



Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Payment, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Endang Kristianing*, Endah Dewi Purnamasari, Budi Setiawan

Fakultas Ekonomi, Prodi Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang

Jl. Jend. Sudirman Km.4 No. 62, 20 Ilir D. IV, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan, Indonesia

Email: ^{1,*}endangkristianing@gmail.com, ²endahdps@uigm.ac.id, ³budi.setiawan@uigm.ac.id

Email Penulis Korespondensi: endangkristianing@gmail.com

Submitted: 22/04/2026; Accepted: 18/05/2026; Published: 19/05/2026

Abstrak—Perkembangan teknologi keuangan dan perubahan gaya hidup di era digital mendorong meningkatnya perilaku konsumtif pada Generasi Z, yang berpotensi menimbulkan masalah keuangan jangka panjang apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei terhadap 145 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan SPSS melalui uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis (uji t dan uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ($p < 0,05$), fintech payment berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0,05$), dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan ($p < 0,05$). Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (uji F, $p < 0,05$). Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi keuangan serta pengendalian penggunaan fintech dan gaya hidup untuk meminimalisir perilaku konsumtif pada Generasi Z.

Kata Kunci: Literasi Keuangan; Fintech Payment; Gaya Hidup; Perilaku Konsumtif; Generasi Z

Abstract—The rapid development of financial technology and lifestyle changes in the digital era have increased consumptive behavior among Generation Z, potentially leading to long-term financial problems if not supported by adequate financial literacy. This study aims to analyze the effect of financial literacy, fintech payment, and lifestyle on the consumptive behavior of Generation Z in Palembang City. This research employs a quantitative method with a survey approach involving 145 respondents selected using purposive sampling techniques. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS, including descriptive statistical analysis, classical assumption tests, and hypothesis testing (t-test and F-test). The results indicate that financial literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior ($p < 0.05$), fintech payment has a positive and significant effect ($p < 0.05$), and lifestyle also has a positive and significant effect ($p < 0.05$). Simultaneously, all variables have a significant effect on consumptive behavior (F-test, $p < 0.05$). These findings highlight the importance of improving financial literacy and controlling fintech usage and lifestyle to reduce consumptive behavior among Generation Z.

Keywords: Financial Literacy; Fintech Payment; Lifestyle; Consumptive Behavior; Generation Z

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah pola konsumsi masyarakat, khususnya melalui kemudahan yang semakin luas dalam mengakses produk dan layanan melalui platform e-commerce. Fenomena yang terlihat adalah kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda Indonesia, terutama Generasi Z. Perilaku konsumtif Generasi Z di Indonesia tampak dalam pembelian impulsif yang didorong oleh emosi, keinginan untuk memperoleh kepuasan instan, serta pengaruh media sosial dan kelompok sebaya. Generasi ini sering kali melakukan pembelian produk secara spontan tanpa pertimbangan rasional, biasanya untuk menyesuaikan diri dengan tren terkini, menampilkan status sosial, dan mengekspresikan identitas pribadi melalui kepemilikan barang tertentu (Fahriansah et al., 2023).

Di Indonesia, perilaku konsumtif tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga pada dinamika perekonomian nasional. Konsumsi rumah tangga menyumbang lebih dari 50 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, yang menunjukkan besarnya peran masyarakat sebagai konsumen dalam perekonomian nasional (Databoks, 2024). Tingginya konsumsi ini juga mengindikasikan adanya potensi masalah dalam pengelolaan keuangan pribadi, khususnya jika konsumsi lebih didorong oleh perilaku konsumtif daripada kebutuhan riil.

Kelompok usia 15–17 tahun memiliki indeks literasi keuangan komposit terendah, yaitu sebesar 51,70 persen, sementara kelompok usia 18–25 tahun mencapai 70,19 persen (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Meskipun kelompok usia yang lebih tua menunjukkan tingkat yang lebih baik, angka tersebut mengindikasikan bahwa sekitar 30 persen Generasi Z usia 18–25 tahun masih memiliki pemahaman yang rendah terkait literasi keuangan. Kepala Eksekutif Pengawas Perilaku Pelaku Usaha Jasa Keuangan, Edukasi, dan Perlindungan Konsumen OJK, Friderica Widayarsi Dewi, menyatakan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang paling berisiko mengalami masalah keuangan karena rendahnya literasi keuangan, namun memiliki literasi digital yang tinggi sehingga mudah mengakses layanan keuangan digital (KumparanBisnis, 2024).

Generasi Z dapat diidentifikasi sebagai kelompok yang paling rentan terhadap kecenderungan perilaku konsumtif. Dengan jumlah populasi mencapai 74,93 juta orang atau sekitar 27,94 persen dari total penduduk Indonesia berdasarkan Sensus Penduduk 2020 (BPS, 2021), generasi ini memiliki pengaruh besar dalam perekonomian. Sekitar 65 persen Generasi Z mengalokasikan pengeluaran terbesar untuk kebutuhan sehari-hari seperti makanan dan internet

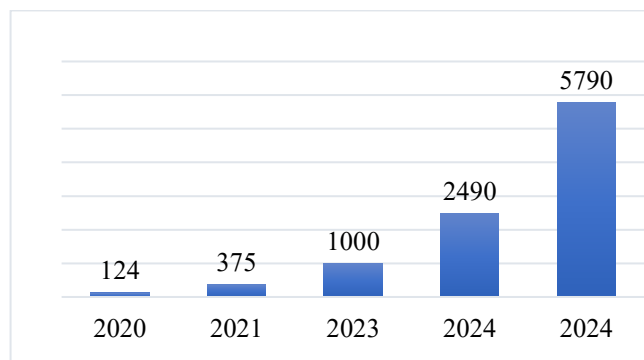


(Jakpat, 2024). Namun, pola pengeluaran tersebut cenderung bersifat konsumtif, di mana keputusan pembelian tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan primer, melainkan juga dipengaruhi oleh dorongan untuk memperoleh kepuasan sesaat atau mengikuti tren yang sedang viral di media sosial (Amelia & Syafrini, 2024). Perilaku konsumtif ini berpotensi menimbulkan berbagai masalah, seperti gaya hidup boros, utang konsumtif yang tidak terkendali, serta rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi (Taqwa Sabilla Syania Yayang & Mukhlis Imam, 2022).

Dalam menghadapi fenomena tersebut, literasi keuangan menjadi aspek penting yang berpotensi membentuk perilaku keuangan Generasi Z. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi perilaku individu dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan untuk mencapai kesejahteraan (Otoritas Jasa Keuangan, 2023). Berdasarkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mencapai 65,43 persen, meningkat dari 49,68 persen pada tahun 2022. Meskipun mengalami peningkatan, angka tersebut menunjukkan bahwa sebagian masyarakat, khususnya generasi muda, masih belum memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang optimal (KumparanBisnis, 2024).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya (Putra & Sinarwati, 2023). Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu merencanakan keuangan, mengambil keputusan investasi secara bijak, serta menghindari utang konsumtif yang tidak produktif (Mujanah et al., 2024).

Selain literasi keuangan, perkembangan teknologi finansial (fintech) juga menjadi faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Inovasi dalam sistem pembayaran digital, seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard), telah membawa perubahan signifikan dalam pola transaksi masyarakat Indonesia sejak diperkenalkan oleh Bank Indonesia pada tahun 2019. QRIS menyatukan berbagai metode pembayaran berbasis kode QR dalam satu standar nasional (Salim & Nofiansyah, 2023).



Gambar 1. Pertumbuhan Transaksi QRIS 2020-2024

Data menunjukkan bahwa transaksi QRIS mengalami peningkatan yang sangat pesat. Pada tahun 2020, jumlah transaksi tercatat sekitar 124 juta, meningkat menjadi 375 juta pada tahun 2021, kemudian mencapai sekitar 1 miliar pada tahun 2022. Peningkatan berlanjut pada tahun 2023 dengan jumlah transaksi sekitar 2,49 miliar, dan mencapai puncaknya pada tahun 2024 sebesar 5,79 miliar transaksi (BI, 2025). Hal ini menunjukkan semakin luasnya adopsi pembayaran digital di masyarakat.

Kemudahan yang ditawarkan oleh QRIS mendorong terbentuknya cashless society, di mana transaksi non-tunai menjadi pilihan utama, khususnya di kalangan generasi muda (Haryati, 2021). Namun, di balik kemudahan tersebut, penggunaan QRIS juga berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif karena konsumen tidak merasakan secara langsung pengeluaran uang (pain of paying) seperti pada transaksi tunai (Yahfi et al., 2025). Selain itu, berbagai promosi seperti cashback, diskon, dan poin reward turut mendorong perilaku konsumtif (Sudiro & Asandimitra, 2022). Di Kota Palembang, digitalisasi sistem pembayaran berkembang pesat dan menjadi indikator transformasi ekonomi lokal. Data dari Bank Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna QRIS di Sumatera Selatan mencapai 1,18 juta dengan 739 ribu merchant, di mana Kota Palembang menyumbang sekitar 63 persen dari total transaksi QRIS di wilayah tersebut (Kominfo.sumselprov, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa Palembang merupakan pusat aktivitas ekonomi digital dengan tingkat adopsi teknologi pembayaran yang tinggi. Selain literasi keuangan dan fintech payment, gaya hidup juga menjadi faktor penting yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan opini (Kotler, P., & Armstrong, 2018). Generasi Z sebagai digital natives memiliki karakteristik yang sangat dekat dengan teknologi. Data BPS (BPS, 2023) menunjukkan bahwa 92,14 persen individu usia 15–24 tahun telah memiliki atau menguasai ponsel.

Berdasarkan penelitian terdahulu, terlihat bahwa perilaku konsumtif Generasi Z masih menjadi topik yang relevan untuk diteliti. Penelitian oleh (Thalita Salsabila et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun belum mengintegrasikan variabel fintech (Siregar et al., 2023) menyoroti pentingnya literasi keuangan digital, tetapi belum mengkaji dampak kemudahan akses fintech



terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, penelitian (Mursalim et al., 2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan, fintech, dan gaya hidup berpengaruh signifikan, tetapi dilakukan pada daerah dengan tingkat digitalisasi rendah.

Perbedaan hasil penelitian juga terlihat pada arah hubungan antarvariabel, seperti pada penelitian (Oktavianda Riyantini Puteri et al., 2023) yang menempatkan perilaku konsumtif sebagai variabel yang memengaruhi penggunaan pembayaran digital. Selain itu, penelitian (Monica, 2025) menggunakan variabel moderasi kontrol diri sehingga hasilnya sulit dibandingkan secara langsung. Ketidak konsistenan temuan tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masih memerlukan kajian lebih lanjut, khususnya pada konteks wilayah dengan tingkat adopsi teknologi dan gaya hidup digital yang tinggi seperti Kota Palembang.

Secara teoritis, penelitian ini mengintegrasikan beberapa pendekatan utama, yaitu teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa keputusan konsumsi dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, Theory of Planned Behavior (TPB) yang menekankan peran sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku dalam membentuk niat konsumsi, serta konsep literasi keuangan yang berperan dalam meningkatkan kemampuan individu dalam pengambilan keputusan keuangan yang rasional. Selain itu, kehadiran fintech payment dipandang sebagai faktor eksternal yang memperkuat kemudahan transaksi (*perceived ease of use*) sehingga dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama ketika dikombinasikan dengan gaya hidup yang berorientasi pada simbol dan pencitraan diri.

Berdasarkan kesenjangan penelitian dan kerangka teoritis tersebut, penelitian ini memberikan kontribusi dengan mengintegrasikan variabel literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup dalam satu model empiris pada konteks Generasi Z di Kota Palembang yang memiliki karakteristik digital native. Penelitian ini tidak hanya menguji hubungan antarvariabel secara parsial dan simultan, tetapi juga memperkuat pemahaman mengenai peran fintech sebagai faktor kontekstual dalam perilaku konsumtif modern. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian serta Populasi dan Sampel

Ruang lingkup penelitian ini melibatkan masyarakat Generasi Z yang berdomisili di Kota Palembang, Sumatera Selatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang. Data penelitian dikumpulkan melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada responden yang memenuhi kriteria yang telah ditentukan (Darimis et al., 2023). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Palembang, Sumatera Selatan dalam rentang waktu empat bulan, yaitu mulai dari September 2025 hingga Desember 2025. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan data berupa angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik untuk memperoleh kesimpulan yang objektif dan terukur.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner. Penggunaan kuesioner memungkinkan peneliti memperoleh data yang relevan secara sistematis dan terstruktur sesuai dengan variabel yang diteliti. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert dengan rentang 1–5. Adapun indikator variabel yang digunakan meliputi: (1) literasi keuangan yang diukur melalui pemahaman pengelolaan keuangan, pengetahuan produk keuangan, kemampuan perencanaan keuangan, dan pengambilan keputusan keuangan; (2) fintech payment yang diukur melalui kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), kecepatan transaksi, keamanan, serta intensitas penggunaan; (3) gaya hidup yang diukur melalui aktivitas, minat, dan opini (AIO); serta (4) perilaku konsumtif yang diukur melalui kecenderungan pembelian impulsif, pembelian berdasarkan keinginan, dan orientasi pada simbol atau status sosial.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Generasi Z yang berdomisili di Kota Palembang. Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, sehingga pada saat penelitian berlangsung berada pada rentang usia 13 sampai 28 tahun. Mengingat jumlah populasi yang besar dan tidak diketahui secara pasti, maka penelitian ini menggunakan konsep populasi tidak terbatas (*infinite population*). Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Responden yang dipilih adalah individu Generasi Z yang berdomisili di Kota Palembang, melakukan transaksi digital payment minimal dua kali dalam satu bulan, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti. Dalam penelitian ini digunakan tingkat kepercayaan 95% dengan nilai Z sebesar 1,96 dan margin of error sebesar 10% (0,1). Penggunaan margin of error 10% dipertimbangkan karena penelitian bersifat eksploratif dengan keterbatasan waktu dan sumber daya, namun tetap mampu memberikan gambaran umum yang representatif terhadap populasi. Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh jumlah minimal sampel sebanyak 96 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk mengantisipasi adanya data yang tidak lengkap atau tidak kembali.



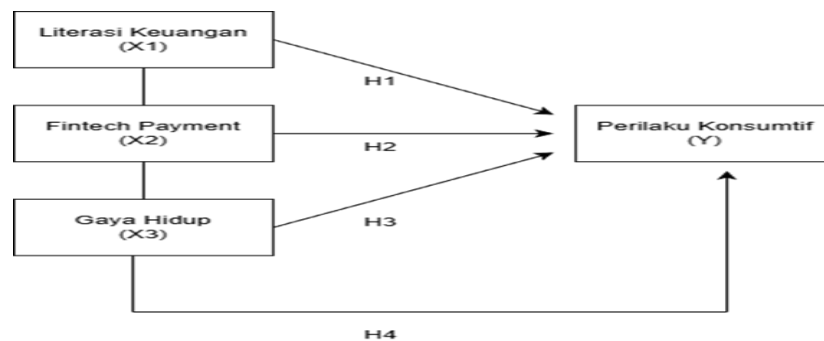
2.2 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini disusun untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, fintech payment berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Selain itu, ketiga variabel independen tersebut secara simultan diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang.

2.3 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup, sedangkan variabel dependen adalah perilaku konsumtif. Hubungan antar variabel tersebut menunjukkan bahwa perubahan pada literasi keuangan, penggunaan fintech payment, dan gaya hidup diduga akan memengaruhi tingkat perilaku konsumtif individu (Gustantio et al., 2024).

Kerangka konseptual penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 yang menggambarkan arah hubungan antar variabel penelitian. Secara naratif, literasi keuangan yang baik diharapkan mampu mengendalikan perilaku konsumtif, sementara kemudahan penggunaan fintech payment serta gaya hidup modern cenderung meningkatkan perilaku konsumtif pada Generasi Z.



Gambar 2. Kerangka Konseptual Penelitian

2.4 Teknik Analisis dan Pengujian

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms. Metode ini dipilih karena efisien dalam menjangkau responden secara luas serta memudahkan proses pengolahan data. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Tahapan analisis dimulai dengan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data, kemudian dilanjutkan dengan uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi syarat analisis. Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon \quad (1)$$

Variabel Y merepresentasikan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Variabel X_1 adalah literasi keuangan, X_2 adalah fintech payment, dan X_3 adalah gaya hidup sebagai variabel independen. Konstanta dilambangkan dengan β_0 , sedangkan β_1 , β_2 , dan β_3 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sementara itu, ε merupakan error term yang menunjukkan adanya faktor lain di luar model penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, serta uji F untuk mengetahui pengaruh secara simultan. Selain itu, dilakukan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dalam model penelitian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengujian

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner secara daring melalui Google Forms kepada masyarakat Generasi Z yang berdomisili di Kota Palembang. Proses pengumpulan data dilakukan pada periode Oktober 2025 hingga Januari 2026 dengan target responden sebanyak 145 orang. Penentuan jumlah sampel



menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 10%, yang menghasilkan jumlah minimal sampel sebesar 96 responden, kemudian ditingkatkan menjadi 145 responden untuk mengantisipasi kuesioner yang tidak lengkap atau tidak memenuhi kriteria. Dari 145 kuesioner yang disebar, seluruhnya kembali dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena telah memenuhi kriteria kelengkapan dan kesesuaian dengan persyaratan responden yang telah ditetapkan.

3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk mengetahui gambaran responden dalam penelitian ini dilihat dari perbedaan jenis kelamin. Informasi mengenai jenis kelamin responden penting untuk melihat komposisi responden yang terlibat dalam penelitian. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Laki laki	61	42.0	42.0	42.0
Perempuan	84	58.0	58.0	58.0
	145	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 1, responden dalam penelitian ini berjumlah 145 orang Generasi Z yang terdiri dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 61 orang (42,0%) dan responden perempuan sebanyak 84 orang (58,0%). Distribusi jenis kelamin ini menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan selisih 16% lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

Dominasi responden perempuan dalam penelitian tentang pengaruh literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang ini sejalan dengan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa perempuan cenderung lebih aktif dalam penggunaan layanan fintech paylater dan memiliki kecenderungan perilaku konsumtif yang lebih tinggi, terutama dalam berbelanja online melalui platform e-commerce (Tasya Zahara et al, 2023). Hal ini juga mengindikasikan bahwa perempuan Generasi Z lebih responsif terhadap survei terkait perilaku konsumsi dan penggunaan teknologi finansial digital.

3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan digunakan untuk mengetahui gambaran responden dalam penelitian ini dilihat dari latar belakang pendidikan yang dimiliki. Tingkat pendidikan responden penting untuk memahami perbedaan tingkat literasi keuangan, pemanfaatan fintech payment, serta pola gaya hidup yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Adapun karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
SMA/Sederajat	48	33.0	33.0	33.0
Diploma	15	10.0	10.0	10.0
Sarjana (S1)	80	56.0	56.0	56.0
Pascasarjana (S2/S3)	2	1.0	1.0	1.0
	145	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 2, karakteristik responden menurut tingkat pendidikan menunjukkan variasi yang beragam. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 80 orang atau 56%, diikuti oleh responden dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat sebanyak 48 orang atau 33%, Diploma sebanyak 15 orang atau 10%, dan tingkat pendidikan Pascasarjana (S2/S3) sebanyak 2 orang atau 1%.

Dominasi responden berpendidikan Sarjana (S1) mengindikasikan bahwa sebagian besar sampel penelitian adalah kalangan mahasiswa atau fresh graduate yang memiliki akses lebih luas terhadap informasi dan teknologi finansial. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi umumnya berkorelasi dengan pemahaman konsep keuangan yang lebih baik, meskipun tidak selalu menjamin perilaku keuangan yang bijak dalam menghadapi kemudahan fintech payment.

Keberadaan responden berpendidikan SMA/ sederajat yang cukup signifikan (33%) menunjukkan bahwa fenomena penggunaan fintech payment dan perilaku konsumtif tidak hanya terjadi di kalangan mahasiswa, tetapi juga pelajar dan pekerja muda dengan penghasilan terbatas. Variasi tingkat pendidikan ini memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang dari berbagai latar belakang pendidikan.

3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan digunakan untuk mengetahui gambaran responden dalam penelitian ini dilihat dari jenis pekerjaan yang dimiliki. Jenis pekerjaan responden penting untuk memahami perbedaan tingkat pendapatan, pola pengeluaran, serta pemanfaatan fintech paylater yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada Tabel 3.



Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
Swasta	32	22.0	22.0	22.0
Wiraswasta	22	16.0	16.0	16.0
PNS	8	6.0	6.0	6.0
Mahasiswa	82	56.0	56.0	56.0
	145	100.0	100.0	

Berdasarkan Tabel 3, karakteristik responden menurut status pekerjaan menunjukkan distribusi yang cukup bervariasi. Mayoritas responden berstatus sebagai mahasiswa dengan jumlah 82 orang atau 56%, diikuti oleh responden yang bekerja di sektor swasta sebanyak 32 orang atau 22%, wiraswasta sebanyak 22 orang atau 16%, dan PNS sebanyak 8 orang atau 6%.

Dominasi responden berstatus mahasiswa (56%) sejalan dengan karakteristik Generasi Z yang sebagian besar masih menempuh pendidikan tinggi. Kelompok mahasiswa umumnya memiliki keterbatasan pendapatan namun tetap aktif dalam transaksi digital dan rentan terhadap perilaku konsumtif, terutama dengan kemudahan akses layanan fintech payment. Keberadaan responden yang sudah bekerja, baik di sektor swasta (22%), wiraswasta (16%), maupun PNS (6%), menunjukkan bahwa penggunaan fintech payment tidak hanya populer di kalangan mahasiswa, tetapi juga di kalangan pekerja muda yang memiliki penghasilan tetap. Kelompok pekerja ini cenderung memiliki kapasitas finansial yang lebih baik, namun menggunakan layanan pembayaran digital sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan konsumsi mereka.

3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan bertujuan untuk mengetahui gambaran responden penelitian berdasarkan tingkat penghasilan. Adapun karakteristik responden berdasarkan penghasilan disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan penghasilan penghasilan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase	Persentase Valid	Persentase Kumulatif
0 - 1.000.000	44	33.0	33.0	33.0
1.000.000 -3.000.000	34	30.0	30.0	30.0
3.000.000 -5.000.000	37	26.0	26.0	26.0
> 5.000.000	16	11.0	11.0	11.0
	145	100.0	100.0	

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 4, karakteristik responden menurut tingkat penghasilan menunjukkan distribusi yang relatif merata di berbagai kategori. Responden dengan penghasilan 0–1.000.000 rupiah per bulan merupakan kelompok terbesar dengan jumlah 44 orang atau 33%, diikuti oleh responden dengan penghasilan 3.000.000–5.000.000rupiah sebanyak 34 orang atau 30%, penghasilan 1.000.000–3.000.000 rupiah sebanyak 37 orang atau 26%, dan penghasilan di atas 5.000.000rupiah sebanyak 16 orang atau 11%.

Dominasi responden dengan penghasilan di bawah 1 juta rupiah (33%) mencerminkan karakteristik Generasi Z yang sebagian besar masih berstatus mahasiswa atau pekerja dengan uang saku atau gaji yang terbatas. Kelompok ini sangat rentan terhadap perilaku konsumtif karena cenderung menggunakan layanan fintech payment untuk memenuhi keinginan konsumsi yang melebihi kapasitas finansial mereka.

Responden yang cukup merata pada kategori penghasilan menengah (1–5 juta rupiah) sebesar 56% menunjukkan bahwa penggunaan fintech payment tidak hanya terbatas pada kelompok berpenghasilan rendah, tetapi juga diminati oleh mereka yang memiliki penghasilan lebih stabil. Sementara itu, keberadaan responden berpenghasilan di atas 5 juta rupiah (11%) mengindikasikan bahwa layanan pembayaran digital tetap menjadi pilihan bahkan bagi kalangan dengan kemampuan finansial yang lebih baik, terutama untuk kemudahan dan fleksibilitas transaksi. Variasi tingkat penghasilan responden memberikan gambaran komprehensif mengenai perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang dari berbagai kondisi ekonomi.

3.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki oleh responden belum mampu mengendalikan perilaku konsumsi mereka secara nyata. Kondisi ini dapat terjadi karena Generasi Z cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti media sosial dan kemudahan teknologi dibandingkan pertimbangan rasional dalam pengelolaan keuangan.

Sebaliknya, fintech payment terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi membuat individu cenderung lebih mudah melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan secara mendalam. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi finansial memiliki dampak besar terhadap pola konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z.



Gaya hidup juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Individu dengan gaya hidup yang tinggi cenderung lebih konsumtif karena adanya dorongan untuk mengikuti tren, menjaga citra diri, dan beradaptasi dengan lingkungan sosial. Gaya hidup menjadi faktor internal yang kuat dalam membentuk perilaku konsumsi.

Secara simultan, ketiga variabel yaitu literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan hasil dari interaksi antara faktor pengetahuan, teknologi, dan preferensi individu. Oleh karena itu, upaya untuk mengurangi perilaku konsumtif perlu dilakukan secara menyeluruh, tidak hanya melalui peningkatan literasi keuangan, tetapi juga pengendalian penggunaan teknologi dan pembentukan gaya hidup yang lebih bijak.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa secara parsial literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Palembang, meskipun tingkat literasi tergolong tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan belum mampu secara langsung mengendalikan perilaku konsumsi karena adanya faktor eksternal yang lebih dominan. Sebaliknya, fintech payment dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang mengindikasikan bahwa kemudahan transaksi digital serta orientasi gaya hidup modern mendorong peningkatan konsumsi, termasuk perilaku impulsif. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan model mampu menjelaskan sebagian variasi perilaku tersebut. Penelitian ini menegaskan bahwa faktor eksternal, khususnya teknologi finansial, memiliki peran lebih dominan dibandingkan literasi keuangan. Namun, penelitian ini terbatas pada wilayah Kota Palembang, jumlah variabel, serta pendekatan kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah, menambahkan variabel seperti kontrol diri dan pengaruh sosial, serta menggunakan metode campuran agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

REFERENCES

- Amelia, R., & Syafrini, D. (2024). Penggunaan Shopee Paylater Di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif*, 7(2), 291–300. <https://doi.org/10.24036/Perspektif.V7i2.757>
- Bi. (2025). Berita Terkini (Siaran Pers). https://www.bi.go.id/Id/Publikasi/Ruang-Media/News-Release/Pages/Sp_2717025.aspx?utm_source=Chatgpt.Com
- Bps. (2021). Hasil Sensus Penduduk 2020. https://demakkab.bps.go.id/Id/News/2021/01/21/67/Hasil-Sensus-Penduduk-2020.html?utm_source=
- Bps. (2023). Proporsi Individu Yang Menguasai/Memiliki Telepon Genggam Menurut Kelompok Umur (Persen). https://www.bps.go.id/assets/statistics-table/2/mtiyimiy/Proporsi-Individu-Yang-Menguasai-Memiliki-Telepon-Genggam-Menurut-Kelompok-Umur.html?utm_source=Chatgpt.Com
- Darimis, D., Ummah Ms, S. S., Salam, A., Nugraha, A. R., & Jamin, N. S. (2023). Edukasi Literasi Digital Era Cybernetics Dalam Meminimalisir Penyalahgunaan Media Sosial Bagi Anak Di Pinggir Kota. *Journal Of Human And Education*, 3(2), 372–379.
- Databoks. (2024). Konsumsi Rumah Tangga Sumbang 54% Pdb Indonesia Kuartal Ii 2024. https://databoks.katadata.co.id/pdb/statistik/66b1e748777e2/konsumsi-rumah-tangga-sumbang-54-pdb-indonesia-kuartal-ii-2024?utm_source=
- Fahriansah, F., Safarida, N., & Midesia, S. (2023). Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior Among Generation Z In Indonesia. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 12(2), 386–421. <https://doi.org/10.22373/Share.V12i2.17453>
- Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, Dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi Terhadap Penggunaan E-Wallet Pada Generasi Z. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(3), 11261–11273. <https://doi.org/10.31004/Innovative.V4i3.11417>
- Haryati, D. (2021). Fenomena Cashless Society Pada Generasi Milenial Dalam Menghadapi Covid-19. *Business Innovation And Entrepreneurship Journal*, 3(1), 32–37. <https://doi.org/10.35899/Biej.V3i1.202>
- Jakpat. (2024). Gen Z Characteristics And Behaviors. <https://insight.jakpat.net/gen-z-characteristics-and-behaviors/>
- Kominfo.Sumselprov. (2025). Cik Ujang Apresiasi Sumsel Jadi Provinsi Kedua Yang Menetapkan Qris Tap Damri. Saturday, 16 August 2025. https://kominfo.sumselprov.go.id/detail-berita/cik-ujang-apresiasi-sumsel-jadi-provinsi-kedua-yang-menerapkan-qris-tap-damri?utm_source=
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *A City In Shame: The Cairene Linguistic Landscape And Cultural Distinction*. <https://open.lib.umn.edu/principlesmarketing/>
- Kumparanbisnis. (2024). Ojk: Literasi Keuangan Gen Z Paling Rendah, Banyak Yang Terjerumus Pinjol. https://kumparan.com/kumparanbisnis/ojk-literasi-keuangan-gen-z-paling-rendah-banyak-yang-terjerumus-pinjol-23fkvesglpb?utm_
- Monica, D. S., Hamidah, & Andy. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Fintech Terhadap Perilaku Konsumtif dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi (Studi Kasus Pengguna E Wallet Generasi Z). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(3). <https://doi.org/10.30651/jms.v10i3.27129>
- Mujanah, S., Yanu, A., & Fianto, A. (2024). Transformasi Manageria Transformasi Manageria. *Journal Of Islamic Education Management*, 4(1), 480–490. <https://doi.org/10.47476/Manageria.V4i1.2293>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan Massaro*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/Massaro.V6i2.4777>



- Muhammad Yahfi, Mohammad Mas'ud said, & Khoiriyah Trianti. (2025). PAIN OF PAYING AS MEDIATION: AN ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF DIGITAL PAYMENTS AND FINANCIAL LITERACY ON STUDENTS' IMPULSE BUYING BEHAVIOR. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 10(1), 117–135. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v10i1.24149>.
- Oktavianda Riyantini Puteri, Purnomo, A., & Nugroho, P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Minat Penggunaan Digital Payment Masyarakat Sumenep. *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.35457/Akuntabilitas.V15i2.3331>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia No. 3 Tahun 2023 Tentang Peningkatan Literasi Dan Inklusi Keuangan Di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen Dan Masyarakat Indonesia. *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan*, 53(9), 3–5. <https://ojk.go.id/Id/Regulasi/Pages/Peningkatan-Literasi-Dan-Inklusi-Keuangan-Di-Sektor-Jasa-Keuangan-Bagi-Konsumen-Dan-Masyarakat.aspx>
- Putra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/Jmpp.V6i2.71877>
- Salim, A., & Nofiansyah, D. (2023). Efficiency Of The Use Of Qris On Increasing Sales At Le Garden Palembang Indah Mall. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 11(1), 54–62. <https://doi.org/10.46899/Jeps.V11i1.415>
- Siregar, A. P., Literasi Keuangan, P., Keamanan, D., Padilah Siregar, A., Dwi Ananda, A., Rananda, C. V., & Azzahra, T. P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Keamanan, Dan Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Minat Investasi Online (Studi Kasus Mahasiswa Tingkat Strata Satu). *Student Research Journal*, 1(3), 393–410.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 160–172.
- Taqwa Sabilla Syania Yayang, & Mukhlis Imam. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(07), 831–840. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/eeb/>
- Thalita Salsabila Et., A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekuivalensi*, 9(2), 306–320. <https://doi.org/10.51158/Gjsa3s13>
- Zahara, T., Kurniawan, B., & Dewi, M. C. (2023). PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE MELALUI FITUR SHOPEE PAYLATER PADA MAHASISWA UNIVERSITAS YUPPEN TEK INDONESIA. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(4), 48–56. <https://doi.org/10.572349/neraca.v1i4.256>