivitas; 2) minat; 3) pandangan seseorang terhadap diri sendiri dan orang lain; 4) karakter karakter dasar.
5. Konformitas teman sebaya merupakan tekanan dari kelompok teman sebaya yang merubah tindakan atau perilaku seseorang. Indikator konformitas yaitu: 1) mengikuti orang lain; 2) menghindari penolakan; 3) menerima pendapat kelompok; 4) membenarkan kelompok.

Prosedur Riset

Alat mengumpulkan data adalah kuesioner melalui *google form*. Bahan penelitian berupa daftar pertanyaan penelitian. Populasi penelitian ini adalah remaja era 5.0 di Kota Yogyakarta terutama pada ketiga sekolah di atas sebanyak 1.878 orang. Sampel yang ditentukan dengan rumus Slovin sehingga diperoleh 330 siswa (Ghozali, 2005).

Keterangan: n = jumlah sampel; N = jumlah anggota populasi; e = tingkat kesalahan 5%. Dari rumus tersebut diperoleh jumlah sampel minimal untuk penelitian ini adalah 330 responden. Dari hasil penyebaran *google form* diperoleh jumlah responden sebanyak 548 siswa, artinya jumlah minimal responden telah terpenuhi.

Pengumpulan data dengan metode survei yang dilakukan menggunakan kuesioner melalui link *google form*. Teknik sampling menggunakan metode *purposive sampling* karena sampel yang dipilih harus memenuhi kriteria tertentu yaitu remaja pengguna teknologi finansial berupa *e-money*. Untuk menjamin keakuratan dan keandalan instrument penelitian dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan metode uji serempak. Uji validitas dengan teknik korelasi Produk Moment dari Pearson. Uji reliabilitas dengan metode Cronbach-Alpha.

Uji validitas dan reliabilitas dengan metode uji serempak untuk item-item variabel penelitian melibatkan 548 responden. Nilai r -tabel pada *degree of freedom* (df) = $n-2$ = 546 dan α ($\hat{\alpha}$) = 5% adalah 0,088. Untuk item-item variabel perilaku konsumtif, nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) butir 1= 0,337, butir 2= 0,412, butir 3=0,464, butir 4= 0,394, dan

butir 5= 0,398. Nilai-nilai r hitung variabel perilaku konsumtif $> r$ tabel (0,088) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan perilaku konsumtif valid. Koefisien *cronbach's alpha* 0,645 $> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian variabel perilaku konsumtif dapat diandalkan atau reliabel.

Untuk item-item variabel penggunaan teknologi finansial berupa *e-money* (X1), nilai r hitung (*corrected item-total correlation*) butir 1= 0,643, butir 2= 0,548, butir 3= 0,737, butir 4= 0,617, dan butir 5= 0,552. Nilai-nilai r hitung variabel teknologi finansial $> r$ tabel (0,088) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan perilaku konsumtif valid. Koefisien *cronbach's alpha* 0,822 $> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel penggunaan *e-money* reliabel.

Untuk item-item variabel Gaya Hidup (X3), nilai r hitung butir 1= 0,598, butir 2= 0,673, butir 3= 0,653, butir 4= 0,546, butir 5= 0,526, dan butir 6= 0,583. Nilai-nilai r hitung variabel gaya hidup $> r$ tabel (0,088) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan gaya hidup adalah valid. Koefisien *cronbach's alpha* 0,826 $> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian variabel gaya hidup reliabel.

Untuk item-item variabel konformitas teman (X4), nilai r hitung butir 1= 0,368, butir 2= 0,365, butir 3= 0,309, butir 4= 0,491, butir 5= 0,398, dan butir 6= 0,318. Nilai-nilai r hitung variabel konformitas teman $> r$ tabel (0,088) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan konformitas teman adalah valid. Koefisien *cronbach's alpha* 0,645 $> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel konformitas teman reliabel.

Untuk item-item variabel kontrol diri, nilai r hitung butir 1= 0,567, butir 2= 0,604, butir 3= 0,667, butir 4= 0,617, butir 5= 0,574, dan butir 6= 0,600. Nilai-nilai r hitung variabel kontrol diri $> r$ tabel (0,088) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan kontrol diri adalah valid. Koefisien *cronbach's alpha* 0,832 $> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian variabel kontrol diri reliabel.

Prosedur Pengujian

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Teknik statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan perilaku konsumtif, teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, konformitas teman, dan kontrol diri remaja. Untuk mengkategorikan hasil pengukuran menjadi tiga kategori berikut:

Tabel 1. Kategori Hasil Pengukuran

Kategori	Kriteria
Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD \leq X$

Hasil penelitian yang dideskripsikan melalui analisis persentase, gambar diagram lingkaran (*pie chart*), dan grafik batang (*histogram*). Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif. Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \varepsilon$$

Keterangan: Y = Perilaku Konsumtif; β_0 = Konstanta; β_1 = Koefisien regresi Teknologi Finansial (X1); β_2 = Koefisien regresi Literasi Finansial (X2); β_3 = Koefisien regresi gaya hidup (X3); β_4 = Koefisien regresi konformitas teman (X4); ε = Tingkat kesalahan (*error term*).

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memenuhi prasyarat penggunaan linear berganda. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji linearitas menggunakan uji F. Uji multikolinearitas menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF). Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman Rank Correlation* (Ghozali, 2005; Santosa, 2018).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis deskriptif meliputi gambaran tentang jenis kelamin, asal sekolah, perilaku konsumtif, literasi keuangan, penggunaan *e-money*, gaya hidup, konformitas teman, dan kontrol diri dari 548 responden yang terdiri dari 444 remaja SMP dan 104 remaja SMA.

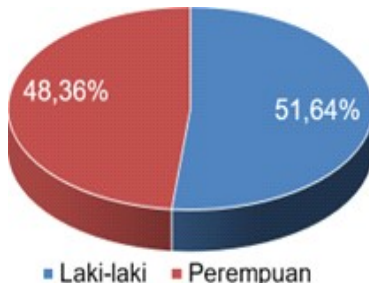


Diagram 1. Jenis Kelamin

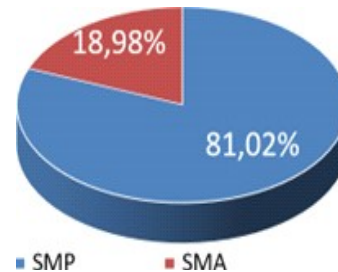
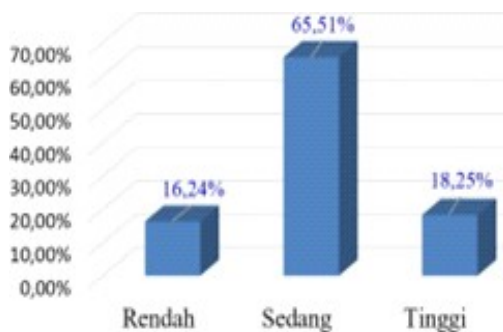


Diagram 2. Jenjang Pendidikan

Sumber: data primer, diolah 2024

Dari tabel 1 dan 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki (51,64%). Selain itu, sebagian besar responden adalah siswa- siswi SMP (81,98%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden adalah siswa SMP dan berjenis kelamin laki-laki.



Grafik 1. Perilaku Konsumtif



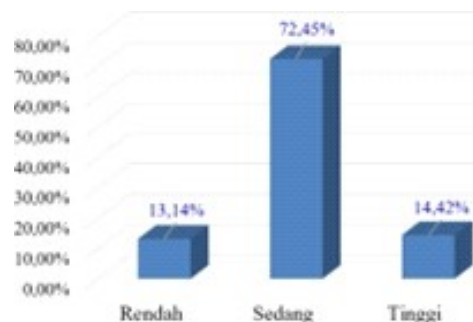
Grafik 2. Teknologi Finansial

Sumber: data primer, diolah 2024

Dari grafik 1 dan 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar perilaku konsumtif remaja termasuk dalam kategori sedang (65,51%). Demikian pula dengan penggunaan teknologi finansial sebagian besar termasuk kategori sedang (69,16%). Pengkategorian rendah, sedang, dan tinggi menggunakan nilai mean dan standar deviasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar perilaku konsumtif maupun penggunaan teknologi finansial termasuk kategori sedang.



Grafik 3. Literasi Finansial



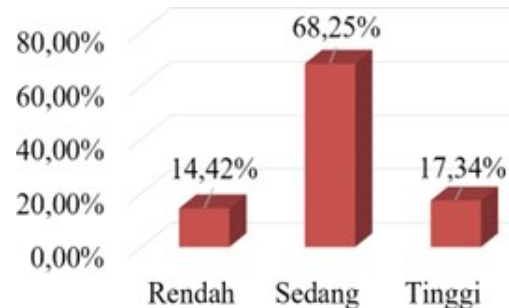
Grafik 4. Gaya Hidup

Sumber data: data primer, diolah 2024

Dari grafik 3 dan 4 dapat diketahui bahwa sebagian besar literasi finansial siswa termasuk dalam kategori sedang (59,85%). Demikian pula dengan gaya hidup sebagian besar remaja juga termasuk kategori sedang (72,45%). Pengkategorian rendah, sedang, dan tinggi dilakukan dengan menggunakan nilai mean dan standar deviasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar literasi finansial maupun gaya hidup remaja termasuk kategori sedang.



Grafik 5. Konformitas Teman



Grafik 6. Kontrol Diri

Sumber: data primer, diolah 2024

Dari grafik 5 dan 6 dapat diketahui bahwa sebagian besar variabel konformitas teman termasuk dalam kategori sedang (65,51%). Demikian pula dengan kontrol diri sebagian besar siswa juga termasuk kategori sedang (68,25%). Pengkategorian rendah, sedang, dan tinggi menggunakan nilai mean dan standar deviasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konformitas teman maupun kontrol diri siswa termasuk kategori sedang.

Berdasarkan tabel output SPSS dari uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov test dapat diketahui bahwa nilai signifikansi asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,476 lebih besar daripada 0,05. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Dengan demikian, persyaratan normalitas terpenuhi.

Berdasarkan tabel ANOVA uji linearitas dapat diketahui bahwa nilai asymp. Sig (2-tailed) signifikansi dari *deviation from Linearity* pada alpha 5% (2-tailed) untuk: 1) hubungan penggunaan teknologi finansial (X1) dengan perilaku konsumtif= 0,077; 2) hubungan literasi finansial (X2) dengan perilaku konsumtif= 0,526; 3) hubungan gaya hidup dengan perilaku konsumtif= 0,177; 4) hubungan konformitas teman (X4) dengan perilaku konsumtif= 0,066; 5) hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif= 0,814. Karena nilai asymp. Sig (2-tailed) signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar daripada 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear signifikan antara variabel independen (literasi keuangan, penggunaan *e-money*, gaya hidup, konformitas, dan kontrol diri) dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian, persyaratan linearitas terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dapat diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) teknologi finansial= 1,117; literasi keuangan= 1,014; gaya hidup= 1,238; konformitas teman= 1,140; dan kontrol diri= 1,079. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada persoalan multikolinearitas karena semua nilai VIF dari setiap variabel kurang dari 5. Dengan demikian, prasyarat tidak ada persoalan multikolinearitas terpenuhi.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *Spearman Rank Correlation*, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi teknologi finansial= 0,657; literasi finansial= 0,618; gaya hidup= 0,914; konformitas teman= 0,793; kontrol diri= 0,710. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua variabel terbebas dari gejala heteroskedastisitas karena semua nilai signifikansi > 0,05. Dengan demikian, prasyarat tidak ada masalah heteroskedastisitas terpenuhi.

Pembahasan

Kajian ini menganalisis pengaruh teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja era 5.0. Untuk menguji apakah

teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman dapat menjadi prediktor dari perilaku konsumtif remaja era 5.0 maka dilakukan uji F. Hasil dari uji F dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42464.558	4	10116.140	125.893	.000 ^b
	Residual	11794.275	543	74.443		
	Total	52258.833	547			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman

Sumber: Data Primer, diolah 2024

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil daripada taraf signifikansi 0,05, sehingga menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak (fit). Hal ini berarti bahwa secara simultan variabel teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman memiliki pengaruh yang bermakna terhadap perilaku konsumtif remaja pada era 5.0. Dengan demikian, keempat variabel tersebut dapat berperan sebagai prediktor perilaku konsumtif remaja. Artinya, perubahan pada penggunaan teknologi finansial, tingkat literasi finansial, pola gaya hidup, serta tingkat konformitas terhadap teman sebaya secara bersama-sama mampu menjelaskan kecenderungan remaja dalam melakukan perilaku konsumtif.

Selanjutnya pengaruh teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman terhadap perilaku konsumtif remaja dapat diamati pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients				
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.094	.873		4.689	.000*
	Teknologi finansial	.096	.034	.097	2.814	.005*
	Literasi finansial	-.004	.006	-.021	-.634	.526 ^{ts}
	Gaya Hidup	.384	.028	.500	13.745	.000*
	Konformitas Teman	.177	.032	.195	5.477	.000*

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: data primer, diolah 2024

*signifikan pada alpha 0,01

ts artinya tidak signifikan pada alpha 0,05 maupun 0,01

Penggunaan teknologi finansial berupa *e-money*, gaya hidup dan konformitas teman berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan literasi finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai asymtot signifikasi penggunaan teknologi finansial= 0,005, gaya hidup= 0,000, dan konformitas teman= 0,000 < alpha 0,01 sehingga dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada alpha 0,01.

Koefisien beta teknologi finansial= 0,096 mengandung arti bahwa jika penggunaan teknologi finansial meningkat 1% maka perilaku konsumtif akan meningkat 0,096%. Jadi, semakin tinggi penggunaan teknologi finansial, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Meskipun pengaruhnya relatif kecil, arah hubungan ini penting secara sosial-ekonomi karena teknologi finansial melalui *e-wallet*, *paylater*, *mobile banking*, dan *QR payment* telah mengubah proses pengambilan keputusan konsumsi. Transaksi menjadi sangat mudah, cepat, dan hampir

tanpa hambatan psikologis sehingga remaja tidak lagi merasakan “pengorbanan” saat mengeluarkan uang. Dalam ekonomi perilaku, fenomena ini dikenal sebagai *reduced pain of paying*, yaitu berkurangnya rasa kehilangan uang karena pembayaran tidak lagi berbentuk fisik. Akibatnya, remaja cenderung melakukan pembelian impulsif, terutama pada produk fesyen, hiburan digital, dan kebutuhan gaya hidup, meskipun sebenarnya bukan kebutuhan utama.

Beberapa kemungkinan penyebab temuan tersebut dapat dijelaskan dari sisi teknologi maupun karakteristik perkembangan remaja. Pertama, fitur promosi seperti cashback, gratis ongkir, dan diskon pada aplikasi pembayaran digital mendorong persepsi harga lebih murah sehingga meningkatkan frekuensi transaksi. Kedua, kemunculan layanan *buy now pay later* membuat remaja dapat mengonsumsi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial saat ini, karena pembayaran ditunda ke masa depan. Ketiga, integrasi *fintech* dengan media sosial dan *marketplace* memperpendek proses dari melihat produk hingga membeli, sehingga keputusan konsumsi menjadi spontan. Selain itu, pada masa remaja terdapat kebutuhan kuat akan pengakuan sosial; kemudahan pembayaran digital mempermudah mereka mengikuti tren kelompok sebaya tanpa harus menabung terlebih dahulu. Oleh karena itu, teknologi finansial tidak secara langsung menciptakan konsumtivisme, tetapi berperan sebagai katalis yang mempercepat perilaku konsumtif ketika dikombinasikan dengan kontrol diri yang belum matang, pengaruh teman sebaya, serta paparan iklan digital yang intensif.

Koefisien beta dari gaya hidup = 0,384 mengandung arti bahwa jika gaya hidup mewah meningkat 1% maka perilaku konsumtif akan meningkat 0,384%. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif artinya semakin besar gaya hidup mewah, maka semakin besar peningkatan perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa pola konsumsi remaja tidak lagi semata-mata didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan pada orientasi simbolik. Barang yang dibeli bukan hanya karena fungsi, tetapi karena makna sosial seperti status, citra diri, dan penerimaan lingkungan. Dalam perspektif perilaku konsumen, gaya hidup berperan sebagai identitas; remaja menggunakan produk fesyen bermerek, gawai terbaru, kuliner kekinian, maupun hiburan berbayar sebagai sarana mengekspresikan diri. Akibatnya, keputusan konsumsi cenderung mengikuti preferensi gaya hidup daripada pertimbangan manfaat ekonomis.

Beberapa kemungkinan penyebab dapat dijelaskan dari karakteristik sosial dan budaya remaja di era digital. Paparan media sosial yang intensif (Instagram, TikTok, dan YouTube) menampilkan standar kehidupan ideal *traveling*, *outfit of the day*, kafe estetik yang membentuk aspirasi gaya hidup hedonis. Remaja kemudian melakukan perbandingan sosial sehingga muncul dorongan meniru untuk menjaga citra diri di hadapan teman sebaya. Selain itu, influencer dan konten kreator sering mempromosikan produk secara persuasif, membuat konsumsi dipersepsikan sebagai bagian dari gaya hidup modern, bukan sekadar pembelian. Lingkungan pertemanan juga memperkuatnya melalui tekanan sosial halus (*fear of missing out/FOMO*), di mana remaja merasa tertinggal jika tidak mengikuti tren. Oleh karena itu, gaya hidup mewah bukan hanya preferensi pribadi, tetapi merupakan konstruksi sosial yang diperkuat oleh media digital, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta perkembangan psikologis remaja yang masih mencari identitas diri, sehingga secara signifikan mendorong meningkatnya perilaku konsumtif.

Koefisien beta dari konformitas teman = 0,177 mengandung arti bahwa jika konformitas teman meningkat 1% maka perilaku konsumtif meningkat 0,177%. Konformitas teman berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif artinya semakin tinggi tekanan dari kelompok teman sebaya, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif. Hasil ini menegaskan bahwa keputusan konsumsi remaja tidak sepenuhnya bersifat individual dan rasional, melainkan sangat dipengaruhi oleh dinamika kelompok sebaya. Pada masa remaja, penerimaan sosial menjadi kebutuhan psikologis yang penting sehingga individu cenderung menyesuaikan perilaku agar selaras dengan norma kelompok. Produk yang digunakan seperti pakaian bermerek, gadget terbaru, hingga tempat nongkrong berfungsi

sebagai simbol keanggotaan sosial. Dengan demikian, konsumsi tidak hanya memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga kebutuhan akan identitas dan pengakuan dalam kelompok pertemanan.

Beberapa kemungkinan penyebab dapat dijelaskan dari kondisi sosial remaja di era digital. Interaksi pertemanan kini tidak hanya terjadi secara langsung, tetapi juga melalui media sosial dan grup percakapan daring yang memperkuat tekanan sosial. Fenomena *fear of missing out* (FOMO) membuat remaja merasa tertinggal apabila tidak mengikuti tren yang dilakukan teman sebayanya, seperti membeli produk tertentu atau mengikuti aktivitas rekreasi yang sama. Selain itu, rekomendasi teman sering dianggap lebih terpercaya dibanding iklan sehingga mendorong perilaku pembelian bersama (*peer endorsement*). Kurangnya kepercayaan diri, kebutuhan akan penerimaan sosial, serta tahap perkembangan psikologis yang masih mencari jati diri memperbesar kecenderungan meniru perilaku kelompok. Oleh karena itu, konformitas teman berperan sebagai mekanisme sosial yang mempercepat munculnya perilaku konsumtif, terutama ketika didukung oleh kemudahan transaksi digital dan paparan tren yang terus-menerus.

Nilai asymtot signifikasi literasi keuangan= 0,526 > alpha 0,05 maupun alpha 0,01 sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini mendukung temuan sebelumnya bahwa penggunaan teknologi finansial berupa *e-money*, gaya hidup, dan konformitas teman berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Dewi, Herawati, Adiputra, 2021; Afifah dan Yudiantoro, 2022; Pulungan dan Febriaty, 2018; Rahmatika, 2020; Wijenayake *et al.*, 2020). Namun, hasil kajian ini tidak sejalan dengan kajian Afriani dan Yanti (2020) dan kajian Pulungan Febriaty (2018) yang menyatakan bahwa literasi finansial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Dalam penelitian ini, literasi finansial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena literasi finansial yang dikaji dalam penelitian ini masih berada pada tataran pengetahuan dan pemahaman tentang cara mengelola keuangan secara baik dan efisien namun tidak sampai pada tataran penerapan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 4. Nilai R Square Regresi Linear Berganda

Model	R	Model Summary		
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 ^a	.396	.392	2.533

a. Predictors: (Constant), Teknologi Finansial, Literasi Finansial, Konformitas Teman, Gaya Hidup

Sumber: data primer, diolah 2024

Nilai *R square* sebesar 0,396 menunjukkan bahwa kemampuan model penelitian dalam menjelaskan fenomena yang diteliti berada pada kategori sedang, artinya 39,6% perubahan atau variasi perilaku konsumtif remaja dapat diterangkan oleh empat variabel independen, yaitu teknologi finansial, literasi finansial, gaya hidup, dan konformitas teman. Dengan kata lain, ketika keempat faktor tersebut mengalami peningkatan atau perubahan, maka sekitar sepertiga lebih perilaku konsumtif responden ikut berubah mengikuti pengaruhnya. Namun demikian, masih terdapat 60,4% variasi perilaku konsumtif yang tidak mampu dijelaskan oleh model, sehingga kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti kontrol diri, pengaruh keluarga, kondisi ekonomi orang tua, paparan media sosial dan iklan digital, tren budaya populer, kepribadian individu, maupun faktor psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan sosial (*self-esteem*) dan impulsivitas. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena yang kompleks dan multidimensional, sehingga tidak hanya ditentukan oleh faktor ekonomi dan sosial yang diteliti, tetapi juga oleh berbagai aspek psikologis dan lingkungan yang lebih luas.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI PENELITIAN

Simpulan

Penggunaan teknologi finansial berupa *e-money*, gaya hidup, dan konformitas teman berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi penggunaan teknologi finansial berupa *e-money*, semakin mewah gaya hidup, dan semakin tinggi konformitas teman maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif. Literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena pengkajiannya masih pada level pengetahuan dan pemahaman namun tidak sampai pada tataran penerapan dalam kehidupan sehari-hari.

Implikasi Penelitian

Implikasi dari hasil penelitian ini berisi hal-hal yang perlu dilakukan oleh Dinas Pendidikan, Sekolah, dan orang tua. Dinas Pendidikan diharapkan merancang program pembinaan pendidikan dasar tentang penguatan karakter untuk mengendalikan perilaku konsumtif. Program-program pembinaan kepada para remaja perlu diarahkan untuk memasukkan unsur sikap bijak dalam menggunakan *e-money* dan pentingnya bergaya hidup hemat dan sederhana.

Sekolah perlu merancang program pelatihan untuk meningkatkan kontrol diri dan pengendalian perilaku konsumtif remaja. Pelatihan dan penyuluhan tentang pengendalian perilaku konsumtif penting dilakukan agar remaja terbiasa mengendalikan pengeluaran keuangannya sesuai dengan skala prioritas.

Orang tua perlu memastikan uang jajan baik *cash* maupun berupa *e-money* sesuai dengan kebutuhan anak/remajanya agar para remaja terhindar dari perilaku konsumtif. Orang tua sebaiknya mengarahkan anaknya agar berbelanja sesuai kebutuhan dan skala prioritasnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Achtziger, A., Hubert, M., Kenning, P., Rabb, G., dan Reisch, L. (2015). Debt Out of Control: The Links Between Self-Control, Compulsive Buying, and Real Debts. *Journal of Economic Psychology* 49: 141-149, doi: <https://doi.org/10.1016/j.joep.2015.04.003>
- Afifah, N. & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2): 365-375, doi: <https://doi.org/10.37531/yum.v5i2.1669>
- Afriani, S. & Yanti, R. T. (2020). The effect of Financial Literacy on Student Financial Behavior (Case Study of Students of Economic Faculty, University of Dehasen Bengkulu). *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBar)*, 4(4): 1227-1236, doi: <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i4.1496>
- Agarwalla, S. K., K. Barua, S., Jacob, J., dan Varma, J. R.. (2013). Financial Literacy Among Working Young in Urban India. *Working Paper No. 2013-10-02*, Indian Institute of Management Ahmedabad, doi: 10.1016/j.worlddev.2014.10.004
- Atkinson, A. & Messy, F-A. (2012). Measuring Financial Literacy: Results of The OECD/International Network on Financial Education (INFE) Pilot Study. *Working Paper No. 15*, OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions, OECD Publishing, Paris, doi: 10.1787/5k9csfs90fr4-en
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas)*. Indonesia: Jakarta.
- Bank Indonesia. (2009). *Peraturan Nomor 11/12/PBI/2009 pada tanggal 13 April 2009 tentang Uang Elektronik (Electronic Money)*. Jakarta: BI.
- Baudrillard, Jean P. (2013). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Bhabha, J. I., Khan, S., Qureshi, Q. A., Naeem, A., dan Khan, I. (2014). Impact of Financial Literacy on Saving-Investment Behavior of Working Women in the Developing Coun-

- tries. *Research Journal of Finance and Accounting*, 5(13): 118-123, from <https://www.iiste.org/Journals/index.php/RJFA/article/viewFile/14341/14649>
- Bhushan, P., & Medury, Y. (2013). Financial Literacy and Its Determinants. *International Journal of Engineering, Business, and Enterprise Applications*, 4(2): 155-160, doi: [10.4236/ojbm.2023.111015](https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.111015)
- Chen, H. & Volpe, R. P. (1998). An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students. *Financial Services Review*, 7(2): 107-128, doi: [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Chrismastianto, I. A. W. (2017). Analisis SWOT Implementasi Teknologi Finansial Terhadap Kualitas Layanan Perbankan di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 20(1): 133-144, doi: <https://doi.org/10.24914/jeb.v20i1.641>
- Dewi, N., Rusdarti, dan Sunarto, S. (2017). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1): 29-35, diakses dari: <https://journal.unnes.ac.id/sju/jeec/article/view/14618>
- Dewi, L. G. K., Herawati, N. T., & Adiputra, I. M. P. (2021). Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 5(1), Maret 2021: 1-19, doi: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>
- 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): 128-139, from <https://journal.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/7161>
- Fudyartanta, K. (2012). *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fukuyama, M. (2018). Society 5.0: Aiming for a New Human Centered Society. *Japan SPOT-LIGHT*, 47-50, from [https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th Special Article 02.pdf](https://www.jef.or.jp/journal/pdf/220th%20Special%20Article%2002.pdf)
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Mahasiswa/i Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1): 82-98, doi: <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, B. T., Renol H. S., S., & Siagian, L. (2022). Dampak Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1): 135-145, doi: <https://doi.org/10.23887/jjpe.v14i1.46896>
- Haryani, I. & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 11(1): 5-11, doi: <http://dx.doi.org/10.24014/jp.v11i1.1555>
- Hidayat, Z. M. S., & Nurdin. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. *Prosiding Manajemen*, 6(2): 943-949, doi: [10.29313/V6I2.24036](https://doi.org/10.29313/V6I2.24036)
- Jazuli, A., & Setiyani, R. (2021). Antecedent Financial Management Behavior: Financial Literacy Sebagai Intervening. *Economic Education Analysis Journal*, 10(1): 163-176.
- Kumala, I. & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*, 64-69, doi: <https://doi.org/10.30998/semnasristek.v4i1.1118>
- Kumalasari, D. & Soesilo, Y. H. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Modernitas Individu, Uang Saku dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi S1

- Pendidikan Ekonomi Angkatan Tahun 2016 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1): 61-71, from <https://journal2.um.ac.id/index.php/jpe/article/view/6310/3440>
- Kusuma, H., & Asmoro, W. K. (2020). Perkembangan Financial Teknologi (Fintech) Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam. *ISTITHMAR: Journal of Islamic Economic Development*, 4(2): 141-163.
- Liu, F., Yilmazer, T., Loibl, C., & Montalto, C. (2019). Professional Financial Advice, Self control and Saving Behavior. *International Journal of Consumer Studies*, 43(1): 23-34, doi: [10.1111/ijcs.12480](https://doi.org/10.1111/ijcs.12480)
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran Fintech Dalam Meningkatkan Keuangan Inklusif Pada UMKM di Indonesia (Pendekatan Keuangan Syariah). *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1): 1-24, doi: <https://doi.org/10.30651/jms.v3i1.1618>
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3): 138-144, doi: [10.26740/jupe.v9n3.p138-144](https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144)
- OECD. (2012). *OECD/INFE High-Level Principles on National Strategies for Financial Education*. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2016). *PISA 2015 Assessment and Analytical Framework: Science, Reading, Mathematic and Financial Literacy*. Paris: OECD Publishing.
- Pulungan, D. R. & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2 (3): 1-8. Tersedia pada: <https://files01.core.ac.uk/download/pdf/296591597.pdf>.
- Ramadani, L. (2016). Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E- Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Studi Pembangunan*, 8 (1): 1-8, from <https://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5266/1939>.
- Santosa, Singgih. (2018). *Menguasai Statistik Dengan SPSS 25*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Subandowo, M. (2022). Teknologi Pendidikan di Era Society 5.0. *Sagacious Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Sosial*, 9(1): 24-35 from <https://www.scribd.com/document/620428762/1139-Article-Text-1872-1-10-20221022>.
- Sukma, D. (2016). Fintechfest, Mempopulerkan Teknologi Finansial di Indonesia." Arena LTE, from <https://arenalte.com/berita/industri/fintech-di-indonesia/>.
- Susanto, A. S. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle (Gaya Hidup). *Jibeka*, 7 (2): 1-6, from <https://www.scribd.com/document/401862417/Angga-Sandy-Membuat-segmentasi-berdasarkan-Gaya-Hidup-Life-Style-1-pdf>
- Ulayya, S. & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Komsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9 (4): 271-279.
- Umanailo, M. C. B, Nawawi, M, & Pulhehe, S. (2018). Konsumsi Menuju Konstruksi Masyarakat Konsumtif. *Simulacra: Jurnal Sosiologi*, 1(2): 203-211, doi: [10.21107/sml.v1i2.4995](https://doi.org/10.21107/sml.v1i2.4995)
- Wijenayake, S., van Berkel, N, Kostakos, V., & Goncalves, J. (2020). Impact of Contextual and Personal Determinants on Online Social Conformity. *Computers in Human Behavior*, 108 (106302): 1-11, doi: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106302>
- Wulandari, D. & Aulia, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Generasi Z di Kota Padang. *Jurnal Riset Psikologi*, 5(4): 178-186.