

PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL, STATUS EKONOMI, LITERASI KEUANGAN TERHADAP GAYA HIDUP PADA GENERASI Z DENGAN PRILAKU KONSUMSITIF SEBAGAI VARIABLE MODERASI

Dwi Fitrianti, Febrian Dimas J. Wibowo, Tri Ratnawati, Hwihanus

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

1262300001@surel.untag-sby.ac.id, 1262300038@surel.untag-sby.ac.id,

triratnawati@untag-sby.ac.id, hwihanus@untag-sby.ac.id

Received : Januari 2024, Published Januari 2024

Abstract

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara lingkungan sosial, status ekonomi, literasi keuangan terhadap gaya hidup pada generasi Z dengan perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi di dalam penelitian ini adalah para generasi Z yang ada di Surabaya. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan total sampel 100 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam pengukur Tingkat kepentingan pada masing-masing indikator menggunakan skala likert dengan rentang 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat tidak setuju). Hasil penelitian ini bahwa terdapat pengaruh signifikan lingkungan sosial, status sosial, dan literasi keuangan terhadap gaya hidup pada generasi Z. Kemudian terdapat pengaruh signifikan lingkungan sosial, status sosial, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z. Dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Kata Kunci: Lingkungan Sosial, Status Ekonomi, Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif.

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah menjadi kelompok yang semakin signifikan dalam dinamika sosial ekonomi dunia. Mereka tumbuh dalam era teknologi yang berkembang pesat dan terpapar pada beragam pengaruh lingkungan sosial yang unik. Gaya hidup generasi Z menjadi perhatian penting, dan dalam kaitannya, pengaruh dari lingkungan sosial, status ekonomi, serta literasi keuangan menjadi elemen kunci yang perlu dipahami.

Menurut Kazia Laturette, Luky Patricia Widianingsih, Lucky Subandi (2021) Generasi Z memiliki prinsip YOLO (You only live once) yaitu menikmati hidup saat ini tanpa mengkhawatirkan hidup yang akan datang. Hal ini dapat dilihat dengan pilihan generasi Z untuk liburan dari pada menyisihkan uang untuk masa depan.

Generasi ini sangat gemar melakukan pembelian secara online dan sering berkomunikasi dengan semua kelompok, terutama melalui jaringan sosial seperti Facebook, Twitter, Line, WhatsApp, telegram, Tik-tok, Instagram, Messenger dan lain sebagainya. Sedangkan media sosial banyak digunakan oleh artis, influencer, dan public figure untuk kepentingan pekerjaan, promosi, serta memamerkan gaya hidup yang mewah dan secara tidak langsung ikut mempopulerkan dan mengenalkan produk kepada generasi Z sehingga semakin membuat generasi Z mudah memperoleh informasi mengenai mode gaya yang sedang viral belakangan ini. Hal ini secara langsung akan membentuk kebiasaan generasi Z dalam aspek gaya hidup mulai dari kebutuhan sekunder, primer dan tersier, serta timbulnya rasa gengsi yang tinggi jika tidak ikut membeli dan mengikuti trend. Jika kebutuhan ini bisa dikendalikan, maka akan menimbulkan perilaku konsumsi. Sebaliknya, jika tidak bisa dikendalikan akan menimbulkan perilaku konsumtif.

Faktor yang diduga berdampak pada gaya hidup pertama adalah lingkungan sosial adalah salah satu faktor yang memengaruhi pola perilaku generasi Z. Dalam era digital dan media sosial, mereka terpapar pada beragam informasi, tren, dan citra yang sering kali mempengaruhi pilihan konsumsi dan gaya hidup mereka. Pertanyaan muncul mengenai sejauh mana lingkungan sosial ini memengaruhi keputusan konsumtif generasi Z. Status ekonomi juga memiliki dampak yang signifikan pada gaya hidup generasi Z. Dalam masyarakat yang semakin kompleks dan mahal, status ekonomi keluarga atau individu dapat membatasi atau memfasilitasi pilihan konsumsi, serta membentuk persepsi terhadap kesejahteraan dan kebahagiaan. Literasi keuangan adalah aspek penting yang memengaruhi bagaimana generasi Z mengelola keuangan mereka. Kemampuan mereka untuk memahami, merencanakan, dan mengelola keuangan pribadi mereka akan memengaruhi keputusan konsumsi dan tabiat menabung mereka. Tingkat literasi keuangan generasi Z menjadi elemen utama dalam pemahaman gaya hidup mereka.

Faktor yang diduga berdampak pada gaya hidup yang kedua adalah status ekonomi adalah mampu memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi kaum muda. Lingkungan konsumen seperti tempat tinggal dianggap memiliki pengaruh besar terhadap tindakan pembelian suatu barang atau produk (seperti lingkungan kelas sosialnya) (Suryani, 2013). Tingkat konsumsi seseorang meningkat seiring dengan status sosial ekonominya dikarenakan ketika seseorang dengan pendapatan yang lebih besar, ia akan dapat membeli atau memperoleh apapun yang diinginkannya. Pola konsumsi pada seorang anak akan dipengaruhi oleh besaran yang saku yang diperoleh dari orang tuanya. Seorang anak yang memperoleh uang saku yang lebih besar dari orang tuanya akan memiliki tendensi dalam hal pola konsumsi menjadi lebih tinggi apabila dibandingkan dengan seorang anak yang memperoleh uang saku kecil.

Faktor yang diduga berdampak pada gaya hidup ke tiga adalah literasi keuangan adalah sesuatu yang diperlukan oleh setiap orang agar mampu menerapkan skala prioritas dalam mengelola keuangannya (Santini et al. 2019). Selain itu, para pebisnis juga harus mengetahui hal tersebut. Karena dengan literasi keuangan yang baik, mereka akan mampu mengelola kondisi keuangan bisnisnya dengan baik dan juga benar. Literasi keuangan adalah seperangkat pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat keputusan dan kebijakan yang efektif dengan memanfaatkan seluruh sumber daya keuangan yang dimilikinya (Grohmann 2018). Literasi keuangan yang baik sangat diperlukan untuk mendukung berbagai fungsi ekonomi. Jadi semakin banyak masyarakat yang sadar terkait produk dari jasa keuangan, maka akan semakin meningkat pula transaksi keuangan yang ada, dan akhirnya akan mampu meningkatkan pergerakan roda perekonomian.

Di era serba canggih generasi Z memiliki literasi keuangan yang rendah hal ini dikarenakan kegiatan konsumtif dan kurangnya pengetahuan dalam mengatur keuangan yang tepat. Alhasil hal tersebut mengakibatkan generasi milenial cenderung gagal dalam mengelola keuangannya. Oleh karena itu, diperlukan suatu cara yang dapat mengatur keuangan generasi milenial secara baik dan terarah. Kumalasari dan Soesilo (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang maka akan semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian (Izazi dkk, 2020) berpendapat bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Generasi Z dikatakan akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sehingga generasi milenial sangat diharapkan melengkapi diri dengan pengetahuan keuangan yang baik sebagai modal masa depan. Pemahaman terhadap literasi keuangan sangatlah penting bagi generasi milenial yang lebih dikenal dengan sifat konsumtifnya dan tidak memiliki pengetahuan keuangan yang baik. Berdasarkan hasil survei nasional literasi dan inklusi keuangan oleh otoritas jasa keuangan (OJK) 2019, tingkat literasi keuangan generasi Z sebesar 44,04%. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan generasi Z termasuk dalam tingkat literasi keuangan rendah, karena di bawah 60%. Dan tingkat literasi keuangan yang rendah menunjukkan bahwa pengetahuan akan tabungan dan pinjaman masih kurang memadai (Saraswati and Nugroho 2021).

Dengan pemahaman yang mendalam tentang pengaruh lingkungan sosial, status ekonomi, dan literasi keuangan terhadap gaya hidup generasi Z, serta peran perilaku konsumtif sebagai variabel moderasi, kita dapat mengembangkan strategi pendidikan yang lebih efektif, kebijakan sosial yang relevan, dan rencana bisnis yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan aspirasi generasi Z dalam dunia yang terus berubah.

Dalam dunia yang semakin terhubung dan bergerak cepat, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang membentuk gaya hidup generasi Z. Ini juga dapat membantu perusahaan dan pemerintah untuk mengembangkan pendekatan yang lebih baik dalam berinteraksi dengan generasi Z dalam hal pemasaran, kebijakan, dan layanan. Ketika generasi Z menjadi semakin signifikan dalam dinamika sosial dan ekonomi, penting bagi kita untuk memahami bagaimana mereka mengelola keuangan mereka, memilih produk, dan merencanakan masa depan mereka. Penelitian ini akan memberikan sumbangan berharga untuk literatur akademik dan praktik yang berkaitan dengan generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Lingkungan Sosial

Menurut Sumaatmadja (1988) lingkungan sosial terdiri dari kelompok manusia sendiri. Lingkungan sosial menurut Purwanto ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Setiadi dan Kolip (2022) yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren, dan sebagainya. Jadi lingkungan sosial adalah semua orang dan suasana tempat yang dapat mempengaruhi kita baik secara langsung maupun tidak langsung.

Indikator-indikator lingkungan sosial menurut Dewantara (2010) adalah:

1. Lingkungan keluarga (Meliputi cara orang tua mendidik dan suasana rumah).
2. Lingkungan Sekolah (Meliputi relasi guru dengan siswa dan relasi siswa dengan siswa).
3. Lingkungan masyarakat (Meliputi bentuk kehidupan masyarakat dan teman bergaul).

Status Ekonomi

Status ekonomi digambarkan dengan dibaginya anggotamasyarakat ke dalam perbe-daan tingkat kelas, dan anggota yang relatif sama dari setiap kelas memiliki kesamaan (Suryani, 2013). Status sosial juga dapat ditin-jau dari aspek ekonomi. Dalam halmelakukan pengukuran terhadap status sosial ekonomi orang tua, perlu diketahui tiga kriteria acuan: status pekerjaan, pendapatan, dan kekayaan (Sumarwan, 2015). Selain itu, ketika hendak mengukur status sosial seseorang dalam ke-hidupan bermasyarakat, klasifikasi tertentu biasanya dibuat berdasarkan kekuasaan, pendidi-kan, kekayaan, kedudukan, dan popularitas (Aprilia & Hartoyo, 2014).

Sukanto (2010) mengemukakan bahwa, hal-hal yang dapat mempengaruhi status sosial ekonomi adalah sebagai berikut :

1. Ukuran kekayaan, adalah semakin kaya seseorang maka akan tinggi status seseorang di dalam masyarakat.

2. Ukuran kekuasaan, adalah semakin tinggi dan banyak wewenang seseorang dalam masyarakat, maka semakin tinggi tingkat status ekonomi seseorang tersebut.
3. Ukuran kehormatan, adalah orang yang disegani di masyarakat akan ditempatkan lebih tinggi dari orang lain dalam masyarakat.
4. Ukuran ilmu pengetahuan, adalah ilmu pengetahuan sebagai ukuran dipakai oleh masyarakat yang menghargai ilmu pengetahuan.

Berdasarkan beberapa pendapat dari para ahli di atas, maka indikator status sosial ekonomi dapat dijadikan sebagai ukuran, tingkat pendidikan, tingkat penghasilan, jenis pekerjaan, dan fasilitas yang dimiliki.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk melakukan pengelolaan keuangan mengenai pengetahuan tentang kemampuan dalam mengelola keuangan dan komunikasi tentang berbagai konsep keuangan yang dimana dapat mengambil keputusan dikemudian hari akan dapat menolong untuk meningkatkan kesejahteraan dalam menghadapi permasalahan keuangan pribadi. Literasi keuangan diperlukan dalam kehidupan sehari-hari karena seseorang memerlukan kebutuhan sehari-hari dan bertindak secara rasional (Rahmayanti et al., 2019).

Menurut Oseifuah (2010), ada 3 indikator *Financial Literacy*, antara lain :

- a. *Financial Knowledge* : memiliki pengetahuan mengenai terminologi- terminologi keuangan.
- b. *Financial Attitudes* : ketertarikan atau minat dalam memperbaiki pengetahuan keuangan, merencanakan program keuangan pensiun untuk karyawannya, melaksanakan kebijakan pemerintah dalam hal pajak, menggunakan layanan-layanan jasa perbankan yang berkaitan dengan luar negeri. Misal giro, kliring, L/C, dll.
- c. *Financial Behavior* : berorientasi untuk *spending* dan *saving*, mencatat dan menyimpan catatan keuangan pribadinya, dan merencanakan pembiayaan untuk masa depan, mengelola hutang dan kredit dengantepat sesuai dengan *cash flow* perusahaan.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara seseorang untuk memperlihatkan definisi gaya hidup yang dilakukan untuk mengalokasikan waktu dan membelanjakan uang. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah perilaku seseorang dalam pola kegiatan, minat dan kebiasaan seseorang dalam menggunakan uangnya dan cara memanfaatkan waktu (Pulungan & Febriaty, 2018). Faktor utama yang membentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua kategori: populasi dan psikologi. Faktor demografi misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat pendapatan, dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikologis lebih kompleks karena indikator

penyusunnya adalah karakteristik konsumen. Gaya hidup seseorang itu beragam, hal tersebut menjadi pilihan untuk membagikan pendapatan berdasarkan distribusi yang relatif banyak seperti sebuah layanan dan produk (Visionida, 2021).

Menurut Puranda dan Madiawati (2017:28), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, yaitu :

1. Aktivitas (Activities) yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja.
2. Minat (Interest) faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Pendapat (Opinion) yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, budaya, masa depan, budaya.

Perilaku Konsumtif

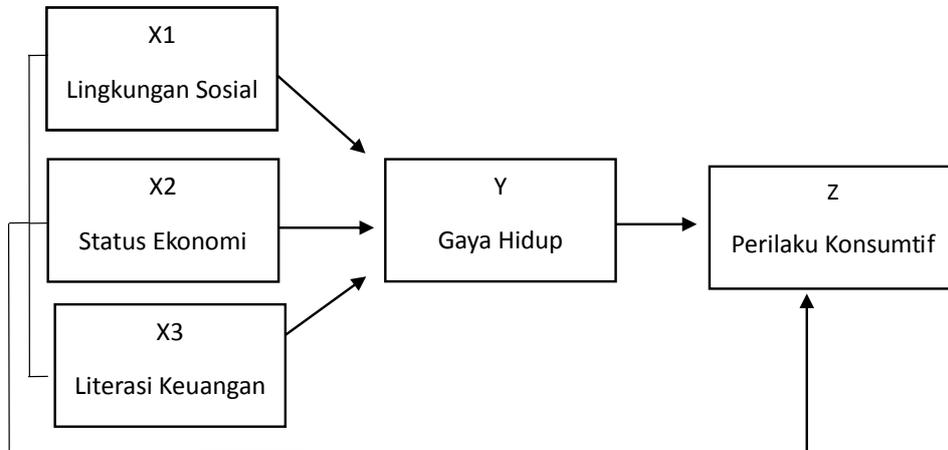
Perilaku konsumtif adalah aktivitas pembelian terhadap suatu produk ataupun barang dengan pemikiran yang irasional dan tanpa berdasarkan kebutuhan (Sumartono, 2002). Seseorang yang melakukan perilaku konsumsi irasional secara berlebihan atau konsumtif akan memiliki kecenderungan dalam melakukan pembelian barang hanya berdasarkan keinginan dan bukan berdasarkan kebutuhan. dijelaskan bahwa tindak perilaku konsumtif merupakan perilaku individu berdasar pada pemikiran tidak rasional namun pada munculnya kecenderungan materialistis, keinginan yang sangat besar untuk mempunyai kepemilikan barang mewah, dan sesuatu yang dipandang paling berharga hanya untuk tujuan pemenuhan keinginan (Wahyudi, 2013). Terdapat berbagai faktor yang memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, yakni: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis (Kotler, 2005).

Indikator perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif menurut Erich Fromm (1987) yaitu:

- a. Pemenuhan keinginan
- b. Barang diluar jangkauan
- c. Barang tidak produktif
- d. Status

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konseptual dalam penelitian ini tersaji dalam gambar berikut:



METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini termasuk dalam penelitian berjenis kuantitatif deskriptif yang berlokasi di Kota Surabaya. Penelitian ini juga menggunakan penelitian yang bersifat causal, dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih melalui pengujian hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah se-luruh anggota Generasi Z yang berdomisili di Kota Surabaya. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel adalah menggunakan metode purposive sampling dengan total sampel 100 responden. Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa kusioner yang dibuat sendiri oleh peneliti. Pengukuran yang digunakan dalam mengukur tingkat kepentingan pada masing-masing indikator menggunakan skala likert dengan rentang 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju). Analisa data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi program SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PERSAMAAN I

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.661	1.661		1.000	.320
	Lingkungan Sosial	.209	.075	.202	2.774	.007
	Status Ekonomi	.427	.089	.416	4.810	.000
	Literasi Keuangan	.499	.130	.323	3.830	.000

a. Dependent Variable: Gaya Hidup

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3$$
$$Y = 1,661 + 0,209 x_1 + 0,427 x_2 + 0,499 x_3$$

Uji F (Simultan)

Tabel Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	428.611	3	142.870	11.829	.000 ^b
	Residual	1159.499	96	12.078		
	Total	1588.110	99			

a. Dependent Variable: Gaya Hidup
b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Status Ekonomi, Lingkungan Sosial

Dari output terlihat bahwa F hitung sebesar 11,829 ($p > 2,699$) dengan tingkat signifikansi/probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel lingkungan sosial, status ekonomi dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap variabel gaya hidup dan berdasarkan nilai tersebut juga disimpulkan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel gaya hidup.

Uji T (Parsial)

Tabel Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.661	1.661		1.000	.320
	Lingkungan Sosial	.209	.075	.202	2.774	.007
	Status Ekonomi	.427	.089	.416	4.810	.000
	Literasi Keuangan	.499	.130	.323	3.830	.000

a. Dependent Variable: Gaya Hidup

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

T tabel untuk two tail test dengan alpha 5% dan $df = 97 (100 - 3)$ adalah sebesar 1,985.

- Variabel lingkungan sosial memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($2.774 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,007 ($p < 0,05$) yang berarti tolak H_0 atau diartikan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, menerima hipotesis 1 (H_1).

- b) Variabel status ekonomi memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel ($4,810 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti tolak H_0 atau diartikan bahwa variabel status sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, menerima hipotesis 2 (H_2).
- c) Variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel ($3,830 > 1,985$) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti tolak H_0 atau diartikan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap gaya hidup, menerima hipotesis 3 (H_3)

PERSAMAAN II

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.738	3.330		.522	.603
	Lingkungan Sosial	.830	.182	.476	4.562	.000
	Status Ekonomi	.585	.098	.584	5.941	.000
	Literasi Keuangan	.445	.092	.471	4.811	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + bx_3$$

$$Y = 1,738 + 0,830 x_1 + 0,585 x_2 + 0,445 x_3$$

Uji F (Simultan)

Tabel Hasil Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	583.260	3	194.420	11.074	.000 ^b
	Residual	1685.490	96	17.557		
	Total	2268.750	99			

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif
 b. Predictors: (Constant), Literasi Keuangan, Status Ekonomi, Lingkungan Sosial

Dari output terlihat bahwa F hitung sebesar 11,074 ($p > 2,699$) dengan tingkat signifikansi/probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel lingkungan sosial, status ekonomi dan literasi keuangan

berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif dan berdasarkan nilai tersebut juga disimpulkan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel perilaku konsumtif.

Uji T (Parsial)

Tabel Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.738	3.330		.522	.603
	Lingkungan Sosial	.830	.182	.476	4.562	.000
	Status Ekonomi	.585	.098	.584	5.941	.000
	Literasi Keuangan	.445	.092	.471	4.811	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

T tabel untuk two tail test dengan alpha 5% dan df = 97 (100 – 3) adalah sebesar 1,985.

- d) Variabel lingkungan sosial memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (4,562 > 1,985) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (p < 0,05) yang berarti tolak H0 atau diartikan bahwa variabel lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, menerima hipotesis 4 (H4).
- e) Variabel status ekonomi memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel (5.941 > 1,985) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (p < 0,05) yang berarti tolak H0 atau diartikan bahwa variabel status sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, menerima hipotesis 5 (H5).
- f) Variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung yang lebih kecil dari t tabel (4.811 > 1,985) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (p < 0,05) yang berarti tolak H0 atau diartikan bahwa variabel literasi keungan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, menerima hipotesis 6 (H6)

PERSAMAAN III

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	-2.098	2.012		-1.043	.300
	Gaya Hidup	.782	.091	.654	8.566	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Berdasarkan tabel diatas didapatkan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$Y = -2,098 + 0,782 x$$

Uji F (Simultan)

Tabel Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	971.399	1	971.399	73.378	.000 ^b
	Residual	1297.351	98	13.238		
	Total	2268.750	99			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup						

Dari output terlihat bahwa F hitung sebesar 73,378 ($p > 2,699$) dengan tingkat signifikansi/probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel perilaku konsumtif

Uji T (Parsial)

Tabel Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.098	2.012		-1.043	.300
	Gaya Hidup	.782	.091	.654	8.566	.000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Berdasarkan tabel hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

T tabel untuk two tail test dengan alpha 5% dan $df = 97 (100 - 3)$ adalah sebesar 1,985.

- g) Variabel gaya hidup memiliki nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel (8,566 > 1,985) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) yang berarti tolak H_0 atau diartikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, menerima hipotesis 7 (H_7).

PEMBAHASAN

H1: Lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga lingkungan sosial dapat mempengaruhi gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup pada generasi Z menandakan ketika status lingkungan sosial meningkat maka gaya hidup pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya. Menurut Sumaatmadja (2000) lingkungan sosial terdiri dari kelompok manusia sendiri. Lingkungan sosial menurut Purwanto (2007) ialah semua orang atau manusia lain yang mempengaruhi kita, baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Setiadi dan Kolip (2011) yang dimaksud dengan lingkungan sosial adalah tempat atau suasana dimana sekelompok orang merasa sebagai anggotanya, seperti lingkungan kerja, lingkungan RT, lingkungan pendidikan, lingkungan pesantren, dan sebagainya. Jadi lingkungan sosial adalah semua orang dan suasana tempat yang dapat mempengaruhi kita baik secara langsung maupun tidak langsung.

Lingkungan sosial adalah lingkungan tempat pergaulan antar satu orang dengan orang lainnya yang terlibat dalam suatu interaksi. Lingkungan sosial juga dapat diartikan sebagai semua lingkungan sosial yang ada pada masyarakat yang terjadi antara konsumen dengan orang di sekelilingnya atau antara banyak orang. Lingkungan sosial adalah orang-orang lain yang berada dalam sekeliling konsumen dan termasuk perilaku dari orang-orang tersebut yang akan mempengaruhi dalam pembelian produk..

H2: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga literasi keuangan dapat mempengaruhi gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup pada generasi Z menandakan ketika literasi keuangan meningkat maka gaya hidup pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya.

Adanya pengaruh literasi keuangan terhadap gaya hidup ini karena semakin bagus literasi keuangan akan membuat responden tahu bagaimana mengalokasikan keuangan, mengetahui cara mendapatkan sumber keuangan dan memilih investasi yang tepat. Literasi financial terjadi dimana seseorang individu yang cakap atau literate adalah seseorang yang memiliki sekumpulan keahlian dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan. Kecakapan merupakan hal penting yang harus dimiliki untuk mencapai tujuan. Sejalan dengan pendapat Sugiharto, dkk (2015) menyatakan status sosial ekonomi orang tua, meliputi tingkat pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua,

penghasilan orang tua. Keluarga yang memiliki status sosial ekonomi kurang mampu, akan cenderung untuk memikirkan bagaimana pemenuhan kebutuhan pokok. Orang dengan tingkat ekonomi rendah akan lebih berkonsentrasi terhadap pemenuhan kebutuhan dasar yang menunjang kehidupannya dan keluarganya. Sebaliknya orang dengan tingkat ekonomi tinggi akan mempunyai kesempatan lebih besar dalam menempuh pendidikan dimana orang dengan tingkat ekonomi tinggi akan lebih mudah menerima informasi sehingga makin banyak pula pengetahuan yang dimiliki sehingga akan memperhatikan kesehatan diri dan keluarga (Notoatmodjo, 2012)

H3: Status ekonomi berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh status ekonomi terhadap gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga status ekonomi dapat mempengaruhi gaya hidup pada generasi Z kota Surabaya. Status ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup pada generasi Z menandakan ketika status ekonomi meningkat maka gaya hidup pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya. Sejalan dengan Lusardi & Mitchaell (2013) literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan yang memiliki tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan juga dapat dipahami sebagai pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan (Akmal dan Yogi, 2016, hlm. 235).

Penulis menyimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan membaca dan mengaplikasikan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial dimasa depan secara cerdas. b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa pada umumnya mempunyai kompetensi untuk melakukan pengelolaan keuangannya sendiri tanpa bantuan dari yang lainnya. Literasi keuangan timbul pada saat individu mempunyai sekumpulan kemahiran dan keahlian yang menyebabkan individu dapat menggunakan sumber daya yang ada agar menggapai tujuan yang diinginkan .

H4: Lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga lingkungan sosial dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Lingkungan sosial memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z menandakan ketika lingkungan sosial meningkat maka perilaku konsumtif pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya. Sejalan dengan pendapat Tjahjono (2000) lingkungan merupakan segala sesuatu disekitar subjek manusia yang terkait dengan aktivitasnya. Elemen lingkungan adalah hal-hal yang terkait tanah, udara, air, sumber daya alam, flora, fauna, manusia, dan hubungan antar faktor-faktor tersebut. Kinerja lingkungan menurut Suratno (2001) dalam Rakhiemah dan Agustia adalah kinerja perusahaan dalam menciptakan lingkungan yang baik atau (green). Dimensi

lingkungan menyangkut keberlanjutan organisasi berdampak pada kehidupan di dalam sistem alam, termasuk ekosistem, tanah, udara dan air.

H5: Status ekonomi berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh status ekonomi terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga status ekonomi dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Status ekonomi memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z menandakan ketika status ekonomi meningkat maka perilaku konsumtif pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya. Sejalan dengan pendapat Sugiharto, dkk (2015) menyatakan status sosial ekonomi orang tua, meliputi tingkat pendidikan orang tua, pekerjaan orang tua, penghasilan orang tua. Keluarga yang memiliki status sosial ekonomi kurang mampu, akan cenderung untuk memikirkan bagaimana pemenuhan kebutuhan pokok. Orang dengan tingkat ekonomi rendah akan lebih berkonsentrasi terhadap pemenuhan kebutuhan dasar yang menunjang kehidupannya dan keluarganya. Sebaliknya orang dengan tingkat ekonomi tinggi akan mempunyai kesempatan lebih besar dalam menempuh pendidikan dimana orang dengan tingkat ekonomi tinggi akan lebih mudah menerima informasi sehingga makin banyak pula pengetahuan yang dimiliki sehingga akan memperhatikan kesehatan diri dan keluarga (Notoatmodjo, 2012)

H6: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z menandakan ketika literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya. Sejalan dengan UUD Keuangan Berdasarkan materi pendukung literasi finansial yang dikeluarkan oleh Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan (2017, hlm. 5) literasi keuangan adalah pengetahuan dan kecakapan untuk mengaplikasikan pemahaman tentang konsep dan risiko, keterampilan agar dapat membuat keputusan yang efektif dalam konteks finansial untuk meningkatkan kesejahteraan finansial, baik individu maupun sosial, dan dapat berpartisipasi dalam lingkungan masyarakat.

Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang pengelolaan keuangan yang dimiliki agar berkembang untuk hidup yang lebih sejahtera di masa depan. Pentingnya literasi keuangan adalah untuk melakukan edukasi di bidang keuangan kepada masyarakat Indonesia agar dapat mengelola keuangan secara cerdas (OJK, 2016).

Menurut Lusardi & Mitchaell (Yushita, 2017, hlm. 13) literasi keuangan dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan yang memiliki tujuan untuk mencapai kesejahteraan. Literasi keuangan juga dapat dipahami sebagai pengetahuan dan kemampuan untuk mengelola keuangan guna meningkatkan kesejahteraan (Akmal dan Yogi, 2016, hlm. 235).

Penulis menyimpulkan bahwa literasi keuangan adalah kemampuan membaca dan mengaplikasikan pengetahuan tentang pengelolaan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan finansial dimasa depan secara cerdas. b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa pada umumnya mempunyai kompetensi untuk melakukan pengelolaan keuangannya sendiri tanpa bantuan dari yang lainnya. Literasi keuangan timbul pada saat individu mempunyai sekumpulan kemahiran dan keahlian yang menyebabkan individu dapat menggunakan sumber daya yang ada agar menggapai tujuan yang diinginkan.

H7: Gaya hidup pada generasi Z berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Sehingga gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z kota Surabaya. Gaya hidup memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z menandakan ketika gaya hidup meningkat maka perilaku konsumtif pada generasi Z meningkat begitu juga sebaliknya.

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, hipotesis penelitian, analisis data, dan pembahasan yang dipaparkan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan penelitian ini sebagai berikut:

1. Variabel lingkungan sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup (Y) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,007 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.
2. Variabel status ekonomi (X2) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup (Y) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.
3. Variabel literasi keuangan (X2) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup (Y) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.
4. Variabel lingkungan sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Z) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.
5. Variabel status sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Z) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima

6. Variabel lingkungan sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Z) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.
7. Variabel gaya hidup (Y) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Z) pada generasi Z, dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 dan terbukti bahwa hipotesis diterima.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian ini maka saran yang dapat diberikan

1. Bagi Instansi Pendidikan Tinggi
Memberikan masukan bagi dunia akademisi khususnya bidang manajemen mengenai pentingnya pemahaman terhadap lingkungan sosial, status ekonomi, literasi keuangan terhadap gaya hidup dan perilaku konsumtif
2. Bagi generasi Z
Diharapkan para Masyarakat generasi Z lebih mengutamakan Pemahaman terkait dengan lingkungan sosial, status ekonomi, literasi keuangan terhadap gaya hidup dan perilaku konsumtif agar lebih bisa menempatkan posisi sehingga menjadi generasi yang hebat
3. Pemerintah
Bagi Pemerintah, diharapkan pemerintah untuk lebih memperhatikan perkembangan global sehingga masyarakat khususnya generasik Z bisa mendapatkan wadah di dunia Pendidikan dan pekerjaan yang cukup baik sehingga bisa membuat negara menjadi lebih maju.

DAFTAR PUSTAKA

- Banaji, Shakuntala, And Ramnath Bhat. 2022. *Social Media And Hate*. Taylor & Francis.
- Santini, Fernando De Oliveira, Wagner Junior Ladeira, Frederike Monika Budiner Mette, And Mateus Canniatti Ponchio. 2019. "The Antecedents And Consequences Of Financial Literacy: A Meta-Analysis." *International Journal Of Bank Marketing* 37(6):1462–79.
- Grohmann, Antonia. 2018. "Financial Literacy And Financial Behavior: Evidence From The Emerging Asian Middle Class." *Pacific-Basin Finance Journal* 48:129–43.
- uryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Saraswati, Ade Maya, And Arif Widodo Nugroho. 2021. "Perencanaan Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Generasi Z Di Masa Pandemi Covid 19 Melalui Penguatan Literasi Keuangan." *Warta Lpm* 24(2):309–18
- Setiadi, Elly M dan Kolip Usman. 2013. *Pengantar Sosiologi Politik*, Jakarta: Pt Kencana Prenadamedia Group.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumaatmadja, Nursid. (2000). *Manusia dalam Konteks Sosial, Budaya dan Lingkungan Hidup*. Bandung: Alfabeta
- Sugihartono, dkk. 2015. *Psikologi Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Kotler, P. (2005). *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi II*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Wahyudi. (2013). *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Sa-marinda Central Plaza*. *Jurnal Sosiologi*, 1(4), 26-36.
- Rahmayanti, W., Sri Nuryani, H., & Salam, A. (2019). Pengaruh Sikap Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.267>
- Suminto, Fahmi, M. F., & Mutafarida, B. (2020). Tingkat Literasi Ekonomi Syariah Mahasiswa Dalam Kegiatan Ekonomi. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, 4(1), 31–44. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v4n1.p31-44>
- Fianto, F., Prismayani, R., Wijaya, N. I., Miftahussururi, Hanifah, N., Nento, M. N., Akbari, Q. S., & Adryansyah, N. (2017). Materi Pendukung Literasi Finansial. *Gerakan Literasi Nasional*, 1–41.
- Purwanto, *Instrumen Penelitian Sosial dan Pendidikan Pengembangan dan pemanfaatan*. Yogyakarta : Pustaka pelajar, 2007 .
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>

- Visionida, J. (2021). Jurnal Visionida, Volume 7 No.2, Desember 2021. 7(2), 96–109 Notoatmodjo . 2012 . Metode Penelitian Kesehatan . Jakarta : Rineka Cipta
- Lusardi., A & Mitchell., O. S. (2013). The Economic Importance Of Financial Literacy: Theory And Evidence. NBER Working Paper No. 18952.
- Tjahjono et all. 2000. Pola Pelestarian Keanekaragaman Hayati Berdasarkan Kearifan Lokal Masyarakat Sekitar Kawasan TNKS di Propinsi Bengkulu dalam Prosiding Hasil Penelitian SRG TNKS . Kehati. Jakarta
- Suratno, A. d. (2001). Manajemen Keuangan, Teori dan Aplikasi. Edisi Keempat, Cetakan Pertama BPFE Yogyakarta
- Agus Sugiarto. 2015. Manajemen Kearsipan Modern dari Konvensional ke Basis Komputer. Yogyakarta: Gava Media