PENGARUH PENGGUNAAN *E- MONEY*, LITERASI KEUANGAN, DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z MASYARAKAT KOTA BATAM

Lola Devita Sari[1)], Hikmah[2)]
[1,2]Manajemen, Universitas Putera Batam
[1,2]Jalan R. Soeprapto Muka Kuning, Kota Batam, 29434
pb210910026@upbatam.ac.id[1)], hikmah@upbatam.ac.id[2)]

Abstract

The advancement of this new technology has made many changes globally in various fields. The development of technology paves the way for people to get information about the products and services they want so that it can influence people's consumption patterns. This study aims to determine the effect of e-money, financial literacy and lifestyle on the consumer behavior of generation Z of Batam City society. The number of respondents used from BPS (Central Statistics Agency) Batam City data is generation Z respondents. The sample used in this study was 100 people obtained using the Slovin formula. This type of research is quantitative with multiple linear regression as an analysis tool and IBM SPSS Statistic 30 as a test tool. The analysis tools used consist of data quality analysis, classical assumption tests, influence tests and hypothesis tests. The results of the t-test of this study indicate a positive and significant influence on the e-money and lifestyle variables on the consumer behavior of generation Z of Batam City society and a negative and significant influence on the financial literacy variable on the consumer behavior of generation Z of Batam City society partially. The results of the f-test show that the e-money, financial literacy and lifestyle variables have a simultaneous influence on the consumer behavior of Generation Z of the Batam City community.

Key Words : Consumer Behavior, E-Money, Financial Literacy, Lifestyle

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi dalam beberapa tahun terakhir telah membuat banyak perubahan secara global dalam berbagai bidang. Secara langsung atau tidak langsung pertumbuhan teknologi yang signifikan telah mempengaruhi seluruh aspek kehidupan. Dominasi teknologi ditandai dengan kehadiran dari inovasi-inovasi yang dibawa oleh teknologi saat ini dapat dirasakan oleh masyarakat secara luas. Inovasi yang hadir telah menjadi pendongkrak pertumbuhan ekonomi diseluruh negara di dunia dan menjadi dasar untuk menemukan kesempatan baru, menunjang produktivitas dan merubah cara manusia dalam berinteraksi.

Berbagai produk dan layanan baru seperti platform digital dan aplikasi *e-commerce* hadir sebagai bentuk dari implementasi kemajuan teknologi dalam sektor ekonomi. Inovasi yang dirasakan saat ini dapat didefenisikan sebagai manfaat positif dari keberadaan teknologi tersebut, meskipun demikian teknologi juga hadir dengan membawa banyak dampak negatif, salah satunya adalah Perilaku konsumtif. Perkembangan teknologi komunikasi dan keuangan membuka akses bagi masyarakat untuk mendapatkan infomasi seputar produk dan layanan yang dinginkan sehingga terpengaruh untuk berPerilaku konsumtif. Ada banyak alasan yang dapat membuat seseorang menjadi konsumtif. Penggunaan *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup bisa menjadi indikator yang mempengaruhinya.

E- money menawarkan banyak manfaat melalui layanan dan fitur-fitur yang sangat menarik, ini yang membuka semakin banyak celah bagi generasi z untuk melakukan pembelian secara konsumtif. Di antara daya tarik utama *e-money* adalah kecepatan, kemudahan penggunaan, dan efektivitasnya. Berbagai transaksi dapat diselesaikan dengan dalam kurun waktu yang cepat tanpa harus membawa uang tunai atau mencari mesin ATM. Kemudahan yang ditawarkan menjadi sangat menarik bagi generasi Z, yang condong menginginkan segala sesuatunya serba instan. Selain itu, ada beberapa layanan menarik, seperti promo, cashback, dan program loyalti yang ditawarkan *e-money.* Fitur-fitur ini semakin memotivasi generasi Z untuk melakukan pembelian lebih banyak, dikarenakan mereka beranggapan akan mendapatkan benefit tambahan setiap kali melakukan transaksi.

Literasi keuangan yang rendah adalah salah satu dampak serius yang mengakibatkan melonjaknya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Banyak individu, khususnya di kalangan generasi z, tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang cara mengelola uang, berinvestasi, atau menabung dengan bijak dan banyak dari mereka condong lebih menekankan pada pembelian jangka pendek daripada melakukan perencanaan keuangan untuk jangka panjang. Keterbatasan dalam memahami pentingnya literasi keuangan membuat generasi z terperangkap dalam siklus pengeluaran yang tidak terencana dan selalu melakukan kegiatan pembelian tanpa ada pengendalian.

Gaya hidup yang dijalankan oleh generasi z membentuk pola hidup yang tidak biasa dan condong mengejar gaya hidup yang serba instan dan selalu berupaya untuk mengikuti trend. Ada fenomena yang tak biasa yang muncul diantara generasi z yaitu trend "FOMO" *(Fear of Missing Out)* yang membuat mereka selalu berasumsi bahwa perlu untuk selalu update dengan produk kekinian mulai dari fashion, kosmetik, sampai dengan gadget. Selain untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri, generasi Z juga terdorong untuk mendapatkan hal-hal tersebut agar dapat diterima oleh orang lain. Tidak jarang rasa percaya diri ditunjukkan melalui barang yang dipakai, gaya hidup yang seperti ini mengantar kan mereka pada perilaku konsumtif. Peneliti telah melakukan pra survei terkait dengan variable gaya hidup.

Bersumber dari studi yang telah dilakukan oleh (Dewi et al., 2021) yang berjudul "Penggunaan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri" menunjukkan hubungan antara penggunaan *e-money* dan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif akan muncul akibat penggunaan e-money yang tidak diimbangi dengan pengendalian diri. Disamping itu penelitian yang dilakukan oleh (Dwi Ambarsari & Asandimitra, 2023) dengan judul "Pengaruh Financial Literacy, lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-pop" juga meneskan bahwasanya penggunaan e-money yang tidak terkontrol dengan baik mendorong untuk melakukan perilaku konsumtif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Agasi & Aryani, 2024) yang berjudul "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, *E-Money* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millenial dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi" pada penelitian ini ditegaskan bahwa ada hubungan yang saling terkait antara literasi keuangan dengan perilaku konsumtif. Literasi keuangan yang rendah akan meningkatkan kemungkinan seseorang untuk berperilaku konsumtif dan sebaliknya semakin tinggi literasi keuangan maka akan semakin rendah untuk berperilaku konsumtif. Disamping itu penelitian yang dilakukan oleh (Sudiro & Asandimitra, 2022) dengan judul "Pengaruh *Financial Literacy*, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial" sependapat bahwasanya literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku komsuntif.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Asrun & Gunawan, 2024) yang berjudul "Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening" penelitian ini menjelaskan adanya korelasi antara gaya hidup yang dijalani oleh generasi Z dengan perilaku konsumtif. Individu yang lebih condong untuk membeli suatu produk dengan alasan tren atau untuk mendapatkan pengakuan sosial dapat menjadi faktor utama timbulnya perilaku konsumtif. Disamping itu penelitian yang dilakukan oleh (Munandar et al., 2024) setuju bahwa gaya hidup dapat menjadi pendorong utama terbentuknya perilaku konsumtif.

Kerangka Pikir

Pengaruh *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Uang elektronik (juga dikenal sebagai *e-money*) direpresentasikan sebagai nilai uang di media dan dicapai dengan menyetorkan jumIah uang kepada penerbit terlebih dahulu, baik secara langsung atau melalui agen penerbit, atau dengan mendebit bank akun. Kemunculan *e-money* banyak memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan perekonomian dan transaksi jual beli. Masyarakat menginginkan instrumen keuangan yang mudah dan cepat agar bisa melakukan berbagai transaksi dan *e- money* hadir sebagai jawabannya. Transaksi dengan menggunakann e-money menawarkan keamanan yang lebih baik, murah dan praktis jika dibandingkan dengan uang tunai. Namun, tanpa pengendalian yang tepat uang elektronik dapat meningkatkan suatu tindakan perilaku konsumtif sehingga menyebabkan pengeluaran mereka semakin meningkat. Penelitian yang dilakukan oleh (Nainggolan, 2022) menjelaskan bahwa e-money memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

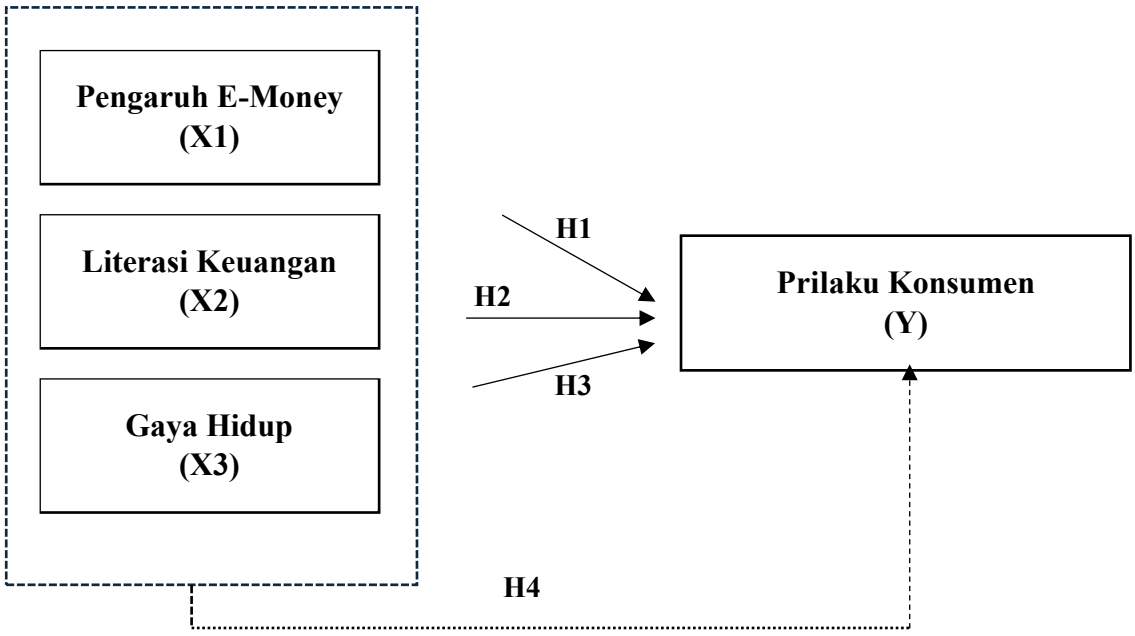
Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan dapat dijabarkan sebagai derajat pengetahuan *(knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan yang diperlukan mencapai kemakmuran, pengambilan keputusan dan pengelolaan uang harus

dilakukan dengan kualitas yang lebih tinggi. kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan sangatlah krusial, mengingat pengelolaan keuangan merupakan aspek yang harus dihadapi setiap individu dalam kehidupan mereka sehari-hari, karena itulah literasi keuangan itu menjadi sangat penting. Literasi keuangan yang rendah dapat mendorong seseorang untuk berprilaku konsumtif dikarenakan sedikitnya pengetahuan tentang tata cara mengelola keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh (Anjarwati et al., 2023) menjelaskan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya hidup di identifikasikan berdasarkan cara pandang individu yang di representasikan melalui aktivitas dan minat yang dipilih, seperti hobi dan pekerjaan. Aktivitas inilah yang membentuk opini individu dalam menghadapi masalah sosial yang berada di masyarakat. Setelah memasuki era digital dan modern masyarakat mayoritas melakukan kegiatan jual beli secara digital. Dengan perubahan ini masyarakat dapat memenuhi berbagai kebutuhan dan keinginan dengan praktis, cepat dan aman dengan meggunakankan berbagai platform digital yang telah tersedia. Pada kenyataannya gaya hidup dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan membeli produk dan jasa yang bisa saja berakhir pada perilaku konsumtif. Bersumber dari hasil studi yang telah dilakukan oleh (Cahyaningtyas & Gufron, 2023) menjelaskan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.



Gambar 1. Kerangka Pikir

Sumber: Data Penelitian 2025

Berdasarkan teori dan kerangka konseptual yang ada, maka hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut:

H1: *E-Money* berpengaruh signifikan dan positf secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat Kota Batam.

H2: Literasi keuangan berpengaruh signifikan dan positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat Kota Batam.

H3: Gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif secara parsial sterhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat Kota Batam.

H4: *E-Money*, literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif generasi Z masyarakat Kota Batam.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel e-money, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif, sehingga penelitian ini termasuk replikasi pengembangan, yang berarti penelitian dilakukan dengan mengadopsi variabel dan menggunakan alat analisis yang sama seperti peneliti sebelumnya. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Kota Batam pada Kecamatan Batu Ampar. Dalam pengambilan sampel digunakan teknik *purposive sampling.* Persyaratan khusus untuk penelitian ini adalah generasi Z yang rentang usianya dari 20-29 tahun yang tinggal di Kecamatan Batu Ampar, Kota Batam, dan pernah menggunakan *e-money.* Kuesioner terdiri dari pernyataan yang disusun berdasarkan indikator dari variabel yang digunakan dengan memakai *skala likert* 1 sampai 5. Jumlah responden yang digunakan adalah 100 orang yang dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan program IBM SPSS versi 30.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah generasi Z yang berdomisili di Kecamatan BatuAmpar dengan usia dari rentang 20-29 tahun. Teknik pengumpulan sampel menggunakan rumus *Slovin*. pada pelitian ini peneliti mengumpulakan data populasi dengan sejumlah 11.147. Dengan menggunakan metode *purposive sampling.* Jumlah Populasi penelitian sebanyak 11.147 jiwa, dengan begitu presentasi kelonggaran yang dapat digunakan adalah sebesar 10%. Untuk mengetahui jumlah sampel pada penelitian ini, dapat dihitung dengan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{11.147}{1 + 11.147(0{,}1)^2}$$

$$n = \frac{11.147}{1 + 11.147(0{,}01)}$$

$$n = \frac{11.147}{112{,}47}$$

$$n = 99{,}11$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan jumlah sampel yang didapatkan adalah 99,11. Dengan pembulatan yang dilakukan maka sampel pada penelitian ini adalaah sebanyak 100 orang. Jadi sampel pada penelitian ini adalah 100 orang generasi z yang tinggal di Kecamatan Batu Ampar.

Operasional Variabel Penelitian

Variabel Independen

Menurut Sugiyono dalam (Suwarsa & Hasibuan, 2021)Variabel yang dapat mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya. variabel dependen (Terikat) biasa disebut dengan variabel independent. Pada penelitian ini menggunakan variabel *e- money* (X1), literasi keuangan (X2) dan gaya hidup (X3).

1. *E-money*

   E-money menurut (Dwi Susanti et al., 2021) *e-money*, merupakan alat dalam sistem pembayaran modern yang berbasis digital dan menjadi salah satu teknologi pada bidang *fintech* yang sangat cepat dan mudah digunakan. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh (Nazar et al., 2023) *e-money* adalah sejumlah nilai uang yang disimpan dalam alat yang dapat digunakan untuk membayar kepada pihak selain penerbit uang tanpa menghubungkan transaksi ke rekening bank. *E-money is a legitimate and authorized non-cash or non-cash payment mechanism in which the issuer receives and electronically stores the value of the money in advance* (Harsono, 2023). Indikator yang digunakan sebagai berikut:

   1. Manfaat dan Keuntungan
   2. Kemudahan
   3. Kepercayaan

2. Literasi Keuangan

   Literasi keuangan menurut (Laturette et al., 2021) literasi keuangan merupakan pengetahuan tentang keuangan, mempunyai kesesuaian secara menerus akan keuangan, dan mampu untuk mengendalikan keuangan pribadi, menerangkan secara rinci kendala yang dihadapi pada keuangan pribadi. Kesanggupan untuk mengontrol

keuangan secara efektif dan efisien menjadi sangat penting, untuk semua pihak yang diberikan wewenang untuk mengatur persoalan keuangan dalam kehidupan, organisasi dan perusahaan (Atikah & Kurniawan, 2021). Literasi keuangan adalah wawasan dan gambaran mengenai perencanaan keuangan dan kemungkinan risiko, dorongan serta keyakinan untuk memakai informasi tersebut untuk mengambil keputusan yang efektif disemua bentuk *financial* dengan tujuan untuk mencapai kesejahteraan dan ikut berkontribusi dalam kehidupan perekonomian (Adiyanto & Purnomo, 2021). Indikator yang digunakan sebagai berikut:

1. Pengetahuan tentang konsep keuangan
2. Kemampuan untuk berkomunikasi tentang konsep keuangan
3. Kemampuan mengelola keuangan pribadi
4. Kemampuan dalam membuat keputusan keuangan
5. Keyakinan untuk membuat perencanaan keuangan masa depan

3. Gaya Hidup

Gaya hidup menurut (Anggraini & Hastuti, 2023) Hobi, minat, dan sikap seseorang dalam membelanjakan uang dan mengatur waktu adalah gaya hidup. Menurut (Abdullah & Suja'i, 2022). Salah satu faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen adalah gaya hidup, yang mencerminkan keberadaan seseorang di lingkungan sekitarnya (Rahmita, 2023). Indikator yang digunakan sebagai berikut:

1. *Activities* (kegiatan)
2. *Interest* (minat)
3. *Opinion* (opini)

Variabel Dependen

Menurut Sugiyono dalam (Suwarsa & Hasibuan, 2021)Variabel terikat yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas biasa disebut variabel dependen. dalam penelitian. ini menggunakan variabel dependen perilaku konsumtif (Y).

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut (Umami & Maryani, 2023) Kecenderungan manusia untuk terlibat dalam perilaku konsumsi tanpa batas, seperti melakukan pembelian yang impulsif dan boros, dikenal sebagai perilaku konsumtif. (Anggraini & Hastuti, 2023) Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk berpartisipasi dalam perilaku konsumsi tanpa batas, seperti pembelian yang impulsif dan mewah. (Vebiyanti & Hadi, 2022) Mengkonsumsi komoditas untuk memuaskan keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan dikenal sebagai perilaku konsumtif. Indikator yang digunakan sebagai berikut:

1. Mengkonsumsi barang berdasarkan hadiah yang ditawarkan.
2. Mengkonsumsi barang berdasarkan kemasannya yang menarik.
3. Mengkonsumsi barang hanya ingin menjaga gengsi.
4. Mengkonsumsi barang berdasarkan harganya.
5. Mengkonsumsi barang hanya ingin terlihat berstatus sosial tinggi.
6. Mengkonsumsi barang berdasarkan tokoh idola yang mengiklankan.
7. Adanya pola pikir jika mengkonsumsi barang yang harganya mahal menjadikan rasa percaya diri naik
8. Mengkonsumsi barang dalam jumlah banyak dengan berbagai merek namun satu model

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang diimplementasikan pada penelitian ini terdiri dari uji validitas untuk mengetahui ketepatan instrumen yang digunakan dalam penelitian, uji reliabilitas untuk mengukur konsistensi dari instrumen. Berikutnya, uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dipakai berdistribusi normal atau tidak dan uji multikolinearitas untuk mengetahui hubungan yang sempurna atau mendekati linier antara variabel bebas dari suatu model regresi. Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat adanya perbedaan variance residual yang terjadi dalam suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. Uji regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel bebas dengan variabel dependen. Uji kofisien determinasi untuk mengetahui jumlah presentasi pemberian pengaruh variabel bebas dalam model regresi secara serentak atau bersamaan. Uji t untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial (individual) kepada variasi variabel dependen. Uji f untuk seberapa besar pengaruh dari selirih variabel

independen terhadap variabel dependen secara bersama. Syarat dari analisis regresi linear berganda harus dipenuhi, sebagimana yang telah dirumuskan dan dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan:

Y	: Variabel perilaku konsumtif
X1	: Variabel *e-money*
X2	: Variabel literasi keuangan
X3	: Variabel gaya hidup
α	: Konstanta
b1-b2-b3	: Koefisien regresi
e	: *error*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Penyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,695	0,1966	VALID
X1.2	0,715		
X1.3	0,706		
X1.4	0,570		
X1.5	0,634		
X1.6	0,666		
X2.1	0,539		
X2.2	0,566		
X2.3	0,614		
X2.4	0,712		
X2.5	0,616		
X2.6	0,60		
X2.7	0,761		
X2.8	0,622		
X2.9	0,556		
X2.10	0,520		
X3.1	0,753		
X3.2	0,783		
X3.3	0,783		
X3.4	0,785		
X3.5	0,699		
X3.6	0,677		
Y1	0,545		
Y2	0,458		
Y3	0,689		
Y4	0,557		
Y5	0,669		
Y6	0,714		
Y7	0,686		
Y8	0,593		

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Sesuai dengan tabel 1 yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya uji validitas yang telah dilakukan pada setiap pernyataan pada keseluruhan variabel dinyatakan valid karena r hitung lebih besar daripada 0,1966. Dengan demikian seluruh pernyataan pada variabel tersebut dianggap sah dan dapat dipakai pada penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Pengukuran data menggunakan uji reliabilitas dilakukan untuk memperhitungkan tingkat konsistensi dari setiap pernyataan yang digunakan pada penelitian ini. Uji reliabilitas pada penelitian ini memiliki syarat yaitu *Cronbach Alpha* r hitung harus lebih besar dari 0,6 maka data tersebut dapat dikatakan reliabel dan sebaliknya jika *Cronbach Alpha* r hitung lebih kecil dari 0,6 maka data tersebut dikatakan tidak reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach'Alpha*	*N of Item*	Keterangan
E-Money (X1)	0,744	6	Reliabel
Literasi Keuangan (X2)	0,823	10	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0,637	6	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,775	8	Reliabel

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Sesuai dengan tabel 2 yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya uji reliabilitas yang telah dilakukan pada setiap pernyataan pada variabel penelitian ini dinyatakan reliabel karena *Cronbach Alpha* r hitung lebih besar daripada 0,6. Dengan demikian seluruh pernyataan pada semua variabel pada penelitian ini dapat dipercaya dan diandalkan dengan semestinya.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dapat digunakan untuk memastikan bahwasanya data yang digunakan pada penelitian adalah data yang terdistribusi secara normal. Pengolahan data telah dilakukan dan hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	*Mean*	0.0000000
	Std. Deviation	4.81784204
Most Extreme Differences	*Absolute*	0.048
	Positive	0.039
	Negative	-0.048
Test Statistic		0.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada tabel 3 yang telah dipaparkan diatas, dapat dikatakan bahwasanya data yang digunakan pada penelitian ini adalah data yang terdistribusi secara normal sebab hasil dari uji normalitas berdasarkan *Kolmogorov Smirnov* menunjukan hasil dari *Asymp. Sig. (2-tailed)* berada diangka 0,200, hasil tersebut lebih besar dari signifikansi 0,05.

Uji Multikolinearitas

Pengukuran data menggunakan uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui hubungan antara satu atau lebih variabel independen dalam penelitian. Apabila jumlah variabel independen dalam suatu penelitian lebih dari satu maka peneliti perlu melakukan uji multikoloniearitas. Metode yang paling sering digunakan untuk menguji adanya gejala multikoloniearitas yaitu dengan cara dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) atau nilai *tolerance* karena cara tersebut dinilai paling mudah.

Tabel 4. Uji Multikoloniearitas

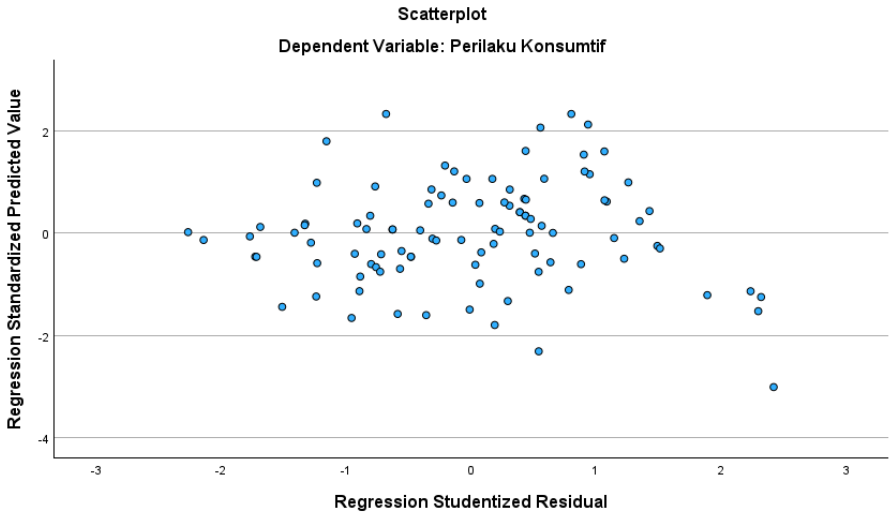
Coefficients[a]			
Model		***Collinearity Statistics***	
		Tolerance	***VIF***
1	(*Constant*)		
	E-money	0.794	1.159
	Literasi Keuangan	0.883	1.133
	Gaya Hidup	0.812	1.231
a. *Dependent Variable*: Perilaku Konsumtif			

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada tabel 4. yang telah dipaparkan diatas, dapat diamati bahwasanya temuan mengungkapkan besaran pada nilai *tolerance* dari seluruh variabel independent memiliki nilai lebih besar dari 0,10. Selain itu, besaran pada nilai VIF lebih kecil dari 10,00. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat kemungkinan terjadinya multikolinieritas pada semua variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Uji Heteroskedasitas

Pengukuran data untuk menguji dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. *Scatterplot* dapat digunakan untuk pengujian Heteroskedastisitas dalam penelitian. Setelah penhgolahan data, hasil pengujian heteroskedastisitas ditemukan sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada Gambar 2 dapat diamati titik titik dalam hasil uji tersebut tidak membentuk pola yang jelas serta tidak teroganisir, apabila muncul gejala yang berkebalikan dari penjelasan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa ada masalah pada heteroskedastisitas pada data yang dipakai. Kemudian titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain menggunakan *scatterplot,* uji heteroskdastisitas juga dapat diuji dengan melalui metode glejser seperti dibawah ini:

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Coefficients[a]						
Model		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Error**	**Beta**		
1	(Constant)	8.144	3.002		2.712	0.008
	E-Money	-0.140	0.095	-0.164	-1.471	0.145
	Literasi Keuangan	0.030	0.047	0.067	0.631	0.530
	Gaya Hidup	-0.057	0.084	-0.075	-0.684	0.496
a. Dependent Variable: Abs Res						

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada tabel 5 yang telah dipaparkan diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya pada penelitian ini tidak ditemukan gejala-gejala heteroskedastisitas dikarenakan nilai *Sig* untuk seluruh variabel memiliki angka lebih besar dari 0,05.

Uji Pengaruh

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diterapkan dalam penelitian ini disebabkan karena variabel independen atau variabel bebas lebih dari satu. Pada penelitian ini menggunakan 3 variabel independen yang terdiri dari e-money, literasi keuangan dan gaya hidup. Pengolahan data telah dilakukan dan hasil telah didapatkan sebagai berikut:

Tabel 6 . Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	***t***	***Sig.***
		B	***Std. Error***	***Beta***		
1	(*Constant*)	13.309	5.293		2.514	0.014
	E-Money	0.409	0.168	0.232	2.431	0.017
	Literasi Keuangan	- 0.220	0.083	- 0.240	- 2.645	0.010
	Gaya Hidup	0.420	0.147	- 0.269	2.489	0.005
a. *Dependent Variable*: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada tabel 6 yang telah dipaparkan diatas, dari uji analisis regresi berganda dapat ditarik kesimpulan bahwa hasil pengolahan data menjelaskan persamaan Y = 17,486 + 0,409X1 + (-0,220X2) + 0,420X3. Penjelasan untuk persamaan tersebut yaitu:

1. Konstanta (α) dengan nilai sebesar 13,309. Nilai tersebut tersebut menjelaskan bahwasanya apabila e-money (X1), literasi keuangan (X2) dan gaya hidup (X3) tidak ada perubahan atau semuanya dianggap 0 maka perilaku konsumtif (Y) bernilai 13,309 .
2. Pada variabel *e-money* (X1), mendapatkan nilai sebesar 0,409, yang artinya besaran dari angka tersebut menjelaskan apabila ada sebesar 1 satuan yang meningkat pada variabel *e-money* maka dengan begitu akan ada peningkatan pada variabel perilaku konsumtif sebanyak 40,9%.
3. Pada variabel literasi keuangan (X2), mendapatkan nilai sebesar -0,220, yang artinya besaran dari angka tersebut menjelaskan apabila ada sebesar 1 satuan yang meningkat pada variabel literasi keuangan maka dengan begitu akan ada peniurunan pada variabel perilaku konsumtif sebanyak 22%.
4. Pada variabel gaya hidup (X3), mendapatkan nilai sebesar 0,420, yang artinya besaran dari angka tersebut menjelaskan apabila ada sebesar 1 satuan yang meningkat pada variabel gaya hidup maka dengan begitu akan ada peningkatan pada variabel perilaku konsumtif sebanyak 42%.

Analisis Koefisien Determinan (R^2)

Analisis koefisien determinan memiliki tujuan untuk memperhitungkan seberapa besar pengaruh variabel independen atau variabel bebas secara simultan dan menerangkan kontribusi variasi terhadap variabel dependen.

Analisis koefisien determinan dapat diamati berdasarkan nilai *R-square* (R2) pada tabel model summary. Pengolahan data telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Analisis Koefesien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]				
Model	***R***	***R Square***	***Adjusted R Square***	***Std. Error of the Estimate***
1	.551[a]	.303	.281	4.893
a. *Predictors: (Constant)*, Gaya Hidup, *E-Money,* Literasi Keuangan				
b. *Dependent Variable*: Perilaku Konsumtif				

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS *Statistic* 30 (2025)

Pada tabel 7 yang telah dipaparkan diatas, hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan, didapatkan hasil dari *Adjusted R Square* sebesar 281 yang memiliki persentase sebesar 28,1%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebesar 28,1% variasi pada variabel perilaku konsumtif (Y) mampu dijabarkan oleh variabel *e-money* (X1), literasi keuangan (X2) dan gaya hidup (X3). Sisanya, sebesar 71,9%, dijabarkan oleh variabel lain selain dari variabel independen pada penelitian ini. Dari hasil tersebut dapat dipahami bahwa masih ada variabel yang lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif diluar dari variabel yang ada pada penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menguji hubungan secara parsial mengenai pengaruh dari masing-masing variabel *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif. Dalam proses untuk menemukan hasilnya maka cara yang dilakukan adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Untuk menentukan besaran dari t tabel maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

T tabel = t (α/2 ; n-k-1)
= t (0,05/2 ; 100-3-1)
= t (0,025 ; 96)
= 1.984

Tabel 8. Uji T

Coefficients[a]						
Model		***Unstandardized Coefficients***		***Standardized Coefficients***	***t***	***Sig.***
		B	***Std. Error***	***Beta***		
1	(*Constant*)	13.309	5.293		2.514	0.014
	E-Money	0.409	0.168	0.232	2.431	0.017
	Literasi Keuangan	- 0.220	0.083	- 0.240	- 2.645	0.010
	Gaya Hidup	0.420	0.147	- 0.269	2.489	0.005
a. *Dependent Variable*: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS Statistic 26 (2025)

Pada tabel 8 yang telah dipaparkan diatas, dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *e-money* didapatkan hasil untuk t hitung sebesar 2,431, yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.017 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa H1 diterima atau dapat dikatakan variabel *e-money* berpengaruh positif dan memiliki hubungan parsial dengan perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam.
2. Variabel literasi keuangan didapatkan hasil untuk t hitung sebesar -2.645, yang lebih kecil dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.010 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa H2 ditolak atau dapat dikatakan variabel literasi keuangan berpengaruh negatif dan memiliki hubungan parsial dengan perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam.
3. Variabel gaya hidup didapatkan hasil untuk t hitung sebesar 2,489, yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.005 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa H3 diterima atau dapat dikatakan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan memiliki hubungan parsial dengan perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji t dilakukan untuk menguji hubungan secara simultan mengenai pengaruh dari variabel *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup terhadap variabel perilaku konsumtif. Dalam proses untuk menemukan hasilnya maka cara yang dilakukan adalah dengan membandingkan f hitung dengan f tabel. Untuk menentukan besaran dari f tabel maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

F tabel = F (k ; n-k)
= F (3 ; 100-3)
= F (3; 97)
= 2,70

Tabel 9. Uji F

ANOVA[a]						
Model		***Sum of Squares***	***Df***	***Mean Square***	***F***	***Sig.***
1	*Regression*	1000.051	3	333.350	13.926	<.001[b]
	Residual	2297.949	96	23.937		
	Total	3298.000	99			
a. *Dependent Variable*: Perilaku Konsumtif						
b. *Predictors: (Constant)*, Gaya Hidup, *E-Money,* Literasi Keuangan						

Sumber: Output Pengolahan dengan IBM SPSS Statistic 26 (2025)

Pada tabel 9 yang telah dipaparkan diatas, dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan, hasil untuk f hitung sebesar 13.926, yang lebih besar dari f tabel 2,70 dan dipatkan nilai *Sig* < 0.001 lebih kecil jika dibandingkan dengan standar signifikansi 0,05. Dari hasil yang telah didapatkan, dengan begitu dapat dikatakan bahwa Ha diterima atau dapat dikatakan bahwasanya variabel *e-money*, literasi keuangan, dan gaya hidup secara bersamaan berpengaruh positif dan memiliki hubungan simultan dengan perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam.

Pembahasan

Pengaruh *E-Money* Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil pengolahan data, hasil uji t menunjukkan adanya bahwasanya variabel e-money memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam. hasil untuk t hitung sebesar 3.347, yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.001 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Hasil dari temuan ini menjelaskan bahwa adanya penggunaan *e-money* mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam. Faktor yang mempengaruhi hal ini dikarenakan *e-money* memberikan banyak layanan menarik, seperti promo, cashback, dan program loyalti yang ditawarkan, fitur-fitur ini semakin memotivasi generasi Z untuk melakukan pembelian lebih banyak, dikarenakan mereka beranggapan akan mendapatkan benefit tambahan setiap kali melakukan transaksi padahal tindakan tersebut dapat memicu semakin banyak pembelian tanpa perencanaan. Hasil dari temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang diakukan oleh (Yashika & Siregar, 2023) dan juga oleh (Layaman et al., 2022). Dari kedua hasil penelitian tersebut sependapat bahwa e-money memiliki pengaruh yang positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil pengolahan data, hasil uji t menunjukkan adanya bahwasanya variabel literasi keuangan memiliki pengaruh negatif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam. hasil untuk t hitung sebesar -2.645, yang lebih kecil dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.010 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Ketika generasi z mempunyai tingkat literasi keuangan yang rendah, artinya bisa disebabkan kurang dalam memahami konsep pengelolaan keuangan dengan baik, sehingga menyebabkan terjadi nya perilaku konsumtif tanpa adanya kendali diri, Akan tetapi sebaliknya jika generasi z memiliki literasi keuangan yang tinggi, sudah pasti tentu memiliki pengetahuan yang baik terkait tata cara mengelola keuangan dengan baik dan rasional. Hasil dari temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang diakukan oleh (Abdizar et al., 2023) dan juga oleh (Simarmata et al., 2024) Dari kedua hasil penelitian tersebut sependapat literasi keuangan memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan dengan perilaku konsumtif.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari hasil pengolahan data, hasil uji t menunjukkan adanya bahwasanya variabel gaya hidup berpengruh positif dan signifikan secara parsial terhadap perilaku konsumtif generasi z masyarakat Kota Batam. untuk t hitung sebesar 2,489, yang lebih besar dari t tabel 1,984 dan nilai *Sig* 0.005 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh generasi z di Kota Batam. Adanya dorongan yang besar untuk mengutamankan gaya hidup, keinginan umtuk mendapat pengakuan dan ketakutan ketika tidak mampu unutk mengikuti tren menjadi penyebab dari timbulnya perilaku konsumtif. Akibat langsung dari permasalahn ini adalah seseorang lebih condong untuk mengutamakan preferensi serta keinginan pribadi dibandingkan dengan kebutuhan dasar. Hasil dari temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang diakukan oleh (Lindraratno & Anasrulloh, 2022) dan juga oleh (Fungky et al., 2021) penelitian tersebut sependapat bahwa gaya hidup berpengruh positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif.

Pengaruh *E-Money,* Literasi Keuangan dan Gaya hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Dari pengolahan data yang telah dilakukan hasil untuk f hitung sebesar 13.926, yang lebih besar dari f tabel 2,70 dan nilai *Sig* < 0.001 lebih kecil dari standar signifikansi 0,05. Dengan begitu dapat dikatakan bahwa Ha diterima atau dapat dikatakan variabel *e-money*, literasi keuangan, dan gaya hidup berpengaruh positif dan memiliki hubungan simultan dengan perilaku konsumtif generasi z masyarakat. Hasil dari *Adjusted R Square* sebesar 281 yang memiliki persentase sebesar 28,1%. Dapat ditarik kesimpulan bahwa sebesar 28,1% variasi pada variabel perilaku konsumtif mampu dijabarkan oleh variabel *e-money*, literasi keuangan dan gaya hidup. Sisanya, sebesar 71,9 %, dijabarkan oleh variabel lain selain dari variabel independen pada penelitian ini. *E-money* memudahkan generasi Z untuk melakukan transaksi secara cepat dan tanpa hambatan, yang bisa mendorong perilaku konsumtif impulsif, karena mereka tidak merasakan langsung dampak pengeluaran tersebut. Literasi keuangan yang masih rendah di kalangan sebagian besar generasi Z dapat memperburuk perilaku konsumtif mereka, karena mereka cenderung tidak memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan yang bijak. Gaya hidup yang dipengaruhi oleh status sosial dan keinginan untuk selalu mengikuti tren dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian berlebihan demi memenuhi ekspektasi sosial atau memperoleh pengakuan dari orang lain.

Perilaku konsumtif yang timbul dikarenakan oleh ketiga variabel yang telah disebutkan dapat mengakibatkan masalah keuangan serius yang akan berdampak signifikan terhadap hidup seseorang, oleh karena itu pengendalian diri dan perencanaan keuangan yang bijak harus sudah mulai diterapkan sedini mungkin. Hasil dari temuan ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang diakukan oleh (Mengga et al., 2023) dan juga oleh (Yashika & Siregar, 2023) penelitian tersebut sependapat bahwa gaya hidup berpengruh positif signifikan dengan perilaku konsumtif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwasanya penggunaan *e-money,* literasi keuangan, dan gaya hidup memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z masyarakat kota Batam. Generasi Z disarankan untuk mengendalikan gaya hidup yang mendorong konsumtifisme, terutama terkait dengan kegiatan, minat, dan pendapat mereka. Diharapkan mereka dapat belajar bagaimana mengelola keuangan pribadi mereka dan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, sehingga mereka dapat menghindari konsumsi yang berlebihan. Generasi z diharapkan menggunakan teknologi *e-money* dengan hati-hati, dan lebih bijak dalam menyikapi promo serta cashback yang ditawarkan. Salah satu langkah yang bijaksana adalah mengaktifkan fitur pembatasan transaksi pada aplikasi *e-money* dan membatasi penggunaan *e-money* dikhususkan hanya untuk transaksi yang penting. Dengan begitu generasi Z memiliki kemampuan yang lebih baik untuk mengelola keuangan dan mengurangi efek buruk dari gaya hidup konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

Abdizar, M., Indriayu, M., & Hindrayani, A. (2023). Pengaruh Dompet Digital dan Literasi Keuangan Tethadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Batam. *Oikos: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, *7*(2), 259–267. https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/download/53192/24173/

Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Pendidikan DEWANTARA: Media Komunikasi, Kreasi Dan Inovasi Ilmiah Pendidikan*, *8*(2), 72–84. https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402

Adiyanto, M. R., & Purnomo, A. S. D. (2021). Dampak Tingkat Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menggunakan Produk Keuangan Syariah. *Jurnal Administrasi Kantor*, *9*(1), 1–12.

Agasi, M. D. R., & Aryani, D. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millenial dengan Kontrol Diri Sebagai Moderasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, *7*(3), 5586–5564. https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9381

Anggraini, S. D. A., & Hastuti, M. A. S. W. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka Pgri Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, *2*(8), 2019–2035. https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.715

Anjarwati, L., Hasyim, S. H., & Konsumtif, P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Pada Sekolah Menengah Kejuruan di Kabupaten Gowa. *Pinisi Journal of Art, Humanity & Social Studies*, *3*(4), 47–54. https://ojs.unm.ac.id/PJAHSS/article/viewFile/47390/22408

Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh Gaya Hidup dan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Medan dengan Literasi Keuangan sebagai Media Intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, *5*(1), 173–186. https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.205

Atikah, A., & Kurniawan, R. R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, dan Financial Self Efficacy Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan(Studi Pada PT. Panarub Industry Tangerang). *Jurnal Manajemen Bisnis*, *10*(2), 284–297. https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jmb/article/view/5132/2776

Cahyaningtyas, S., & Gufron, M. (2023). Pengaruh Pendapatan Orangtua dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung. *Jurnal Economia*, *2*(2), 423–432. https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/313/298

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), 1–19. https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669

Dwi Ambarsari, M., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif Generasi Z penggemar K-pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *11*(3), 550–564. https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim

Dwi Susanti, R. A., Fardahlia, D., & Indrihastuti, P. (2021). Kemudahan Dan Kemanfaatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Sistem Pembayaran E-Money Ovo, Go-Pay, Dan Dana. *J-MACC : Journal of Management and Accounting*, *4*(1), 57–71. https://doi.org/10.52166/j-macc.v4i1.2404

Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadaop Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah , UIN Raden Intan Lampung Angkatan 2019). *Islamic Economics Review Journal*, *01*(01), 1–15. https://ejournal.tamanlitera.id/index.php/ierj/article/download/21/4/82

Harsono, I. (2023). THE IMPACT OF E-MONEY ON INFLATION IN INDONESIA. *Jurnal Ganec Swara*, *17*(3), 1160–1164. https://journal.unmasmataram.ac.id/index.php/GARA/article/view/557/473

Laturette, K., Widianingsih, L. P., & Subandi, L. (2021). Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, *9*(1), 131–139. https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139

Layaman, Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money terhadap Perilaku Knsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, *1*(2), 61–73. https://hawalah.staiku.ac.id/index.php/lp/article/view/8/16

Lindraratno, N. E. N., & Anasrulloh, M. (2022). Pengruh Gaya Hidup dan Pengendalian diri Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Tulungangung (Studi Kasus Pada Rumah Putih Coffee House). *Jurnal ECONOMIA*, *1*(2), 272–284. https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/download/43/52

Mengga, G. S., Batara, M., & Rimpung, E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Indonesia Toraja. *Jurnal Riset Akuntansi*, *1*(1), 36–50. https://doi.org/10.54066/jura-itb.v1i1.123

Munandar, A., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Dan Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Warga Perumahan Al-Jazzera Kondangjaya Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, *7*(2), 2845–2853. https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7381

Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, *5*(1),

810–826. https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574
Nazar, M. R., Arifah, U., Fitri, S. M., Aulia, S. S. P., & Ramadianto, M. P. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan electronic money dan munculnya cashless society di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *9*(7), 287–295. https://doi.org/10.5281/zenodo.7816294
Rahmita, E. (2023). Pengaruh Penghasilan Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif yang Dimoderasi Oleh Kontrol Diri. *Jurnal Cahaya Mandalika*, *3*(2), 279–289.
Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Control Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulanfi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *12*(1), 462–475. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/53965
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*(1), 160–172. https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/16541/7685
Suwarsa, T., & Hasibuan, A. R. (2021). Pengaruh Pajak Restoran dan Pajak Hotel Padangsidempuan Perode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, *14*(2), 71–84. https://ejurnal.ulbi.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/1906/905
Umami, N., & Maryani, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomiuniversitas Bhinneka Pgri Semester Viii Tahun Akademik 2021/2022. *ARMADA : Jurnal Penelitian Multidisiplin*, *1*(9), 971–979. https://doi.org/10.55681/armada.v1i9.824
Vebiyanti, B., & Hadi, D. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Online Shop Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas PGRI Semarang. *Jurnal Spirit Edukasia*, *02*(01), 121–128. https://journal.upgris.ac.id/index.php/spiritedukasia/article/view/11469
Yashika, M., & Siregar, Q. R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, E-Money, Gaya Hidup Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif. *SOSEK : Jurnal Sosial Dan Ekonomi*, *3*(3), 144–153.