

**PENGARUH BELANJA ONLINE, PERILAKU KONSUMTIF, DAN GAYA HIDUP
HEDONISME TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN
PRIBADI GENERASI Z**

Suci Rahmadani¹, Teti Anggita Safitri²

Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, Dan Humaniora

Email:suci.rahamadani0813@gmail.com, tetianggita@unisayogya.ac.id

No Kontak Penulis: 0822815920175

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 16-04-2025	Kemajuan teknologi digital telah mengubah pola belanja masyarakat, terutama pada Generasi Z, khususnya dalam hal pengelolaan keuangan pribadi. Kemudahan akses belanja online, meningkatnya perilaku konsumtif, dan gaya hidup hedonisme menjadi fenomena yang umum terjadi di kalangan mahasiswa. Hal ini menyebabkan generasi Z cenderung mengabaikan perencanaan keuangan yang berdampak pada ketidakstabilan finansial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa belanja online dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z, sedangkan gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z. Secara simultan, ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Penelitian ini menegaskan pentingnya Generasi Z untuk lebih memperhatikan kebiasaan belanja online dan perilaku konsumtif agar bisa mengatur keuangan dengan baik. Gaya hidup hedonisme juga perlu diwaspadai agar tidak menimbulkan masalah keuangan. Penelitian juga mengingatkan untuk mahasiswa dan masyarakat akan pentingnya membangun kesadaran tentang perencanaan keuangan yang lebih baik.
Kata Kunci: Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Gaya Hidup Hedonisme, Pengelolaan Keuangan	Abstract
Keywords: <i>Online Shopping, Consumptive Behavior, Hedonistic Lifestyle, Financial Management</i>	<i>The advancement of digital technology has changed people's shopping patterns, especially in Generation Z, especially in terms of personal financial management. Easy access to online shopping, increasing consumer behavior, and hedonistic lifestyles are common phenomena among students. This causes Generation Z to tend to ignore financial planning which has an impact on financial instability. This study aims to determine whether there is an influence of Online Shopping, Consumer Behavior, and Hedonistic Lifestyle on Personal Financial Management of Generation Z. This study uses a quantitative approach with primary data collection through questionnaires. The sample in this study was 100 respondents who were active students of Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. The results of the study showed that online shopping and consumer behavior had a significant and positive effect on personal financial management of Generation Z, while hedonistic lifestyle did not have a significant effect on personal financial management of Generation Z. Simultaneously, these three variables had a significant effect on personal financial management. This study emphasizes the importance of Generation Z to pay more attention to online shopping habits and consumer behavior in order to manage their finances properly. A</i>

hedonistic lifestyle also needs to be watched out for so as not to cause financial problems. The study also reminds students and the community of the importance of building awareness of better financial planning.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah menghasilkan perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, salah satunya adalah dalam pola belanja masyarakat. Generasi Z yang sangat terbiasa dengan belanja online karena mereka lahir dan tumbuh di era digital. Pesatnya perkembangan e-commerce memberikan kemudahan saat berbelanja, tetapi juga menimbulkan tantangan baru, seperti kecenderungan perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme. Generasi Z terdiri dari individu yang lahir dari tahun 1997 hingga tahun 2012. Generasi Z ini sangat familiar dengan teknologi dan internet yang membuat akses informasi lebih cepat dan mudah. Generasi Z cenderung menggunakan media sosial tidak hanya untuk komunikasi, tetapi juga untuk mengekspresikan diri dan mengikuti tren yang sedang viral. Generasi Z ini cenderung lebih peduli terhadap masalah sosial dan lingkungan serta cenderung mendukung merek yang memiliki nilai yang tinggi.

Saat ini, belanja online sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari Generasi Z. Platform e-commerce menawarkan berbagai fasilitas kemudahan, variasi produk, promosi diskon, serta voucher gratis ongkir yang menarik pembeli. Namun dibalik kemudahan tersebut terdapat peningkatan perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme yang membuat pengelolaan keuangan mereka menjadi tidak stabil. Berbagai isu menunjukkan bahwa Generasi Z lebih banyak mengeluarkan uang tanpa perencanaan yang matang sehingga berpotensi menimbulkan masalah keuangan di masa depan. Permasalahan umum yang dihadapi oleh Generasi Z adalah kurangnya pengetahuan finansial yang memadai di era digitalisasi dan kenyamanan belanja online. Hal ini membuat mereka lebih rentan terhadap perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme, yang pada akhirnya mempengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara efektif. Gaya hidup hedonisme yang mendorong mencari kesenangan dan kepuasan instan yang menyebabkan generasi Z lebih mengutamakan kesenangan semata dibandingkan mengelola keuangan pribadi mereka.

Dengan berkembangnya belanja online, tidak sedikit masyarakat yang lebih memilih berbelanja online dibandingkan berbelanja langsung di toko, pasar, pusat perbelanjaan, dan lain-lain (Widiyawati *et al.*, 2022). Faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumtif generasi Z adalah menggunakan aplikasi belanja online. Menurut (Fadhilah and Abadi, 2023) belanja online memiliki arti aktivitas yang menjual atau membeli produk dan jasa melalui sebuah platform e-commerce. Konsumen dapat dengan mudah menemukan barang yang mereka inginkan dari aplikasi belanja online. Aplikasi yang menjadi platform e-commerce antara lain adalah Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktokshop dan aplikasi lainnya. Kenyamanan berbelanja online seringkali mengarah pada perilaku konsumtif dimana masyarakat cenderung membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Generasi Z yang aktif di media sosial seringkali tertarik pada gaya hidup hedonisme yang mendorong mereka untuk memenuhi standar sosial dengan membeli barang-barang mewah yang hanya untuk kesenangan diri sendiri.

Media sosial memiliki peran besar dalam memperkuat gaya hidup ini melalui iklan, influencer, dan konten yang menampilkan barang-barang mewah atau trend yang sedang viral. Akibatnya, banyak dari mereka yang merasa perlu membeli barang untuk mengikuti tren atau mendapatkan pengakuan publik, meskipun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Ketika gaya hidup dianggap sebagai cara untuk menunjukkan citra diri yang bergengsi dan berkelas, keinginan generasi Z untuk memenuhi kebutuhan hidupnya pun semakin besar. Akibatnya,

mereka cenderung menggunakan uang untuk memenuhi segala hal yang mereka inginkan demi menjaga citra tersebut (Ariska & Jusman, 2023). Dampaknya mereka mengalami kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi.

Pengelolaan keuangan adalah bagian dari kegiatan manajemen keuangan pribadi, yaitu proses dimana individu mengelola sumber daya keuangan secara terstruktur dan sistematis untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dengan mengelola keuangan pribadi, setiap orang mengetahui apa yang ingin dicapai dan memanfaatkan pengelolaan sumber daya keuangan secara optimal untuk mencapai tujuan tersebut. Dengan mengoptimalkan pengelolaan keuangan pribadi, individu memiliki tanggung jawab untuk merencanakan dan mewujudkan masa depan (Rumianti & Laantu, 2022). Pemahaman tentang keuangan pribadi mencakup kemampuan seseorang dalam memahami cara mengelola, merencanakan, dan menanggapi risiko yang terkait dengan keuangan pribadi mereka.

Pengelolaan keuangan yang baik dapat membantu individu untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang, seperti berinvestasi untuk masa depan, menyiapkan dana pensiun yang memadai, dan mencapai kemandirian finansial. Literasi keuangan adalah pengetahuan dan kemampuan yang membantu seseorang membuat keputusan yang tepat saat mengatur keuangan sendiri (Indiana & Safitri, 2024). Namun masih banyak masyarakat yang belum menyadari seberapa pentingnya perilaku pengelolaan keuangan yang benar sehingga mengalami kesulitan keuangan akibat pengeluaran yang berlebihan dan tidak terkendali. Oleh karena itu, sangat perlu dilakukan pembelajaran dan sosialisasi pentingnya pengelolaan keuangan yang baik kepada masyarakat khususnya generasi Z (Karamaha, 2024).

Meskipun banyak penelitian yang sudah membahas pengelolaan keuangan dan perilaku konsumtif secara terpisah, namun masih terdapat keterbatasan pada penelitian yang secara bersamaan mengintegrasikan dampak belanja online, perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan, khususnya dalam konteks generasi Z di Indonesia. Penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan berfokus pada tiga variable utama yang relevan dengan kehidupan generasi Z saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana belanja online, perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme mempengaruhi cara mereka mengelola keuangan. Dengan mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah dan latar belakang ekonomi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang baik tentang pengelolaan keuangan generasi Z di lingkungan perguruan tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Belanja Online

Belanja online atau yang lebih dikenal sebagai online shopping adalah aktivitas membeli barang atau jasa secara online dan bisa dilakukan melalui aplikasi online atau melalui website. Menurut (Ratnaningrum et al., 2024) belanja online merupakan proses membeli dan menjual barang atau jasa melalui internet, seperti media sosial atau situs toko online. Konsumen cenderung berbelanja online karena adanya penawaran menarik, yang terjangkau, dan berbagai pilihan metode pembayaran yang memudahkan transaksi. Belanja online memberikan kenyamanan karena pembeli bisa bertransaksi kapan saja dan dimana saja tanpa harus pergi ke toko offline. Selain itu, pembeli bisa membandingkan harga, melihat ulasan produk, dan memanfaatkan promo yang ada. Seiring dengan berkembangnya teknologi dan peningkatan akses internet, belanja online menjadi cara yang semakin popular untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan atau manfaatnya. Orang yang

bersikap konsumtif cenderung lebih mementingkan keinginan atau kesenangan pribadi daripada kebutuhan yang sebenarnya. Hal ini sering kali dilakukan untuk mengikuti tren, mendapatkan pengakuan sosial, atau sekedar memenuhi kepuasan diri, sehingga dapat menyebabkan pemborosan dan keputusan yang tidak rasional dalam pengeluaran. Hal ini di dukung dari penelitian (Rakhman & Tri Kartika Pertiwi, 2023) bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika seseorang membeli barang atau jasa tanpa memikirkan secara logis apakah hal tersebut benar-benar diperlukan. Kebiasaan ini menunjukkan kecenderungan untuk mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, sehingga keputusan pembelian sering tidak di dasarkan pada pertimbangan yang rasional.

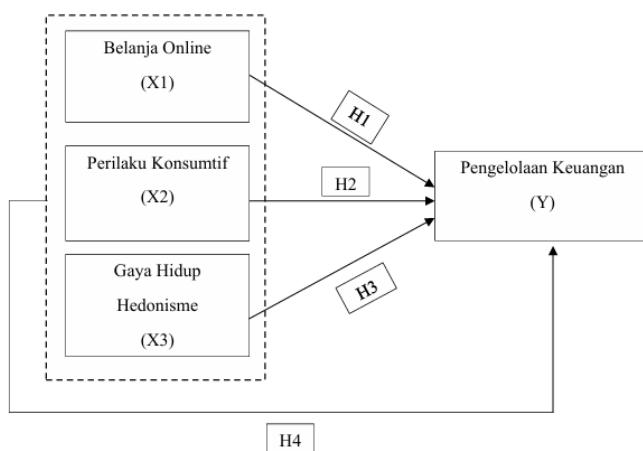
Gaya Hidup Hedonisme

Gaya hidup hedonisme merupakan pola hidup yang menjadikan kesenangan atau kebahagiaan sebagai tujuan utama. Orang yang memiliki gaya hidup hedonis cenderung mengutamakan hiburan dan kemewahan, merasa puas ketika menjadi pusat perhatian. Mereka lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah, seperti di mall, cafe, atau tempat hiburan lainnya, dibandingkan aktivitas yang lebih sederhana atau produktif. Gaya hidup ini sering kali mengutamakan kepuasan diri sendiri, tanpa memikirkan dampak jangka panjangnya, baik dari sisi finansial maupun sosial. Dalam penelitian (Rumianti & Launtu, 2022) menurut Mufidah & Wulansari 2018 gaya hidup hedonisme adalah cara hidup yang berfokus pada mencari kesenangan semata. Individu dengan gaya hidup ini biasanya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah, mengeluarkan banyak uang untuk bersenang-senang, menikmati suasana keramaian di kota, dan membeli barang-barang mahal untuk memenuhi keinginannya.

Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan merupakan cara mengatur keuangan yang mencakup perencanaan, pembuatan anggaran, menyimpan uang dengan baik, mengendalikan pengeluaran, serta melindungi diri dari risiko keuangan. Dalam penelitian (E. all L. P. Putri, 2024) menurut Putri & Lestari (2019) manajemen keuangan pribadi adalah upaya seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan mengatur keuangan secara teratur dan terencana. Sedangkan menurut (Panu, 2024) pengelolaan keuangan pribadi adalah bagian dari manajemen keuangan individu yang bertujuan untuk mengatur keuangan agar sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Sikap adalah cara seseorang memahami atau menyadari masalah keuangan pribadi, yang biasanya dilihat dari bagaimana seseorang menanggapi suatu pendapat atau pernyataan (Utami & Safitri, 2024)

Kerangka Berpikir



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Pengembangan Hipotesis

Belanja Online Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Belanja adalah aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan sehari-hari, seperti membeli bahan makanan, pakaian, perlengkapan rumah tangga, dan kebutuhan lainnya. Dengan berkembangnya belanja online, banyak orang sekarang ini lebih memilih berbelanja secara online daripada pergi langsung ke toko, pasar, pusat perbelanjaan, atau tempat lainnya. Dalam penelitian (Aldisa & Indriayu, 2024) menyatakan bahwa belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan.

H1: Belanja Online Berpengaruh Signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Perilaku Konsumtif Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Kebiasaan membeli barang secara berlebihan atau tidak sesuai dengan kebutuhan adalah bentuk dari perilaku konsumtif. Individu dengan perilaku konsumtif cenderung lebih fokus memenuhi keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya lebih penting. Dalam penelitian (Panu, 2024) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif, semakin besar pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

H2: Perilaku Konsumtif Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Gaya hidup adalah pola hidup yang berfokus pada mencari kesenangan, seperti sering menghabiskan waktu di luar rumah, bermiain, bersenang-senang dengan orang lain, dan membeli barang-barang mahal untuk mencapai kepuasan. Individu dengan gaya hidup ini cenderung meniru orang lain dan ingin selalu menjadi pusat perhatian. Dalam penelitian (E. all L. P. Putri, 2024) menyatakan bahwa gaya hidup juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Artinya, cara seseorang menjalani kehidupannya, termasuk kebiasaan belanja, pola konsumsi, dan prioritas pengeluaran, dapat berdampak langsung pada bagaimana mereka mengatur keuangan.

H3: Gaya Hidup Hedonisme Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Dalam penelitian (Aldisa & Indriayu, 2024) menyatakan bahwa belanja online mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi generasi Z menjadi salah satu faktor pertama yang mempengaruhi pengelolaan keuangan. Dalam penelitian (Panu, 2024) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif

mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi menjadi faktor kedua yang mempengaruhi pengelolaan keuangan. Dan dalam penelitian (E. all L. P. Putri, 2024) juga menyatakan bahwa gaya hidup mempengaruhi pengelolaan keuangan menjadi faktor ketiga yang mempengaruhi pengelolaan keuangan. Yang dimana dengan meningkatnya belanja online, perilaku konsumtif, dan gaya hidup hedonisme terhadap generasi Z maka menimbulkan pengaruh terhadap pengelolaan keuangan.

H4: Belanja Online, Perilaku Konsumtif, Dan Gaya Hidup Hedonisme Secara Simultan Berpengaruh Signifikan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada pandangan positivisme. Penelitian ini menggunakan metode penelitian asosiatif kausal, yaitu metode yang bertujuan untuk memahami hubungan antara dua atau lebih variabel.

Populasi yang digunakan adalah mahasiswa Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta, dengan total sebanyak 7.961 mahasiswa periode 2024-2025. Sampel dipilih dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

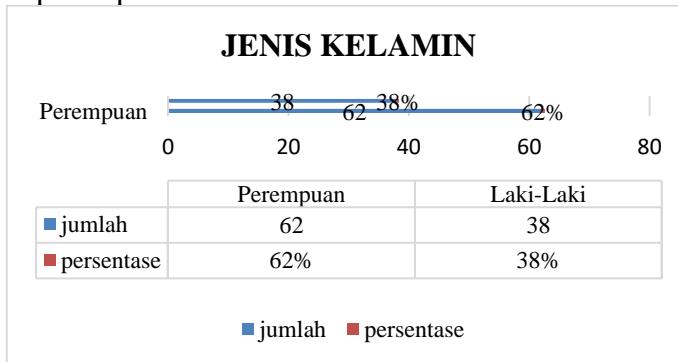
Maka sampel yang digunakan dalam penelitian 100 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebarluaskan secara online kepada responden. Indikator variabel penelitian ini diambil berdasarkan adopsi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Alifia, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Bedasarkan Jenis Kelamin

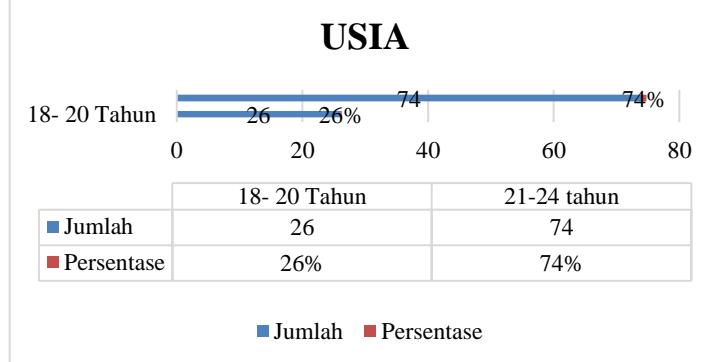
Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa dari 100 responden, sebanyak 62 orang atau 62% berjenis kelamin perempuan dan 38 orang atau sekitar 38% berjenis kelamin laki-laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini ialah berjenis kelamin perempuan.



Gambar 1. Karakteristik Responden Bedasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

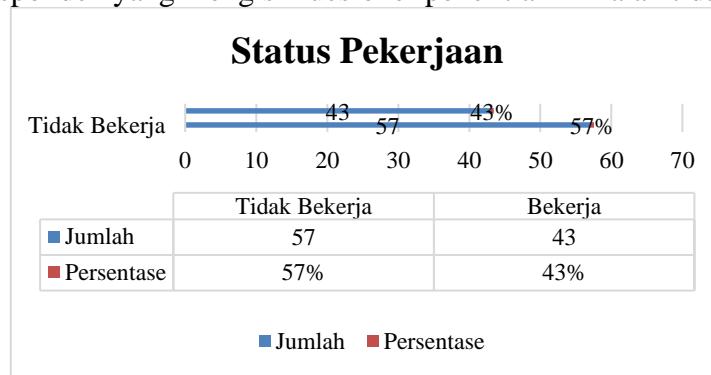
Dapat dilihat bahwa dari 100 responden, ada 26 orang atau sekitar 26% responden berusia 18-20 tahun dan ada 74 orang atau sekitar 74% responden berusia 21-24 tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini ialah responden yang berusia 21-24 tahun.



Gambar 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Dapat dilihat bahwa dari 100 responden, ada 43 orang atau sekitar 43% responden yang bekerja dan 57 orang atau sekitar 57% responden yang tidak bekerja. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden yang mengisi kuesioner penelitian ini ialah tidak bekerja.

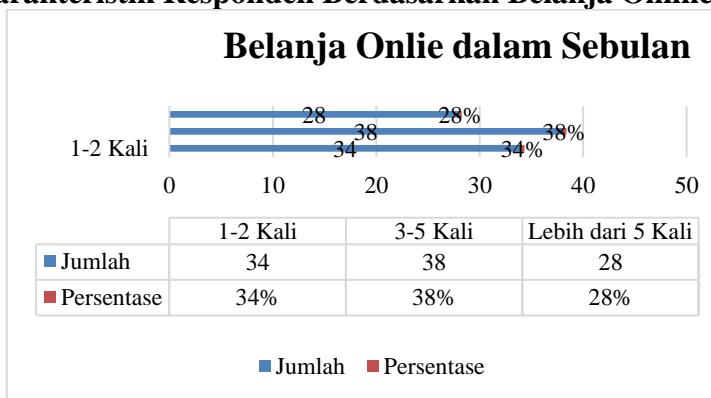


Gambar 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja Online dalam Sebulan

Dapat dilihat bahwa dari 100 responden, ada 34 orang atau sekitar 34% responden berbelanja online 1-2 kali dalam sebulan, ada 38 orang atau sekitar 38% responden berbelanja online 3-5 kali dalam sebulan, dan ada 28 orang atau 28% responden berbelanja online lebih dari 5 kali dalam sebulan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini ialah responden yang berbelanja online 3-5 kali dalam sebulan.

Gambar 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Belanja Online dalam Sebulan



Hasil Uji Instrumen penelitian Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No Butir Soal	rhitung	Rtabel	Keterangan
Belanja Online (X1)	X1.1	0,789	0,1966	Valid
	X1.2	0,802	0,1966	Valid
	X1.3	0,853	0,1966	Valid
	X1.4	0,810	0,1966	Valid
	X1.5	0,857	0,1966	Valid
Perilaku Konsumtif (X2)	X2.1	0,820	0,1966	Valid
	X2.2	0,469	0,1966	Valid
	X2.3	0,849	0,1966	Valid
	X2.4	0,768	0,1966	Valid
	X2.5	0,827	0,1966	Valid
Gaya hidup Hedonisme (X3)	X3.1	0,732	0,1966	Valid
	X3.2	0,855	0,1966	Valid
	X3.3	0,830	0,1966	Valid
	X3.4	0,865	0,1966	Valid
	X3.5	0,648	0,1966	Valid
Pengelolaan Keuangan (Y)	Y1	0,818	0,1966	Valid
	Y2	0,859	0,1966	Valid
	Y3	0,724	0,1966	Valid
	Y4	0,811	0,1966	Valid
	Y5	0,815	0,1966	Valid

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan hasil analisis data diatas dapat dilihat bahwa setiap butir pertanyaan dapat dijelaskan bahwa dari 5 item pertanyaan semua variabel adalah valid, karena setiap hasilnya rHitung > rTabel.

Uji Reliabilitas

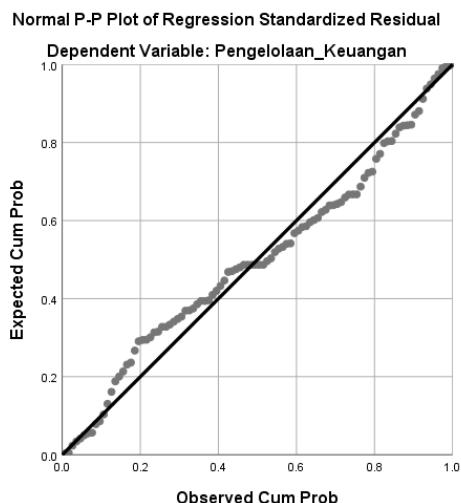
Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,879	Reliabel
X2	0,813	Reliabel
X3	0,848	Reliabel
Y	0,863	Reliabel

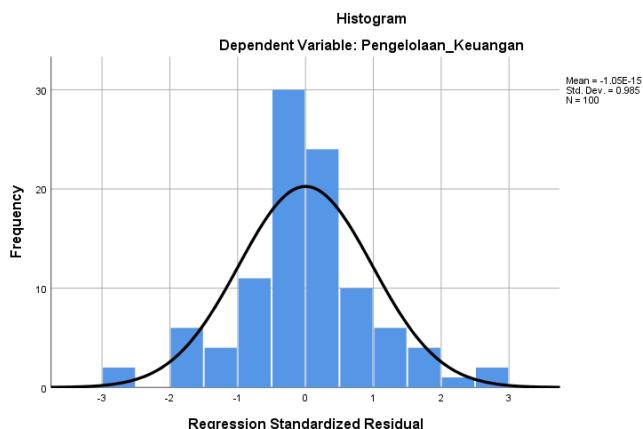
(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan hasil output pada SPSS 25 pada **Reliability Statistics** diperoleh dari analisis reliabilitas dengan Teknik *Cronbach's Alpha* pada variabel X1 sebesar 0,879 variabel X2 sebesar 0,813 variabel X3 sebesar 0,848 dan variabel Y sebesar 0,863 dengan jumlah responden N=100 dan df = N-2 = 100 - 2 = 98 adalah 0,1966, dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,700 sehingga dinyatakan reliabel yang artinya setiap pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 5. Hasil Uji Normalitas
(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)



(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)
Histogram Lonceng

Berdasarkan dari hasil olah data diatas dapat diketahui bahwa titik plotting yang terdapat pada gambar grafik “Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual” titik-titik mengikuti arah garis yang berada dekat garis diagonal dan tidak terlalu jauh dari garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Selain itu, pada gambar histogram yang terlihat seperti bentuk lonceng sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal. Maka dapat disimpulkan pada asumsi normalitas bahwa pengujian ini memenuhi syarat berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

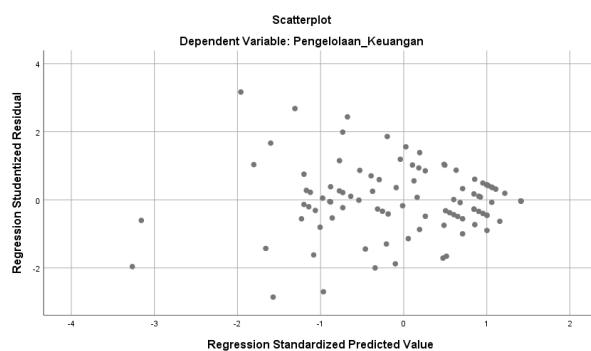
Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
(Constant)			
Belanja Online (X1)	0,761	1,314	Terbebas dari Multikolinearitas
Perilaku Konsumtif	0,275	3,634	Terbebas dari

(X2)			Multikolinearitas
Gaya Hidup Hedonisme (X3)	0,261	3,826	Terbebas dari Multikolinearitas

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel Belanja Online (X1) sebesar 1,314, variabel Perilaku Konsumtif (X2) sebesar 3,634 dan variabel Gaya Hidup Hedonisme (X3) sebesar 3,826 yang semuanya < 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan. Selain itu, nilai *Tolerance Value* untuk variabel Belanja Online (X1) sebesar 0,761, variabel Perilaku Konsumtif (X2) sebesar 0,275 dan variabel Gaya Hidup Hedonisme (X3) sebesar 0,261 yang semuanya > 0,1 sehingga data tersebut tidak terindikasi gejala multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan dengan melihat penyebaran pada titik-titik pada grafik *scatterplot* dalam hasil uji pada gambar terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas, dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Linear Berganda

	B	Standar Error
(Constant)	5,502	1,433
Belanja Online	0,404	0,071
Perilaku Konsumtif	0,253	0,104
Gaya Hidup Hedonisme	0,126	0,109

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat rumus persamaan regresi dituliskan sebagai berikut:

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

$$Y = 5,502 + 0,040 X_1 + 0,253 X_2 + 0,126 X_3$$

Persamaan diatas menunjukkan bahwa :

-
- 1) Nilai a sebesar 5,502 merupakan konstanta yang artinya jika tidak ada pengaruh variabel Belanja Online, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonisme, maka nilai variabel Pengelolaan Keuangan adalah 5,502.
 - 2) Nilai koefisien Belanja Online sebesar 0,040 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Belanja Online, maka akan mempengaruhi Pengelolaan Keuangan sebesar 0,040.
 - 3) Nilai koefisien Perilaku konsumtif sebesar 0,253 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Perilaku Konsumtif, maka akan mempengaruhi Pengelolaan Keuangan sebesar 0,253.
 - 4) Nilai koefisien Gaya Hidup Hedonisme sebesar 0,126 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Gaya Hidup Hedonisme, maka akan mempengaruhi Pengelolaan Keuangan sebesar 0,126.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 5. Hasil Uji t

Variabel	T hitung	T tabel	Nilai Sig.
Belanja Online (X1)	5,676	1,984	0,000
Perilaku Konsumtif (X2)	2,445	1,984	0,016
Gaya Hidup Hedonisme (X3)	1,153	1,984	0,252

(Sumber: Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan tabel diatas maka hasil dari uji t sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel Belanja Online (X1) terhadap Pengelolaan Keuangan (Y) berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 5,676 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Belanja Online (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan (Y).
- b. Pengaruh variabel Perilaku Konsumtif (X2) terhadap Pengelolaan Keuangan (Y) berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 2,445 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,016 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumtif (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan (Y).
- c. Pengaruh variabel Gaya Hidup Hedonisme (X3) terhadap Pengelolaan Keuangan (Y) berdasarkan tabel uji t diperoleh nilai t hitung sebesar 1,153 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,252 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Hedonisme (X3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

Variabel	F	Sig
Total X1, X2 dan X3	42,686	0,000

(Sumber: Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan tabel Uji F dan perhitungan, maka diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh Belanja Online (X1), Perilaku Konsumtif (X2), dan Gaya Hidup Hedonisme (X3) secara simultan terhadap Pengelolaan Keuangan (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan F hitung $42,868 > F$ tabel 2,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa Belanja Online (X1), Perilaku Konsumtif (X2), dan Gaya

Hidup Hedonisme (X3) terdapat pengaruh simultan terhadap Pengelolaan Keuangan (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
odel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,756	,572	,558	2,27963
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Hedonisme (X3), Belanja Online (X1), Perilaku Konsumtif (X2)				

(Sumber: Lampiran Hasil Olah Data melalui SPSS 25)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai koefisien R Square (R^2) sebesar 0,572 atau 57,2%. Jadi, dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Belanja Online, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Pengelolaan Keuangan adalah 57,2%. Sementara itu, sisanya 42,8% dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel lain atau faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Belanja Online terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Belanja Online berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung > nilai t tabel yaitu $5,676 > 1,984$ dan dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan teori perilaku konsumen dan hasil penelitian, keputusan belanja online dipengaruhi oleh akses, promosi, dan transaksi yang berdampak pada pola pengeluaran. Semakin tinggi frekuensi belanja online, maka generasi z cenderung lebih sadar akan pentingnya pengelolaan keuangan untuk menyeimbangkan kebutuhan dan keinginan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Belanja Online (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengelolaan Keuangan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aldisa and Indriayu, 2024) menyatakan bahwa belanja online berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan.

Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Perilaku Konsumtif berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung > nilai t tabel yaitu $2,445 > 1,984$ dan dengan nilai sig. $0,016 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan teori dan hasil penelitian, individu dengan perilaku konsumtif yang tinggi cenderung mengeluarkan lebih banyak uang, sehingga semakin tinggi perilaku konsumtif, semakin besar pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Perilaku Konsumtif (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengelolaan Keuangan (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Panu, 2024) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi.

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z

Gaya Hidup Hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z. Hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung > nilai t tabel yaitu $1,153 <$

1,984 dan dengan nilai sig. $0,252 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak. Berdasarkan teori perilaku konsumen dan hasil penelitian, meskipun generasi Z cenderung memenuhi keinginan dan kesenangan, maka hal ini tidak selalu mempengaruhi cara mereka mengatur keuangan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup Hedonisme (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Pengelolaan Keuangan (Y). Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Putri, 2024) yang menyatakan bahwa gaya hidup juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sherwin Ary Busman, Hartini, 2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Artinya, generasi z memiliki kecenderungan untuk hidup dengan memenuhi keinginan dan kesenangan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil data yang telah diperoleh, peneliti menyimpulkan bahwa belanja online dan perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi generasi z. Semakin sering belanja online dan semakin tinggi perilaku konsumtif, maka cara mereka mengelola keuangan juga akan terpengaruh. Sedangkan gaya hidup hedonisme tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi generasi z. Artinya, meskipun seseorang memiliki gaya hidup yang lebih hedonisme, hal tersebut tidak berdampak langsung pada bagaimana mereka mengatur keuangan pribadi.

Penelitian ini juga memperkuat bukti empiris tentang pentingnya perencanaan pengelolaan keuangan yang baik, tetapi penelitian ini juga memiliki keterbatasan dalam jumlah sampel yang belum mencakup seluruh fakultas, sehingga hasilnya belum mewakili seluruh mahasiswa dari berbagai jurusan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melibatkan sampel yang lebih luas dan merata dari seluruh fakultas, agar hasil yang diperoleh dapat lebih mewakili kondisi yang sebenarnya. Sedangkan bagi mahasiswa, diharapkan dapat lebih bijak dalam mengelola keuangan pribadi dengan memperhatikan pola belanja dan mengendalikan perilaku konsumtif. Generasi Z juga perlu meningkatkan kesadaran akan pentingnya perencanaan keuangan agar dapat menghindari risiko finansial di masa depan. Selain itu, menghindari gaya hidup hedonisme yang berlebihan dapat membantu generasi z dalam mengelola keuangan lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Aldisa, O. And Indriayu, M. (2024) ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Belanja Online Tehradap Pengelolaan Keuangan Pada Dosen Fkip Di Universitas Sebelas Maret’, *Jurnal Pendidikan Ekonomi (Jupe)*, 12(3), Pp. 468–474.
- Alifia, W. (2023) ‘Pengaruh Aplikasi Belanja Online Dan Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Shopping Lifestyle Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan’.
- Ariska, S. N., & Jusman, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Financial Tekhnologi Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. 7, 2662–2673.
- Fadhilah, N. And Abadi, M.T. (2023) ‘Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online , Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa The Impact Of Utilizing Online Shopping Applications , Lifestyle Preferences , And Financial Literacy On The Consumptive Behavior Of Unive’, Xvi(2), Pp. 141–156. Available At: [Https://Doi.Org/10.30813/Jbam.V16i2.4293](https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293).
- Karamaha, R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 20(1), 33–46. [Https://Doi.Org/10.14710/Jsmo.V20i1.58655](https://doi.org/10.14710/jsmo.v20i1.58655)

- Indiana, R. Della, & Safitri, T. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta.
- Panu, Y.R. (2024) ‘Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah’, 6, Pp. 4436–4452. Available At: <Https://Doi.Org/10.47467/Alkharaj.V6i4.941>.
- Putri, E. All L.P. (2024) ‘Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Zdi Kota Medan Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif’, 8(2), Pp. 203–218.
- Rakhman, Y. A., & Tri Kartika Pertiwi. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. 5, 560–575.
- Ratnaningrum, T., Dewi, R., Karnain, B., & Santoso, H. T. (2024). Pengaruh Belanja Online Dan Fitur Paylater Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kota Surabaya.
- Rumianti, C., & Launtu, D. A. (2022). Economics And Digital Business Review Dampak Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa Di Kota Makassar. *Economics And Digital Business Review*, 3(2), 21–40. <Https://Ojs.Steamkop.Ac.Id/Index.Php/Ecotal/Article/View/168>
- Sri Utami, & Safitri. T. A. (2024). Pengaruh Sikap Keuangan , Perilaku Keuangan Dan Pengetahuan Keuangan Terhadap Kesejahteraan Keuangan. 9(1), 1126–1136.
- Sherwin Ary Busman, Hartini, & A.S. (2022) ‘Peran Pengetahuaan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri,Dan Literasi Keuangan Dalam Manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z Di Kabupaten Sumbawa’, *Jurnal Ek&Bi*, 5, Pp. 2620–7443. Available At: <Https://Doi.Org/10.37600/Ekbi.V5i2.680>.
- Widiyawati, Y. Et Al. (2022) ‘Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19’, 03(02), Pp. 25–31.