

STUDI MENGENAI BAGAIMANA LITERASI KEUANGAN DAN LINGKUNGAN SOSIAL MEMENGARUHI PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z DENGAN GAYA HIDUP BERFUNGSI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Beby Wahyu Andre ¹

¹Program Studi Akuntansi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Email: 1222200065@surel.untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, dengan gaya hidup sebagai variabel intervening. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, penelitian melibatkan 100 responden berusia 12–27 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh signifikan. Literasi keuangan dan lingkungan sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup, namun gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan serta tidak memediasi pengaruh literasi keuangan maupun lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z.

Kata kunci: Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial, Gaya Hidup, Perilaku Keuangan, Generasi Z.

ABSTRACT

This study examines the influence of financial literacy and social environment on the financial behavior of Generation Z in Brondong District, Lamongan Regency, with lifestyle as an intervening variable. Using a quantitative associative approach, the study involved 100 respondents aged 12–27 years. The findings show that financial literacy has a positive and significant effect on financial behavior, while the social environment has no significant effect. Both financial literacy and social environment significantly influence lifestyle; however, lifestyle does not significantly affect financial behavior and does not mediate the relationship between financial literacy or social environment and the financial behavior of Generation Z.

Keywords: Financial Literacy, Lifestyle, Financial Behavior, Gender, Generation Z.

PENDAHULUAN

Kemampuan mengatur keuangan merupakan keterampilan mendasar yang perlu dimiliki setiap orang agar terhindar dari persoalan finansial. Namun, tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pengelolaan keuangan masih relatif rendah. Banyak individu belum terbiasa menyusun anggaran, memisahkan kebutuhan dari keinginan, ataupun menyiapkan dana darurat dan investasi. Situasi ini semakin kompleks dengan kemajuan digital yang mempermudah transaksi

dan mendorong gaya hidup konsumtif, terutama di kalangan generasi muda. Generasi Z ialah yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 tumbuh dalam lingkungan yang dipenuhi teknologi canggih dan sangat dekat dengan internet serta media sosial (Kominfo, 2022). Karakteristik tersebut membuat mereka lebih mudah terpengaruh tren gaya hidup modern sehingga memicu konsumsi berlebihan dan pembelian impulsif (Pradiningtyas & Lukiastuti, 2021). Temuan Visa (2022) mengungkapkan bahwa lebih dari 60% Gen Z di kawasan Asia Tenggara kerap menghabiskan uang untuk kebutuhan tidak penting akibat dorongan media sosial. Selain itu, tuntutan sosial untuk tampil sesuai tren juga turut memperkuat perilaku konsumtif (Salsabila et al., 2023).

Fenomena ini juga terlihat pada Generasi Z di Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan. Berdasarkan data BPS (2024), terdapat 18.037 penduduk berusia 12–27 tahun dengan pola konsumsi yang mirip generasi muda di daerah urban, meskipun mereka tinggal di kawasan pesisir dengan aktivitas ekonomi tradisional. Mereka aktif menggunakan ponsel pintar dan media sosial sehingga mudah mengikuti tren dan gaya hidup modern. Observasi awal menunjukkan bahwa banyak Gen Z di Brondong cenderung mengalokasikan dana untuk nongkrong, fesyen, serta hiburan digital dibandingkan menabung atau berinvestasi. Akses teknologi informasi yang semakin meningkat di wilayah tersebut juga memicu perubahan pola konsumsi, dari pemenuhan kebutuhan dasar menjadi konsumsi simbolik untuk memperoleh pengakuan sosial (Ramadhan et al., 2025). Studi Choung et al. (2025) memperkuat temuan ini dengan menunjukkan bahwa literasi keuangan digital dan gaya hidup memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumsi generasi muda. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, pengaruh lingkungan sosial, dan gaya hidup berdampak pada perilaku keuangan Generasi Z di Kecamatan Brondong, terutama di tengah perubahan sosial dan digital yang semakin cepat.

Mengacu pada berbagai penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, lingkungan sosial, dan gaya hidup merupakan elemen yang saling berkaitan dalam membentuk perilaku keuangan, khususnya pada kelompok Generasi Z. Literasi keuangan membantu meningkatkan kemampuan seseorang dalam mengelola uang, memahami risiko, dan mengambil keputusan finansial secara bijaksana. Lingkungan sosial memberikan pengaruh melalui norma, dukungan, hingga tekanan dari keluarga dan teman sebaya. Sementara itu, gaya hidup menjadi faktor penting yang dapat memperkuat atau melemahkan perilaku keuangan, tergantung bagaimana individu mengatur pola konsumsinya. Dalam konteks generasi muda yang hidup di era digital dan sangat terekspos media sosial, ketiga faktor ini saling berinteraksi dan bersama-sama membentuk kecenderungan perilaku keuangan yang dapat memengaruhi kesejahteraan finansial jangka panjang. Walaupun demikian, masih terdapat celah teori yang perlu diperhatikan. Banyak penelitian sebelumnya memandang literasi keuangan dan lingkungan sosial sebagai variabel yang berdiri sendiri dan berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan. Kajian yang menempatkan gaya hidup sebagai variabel mediasi masih terbatas, padahal gaya hidup dapat menjadi penghubung penting yang menjelaskan bagaimana literasi keuangan serta lingkungan sosial berdampak pada perilaku keuangan seseorang. Penelitian ini memberikan pembaruan dengan memasukkan gaya hidup sebagai variabel mediasi agar menghasilkan pemahaman yang lebih menyeluruh terkait mekanisme hubungan antarvariabel tersebut.

Dengan demikian, terdapat research gap yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Penelitian sebelumnya cenderung menekankan pengaruh langsung literasi keuangan terhadap perilaku keuangan, sementara pengaruh lingkungan sosial lebih sering dikaji secara parsial melalui peran keluarga atau teman sebaya. Studi ini berupaya memberikan sudut pandang baru dengan

menempatkan gaya hidup sebagai variabel mediasi guna memperoleh gambaran komprehensif mengenai interaksi antara literasi keuangan, lingkungan sosial, dan perilaku keuangan Generasi Z, serta bagaimana ketiganya berperan dalam konteks sosial budaya masyarakat Kecamatan Brondong.

TINJAUAN LITERATUR

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan proses seseorang dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilannya terkait pengelolaan keuangan, yang mencakup pengetahuan dasar mengenai keuangan, manajemen keuangan, tabungan dan investasi, serta pemahaman atas manfaat dan risiko berbagai produk keuangan (Anggraini, 2021). OECD (2015) menjelaskan bahwa literasi keuangan dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: a) Manajemen keuangan (financial management), yaitu kemampuan mengatur pemasukan dan pengeluaran serta menyusun anggaran. b) Perencanaan keuangan pribadi (financial planning), yaitu kemampuan mempersiapkan kebutuhan keuangan jangka pendek hingga jangka panjang. c) Pemanfaatan keuangan (financial utilization), yaitu kemampuan menggunakan produk dan layanan keuangan secara bijaksana. d) Pengelolaan tabungan pribadi (personal savings management), yaitu kemampuan menyisihkan dana dan membangun cadangan keuangan serta tabungan jangka panjang.

H₁: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

H₃: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Gaya Hidup.

Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial merupakan faktor eksternal yang dapat membentuk cara berpikir, sikap, serta perilaku individu. Menurut Purwanto (2009), lingkungan sosial mencakup semua orang yang dapat memberikan pengaruh kepada seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Setiadi dan Kolip (2011) menambahkan bahwa lingkungan sosial adalah tempat atau situasi di mana individu merasa menjadi bagian dari suatu kelompok, seperti keluarga, pendidikan, pekerjaan, maupun komunitas tertentu. Lingkungan sosial memainkan peran penting dalam membentuk karakter dan perilaku individu melalui interaksi antara faktor biologis dan sosial (Suyanto, 2023). Bahkan, penelitian menunjukkan bahwa 82% responden menganggap lingkungan sosial mampu mempengaruhi tindakan dan keputusan seseorang, termasuk dalam pengelolaan keuangan.

Dalam kehidupan sehari-hari, lingkungan sosial dapat memengaruhi persepsi dan tindakan seseorang, terutama generasi muda yang memiliki intensitas interaksi tinggi di berbagai lingkungan yang dinamis (Fuadi & Trisnarningsih, 2022). Lingkungan sosial yang kuat sering kali memicu perubahan gaya hidup, meningkatkan kebutuhan konsumsi, dan mendorong perilaku konsumtif. Hal ini dapat berdampak pada kemampuan individu dalam mengatur keuangan karena adanya tekanan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok pergaulan maupun tren yang berkembang. Hasil penelitian Sri Wahyuni Abdurrahman & Serli Oktapiani (2020) serta Mutiara & Aprinthasari (2020) memperlihatkan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, lingkungan sosial menjadi variabel penting dalam memahami bagaimana seseorang mengatur, menggunakan, dan merencanakan keuangan mereka.

H₂: Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

H₄: Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Gaya Hidup.

Gaya hidup

Gaya hidup menggambarkan pola perilaku, minat, serta pandangan individu dalam kehidupan sehari-hari yang tercermin melalui pilihan konsumsi, ketertarikan terhadap tren, dan keterlibatan dalam aktivitas sosial. Pola ini muncul sebagai upaya memenuhi kebutuhan integrasi sosial dan keinginan menyesuaikan diri dengan lingkungan. Individu yang memiliki gaya hidup konsumtif dan trend-oriented cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif (Haris et al., 2025).

Sumarwan (2011) membagi gaya hidup ke dalam sembilan tipe konsumen, yaitu: a) Achievers: Konsumen berpendapatan menengah-atas yang berfokus pada kesuksesan dan status, serta menyukai produk bermerek sebagai simbol prestise. b) Believers: Individu dengan nilai tradisional tinggi, memilih produk sederhana yang sesuai norma agama atau keluarga. c) Strivers: Kaum muda yang menginginkan pengakuan sosial, namun memiliki keterbatasan ekonomi dan cenderung membeli produk yang memberi kesan status. d) Experiencers: Kelompok muda berpendidikan yang aktif mencoba hal baru dan tertarik pada hiburan, fashion, dan teknologi. e) Makers: Mereka yang praktis, suka aktivitas fisik, dan memilih barang fungsional serta tahan lama. f) Thinkers: Individu dewasa yang rasional dan teliti, lebih mempertimbangkan kualitas dan manfaat produk. g) Innovators: Konsumen percaya diri, terbuka pada perubahan, dan menjadi pengadopsi awal teknologi atau produk baru. h) Survivors: Kelompok dengan sumber daya terbatas, fokus pada kebutuhan pokok dan harga murah. i) Actualizers: Individu mapan yang menyeimbangkan materialitas dengan pengembangan diri dan memilih produk yang meningkatkan kualitas hidup.

H₅: Gaya Hidup berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah bidang yang mempelajari bagaimana individu menanggapi informasi dan membuat keputusan untuk memperoleh hasil finansial optimal dengan mempertimbangkan risiko yang ada (Litner, 1998). Perilaku ini mencakup kemampuan seseorang dalam mengelola sumber daya keuangan untuk melakukan alokasi dana secara tepat (Suari & Julianto, 2024). Secara umum, perilaku keuangan menggambarkan bagaimana seseorang mengatur, menggunakan, dan memperlakukan keuangannya. Individu dengan perilaku keuangan yang baik mampu mengelola dana secara efisien melalui penyusunan anggaran, menabung, mengendalikan pengeluaran, melakukan investasi, serta membayar kewajiban tepat waktu.

Akben-Selcuk (2015) mengelompokkan perilaku keuangan menjadi tiga indikator: a) Ketepatan waktu membayar tagihan, yaitu kebiasaan individu dalam memenuhi kewajiban pembayaran setiap bulan. b) Penyusunan anggaran pribadi, yaitu pembuatan rencana keuangan dalam bentuk anggaran untuk periode tertentu. c) Kepemilikan tabungan masa depan, yaitu kemampuan menyediakan simpanan yang dapat digunakan dalam situasi darurat atau kebutuhan mendatang.

H₆: Literasi Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup.

H₇: Lingkungan Sosial berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z, dengan gaya hidup sebagai variabel intervening. Pendekatan kuantitatif digunakan karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif berdasarkan data numerik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z berusia 12–27 tahun (kelahiran 1997–2012) yang tinggal di Kecamatan Brondong, Kabupaten Lamongan, dengan jumlah 18.037 jiwa (Shobirin, 2024). Pengambilan sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin karena jumlah populasi diketahui secara pasti, dengan tingkat kesalahan 10% ($e = 0,1$).

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

Dengan $N = 18.037$ dan $e = 0,1$, diperoleh hasil:

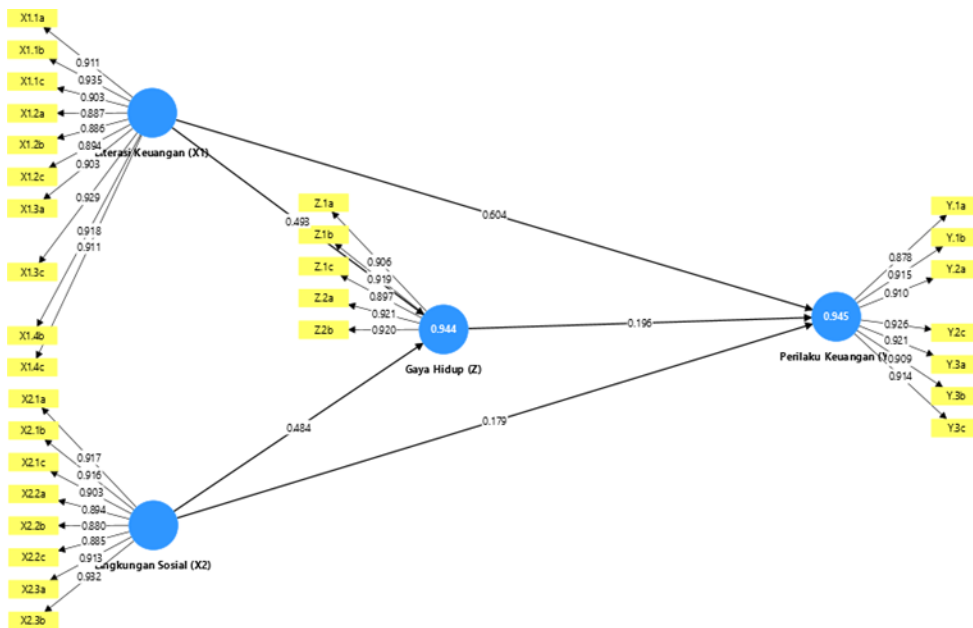
$$n = 99,6 \approx 100$$

Dengan $N = 18.037$ dan $e = 0,1$, perhitungan menghasilkan jumlah sampel sebesar 99,6 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah tersebut dipandang cukup representatif untuk menggambarkan karakteristik Generasi Z di wilayah penelitian. Adapun kriteria responden adalah individu berusia 12–27 tahun yang berdomisili di Kecamatan Brondong. Sampel ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat dan relevan terhadap fenomena yang diteliti. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert yang telah melalui uji validitas dan reliabilitas guna memastikan tingkat akurasi dan konsistensi hasil pengukuran. Kuesioner didistribusikan melalui dua metode, yakni penyebaran langsung kepada responden serta melalui media daring. Seluruh kuesioner yang diterima dan memenuhi syarat kelayakan data selanjutnya dianalisis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) karena metode ini mampu menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antarvariabel dan tepat digunakan untuk model penelitian sosial yang memiliki tingkat kompleksitas tinggi.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku keuangan, sedangkan variabel independen meliputi literasi keuangan, lingkungan sosial, serta gaya hidup sebagai variabel mediasi. Penelitian juga memasukkan gender sebagai variabel moderasi. Perilaku keuangan diukur menggunakan tiga indikator, yaitu: a) Ketepatan waktu dalam membayar tagihan, b) Penyusunan anggaran pribadi, c) Kepemilikan tabungan masa depan (Akben-Selcuk, 2015). Variabel literasi keuangan diukur berdasarkan indikator dari OECD (2015), yaitu: a) Pengelolaan keuangan, b) Perencanaan keuangan, c) Pemanfaatan layanan keuangan, d) Pengelolaan tabungan. Sementara itu, variabel lingkungan sosial diukur melalui indikator: a) Pengaruh teman sebaya, b) Kondisi lingkungan sekitar tempat tinggal, c) Keterlibatan individu dalam kegiatan sosial masyarakat. Variabel mediasi berupa gaya hidup diukur menggunakan indikator dari Adriawan (2015), yaitu: a) Orientasi terhadap tren, b) Persepsi terhadap penilaian orang lain, c) Preferensi terhadap barang bermerek.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis



Hasil pengujian outer loading menunjukkan bahwa seluruh indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai di atas 0,70. Nilai ini mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki kemampuan yang sangat baik dalam merepresentasikan atau menjelaskan konstruk yang diukurnya. Menurut Hair et al. (2019), outer loading di atas 0,70 menunjukkan bahwa indikator memiliki validitas konvergen yang kuat karena lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dapat dinyatakan reliabel dan valid, serta layak digunakan dalam model penelitian, sehingga tidak diperlukan penghapusan indikator pada tahap pengukuran (outer model). Hal ini juga menunjukkan bahwa konstruk dalam penelitian telah terukur secara tepat melalui indikator yang digunakan.

Hipotesis	Path Coefficient	p-value	95% Interval Kepercayaan Path Coefficient	
			Batas Bawah	Batas Atas
H1. Literasi Keuangan --> Perilaku Keuangan	0.604	0.000	0.608	0.859
H2. Lingkungan Sosial --> Perilaku Keuangan	0.179	0.140	-0.059	0.421
H3. Literasi Keuangan --> Gaya Hidup	0.493	0.000	0.264	0.710
H4. Lingkungan Sosial --> Gaya Hidup	0.484	0.000	0.265	0.714
H5. Gaya Hidup --> Perilaku Keuangan	0.196	0.089	-0.051	0.408

Data diolah oleh peneliti 2025.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

Hipotesis H1 menguji pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan. Hasil analisis menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,604 dengan p-value 0,000. Karena p-value berada di

bawah 0,05, maka dapat dipastikan bahwa Literasi Keuangan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Interval kepercayaan 95% berada antara 0,608 hingga 0,859, dan seluruh nilai berada pada rentang positif, menunjukkan bahwa hubungan tersebut stabil dan konsisten. Dengan demikian, H1 dinyatakan diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, semakin baik pula perilaku keuangannya.

Temuan ini mendukung penelitian Rohmanto & Susanti, yang mengonfirmasi bahwa literasi keuangan berpengaruh secara parsial terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Andiani & Maria (2021–2022), yang menemukan bahwa literasi keuangan mampu meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan Generasi Z, termasuk dalam aspek perencanaan keuangan, pengaturan pendapatan, tabungan, dan investasi. Namun demikian, temuan penelitian ini tidak sejalan dengan studi Kusnandar & Kurniawan yang mendapati bahwa literasi keuangan tidak memberikan pengaruh langsung pada perilaku keuangan ibu rumah tangga di Tasikmalaya. Hasil ini juga berbeda dengan temuan Gahagho, Rotinsulu & Mandeij yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa literasi keuangan merupakan komponen penting yang memengaruhi cara individu mengatur keuangan mereka. Pengetahuan keuangan yang baik mampu membentuk kebiasaan finansial yang lebih sehat, mulai dari pengelolaan pendapatan hingga pengambilan keputusan finansial yang cerdas.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan

Hipotesis H2 menguji hubungan antara Lingkungan Sosial dan Perilaku Keuangan. Hasil analisis menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,168 dengan p-value 0,140. Karena p-value > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Lingkungan Sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Rentang interval kepercayaan 95% berada pada –0,059 hingga 0,421, dan karena mencakup nilai negatif maupun positif, maka pengaruh tersebut dinilai tidak konsisten. Dengan demikian, H2 ditolak, dan variabel lingkungan sosial tidak dapat dianggap sebagai prediktor kuat bagi perilaku keuangan.

Hasil ini mendukung temuan Aisyah et al. (2023) yang melaporkan bahwa lingkungan sosial tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Penelitian Dewi Febrianti & Argo Putra Prima (2023) juga menunjukkan hasil serupa, bahwa faktor sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku finansial seseorang. Sebaliknya, hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Abdurrahman & Oktapiani (2023), yang menemukan bahwa lingkungan sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Hasil ini juga bertolak belakang dengan studi Suyanto & Sada (2022), yang menyatakan bahwa lingkungan sosial berkontribusi positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak menjadi faktor utama dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z di Kecamatan Brondong. Pengaruh teman sebaya, keluarga, maupun lingkungan sekitar tidak cukup kuat untuk memengaruhi pola pengelolaan keuangan responden. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek lain di luar faktor sosial lebih dominan memengaruhi perilaku keuangan individu.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup

Hipotesis H3 menguji pengaruh Literasi Keuangan terhadap Gaya Hidup. Hasil PLS-SEM menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,493 dengan p-value 0,000. Karena nilai p lebih kecil dari 0,05, maka literasi keuangan dinyatakan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup. Interval kepercayaan 95% berkisar dari 0,264 hingga 0,710, di mana seluruh nilai berada pada wilayah positif. Hal ini membuktikan bahwa pengaruhnya stabil dan dapat diandalkan. Dengan demikian, H3 diterima.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang baik cenderung mengarahkan individu pada pilihan gaya hidup yang lebih terkontrol. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sufiansyah dkk., yang menyatakan bahwa literasi keuangan berdampak signifikan pada gaya hidup dan kecenderungan konsumtif para santri. Konsistensi juga terlihat pada penelitian Muhajir dkk., yang menemukan bahwa literasi keuangan memengaruhi gaya hidup ibu rumah tangga yang tidak bekerja. Namun demikian, temuan ini berbeda dengan hasil penelitian Siregar & Pratiwi (2023), yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap gaya hidup Generasi Z. Perbedaan hasil ini kemungkinan disebabkan oleh variasi karakteristik responden, latar belakang sosial, atau perbedaan konteks budaya penelitian. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan berperan dalam membentuk gaya hidup Generasi Z di Kecamatan Brondong. Pemahaman finansial yang lebih baik membuat individu cenderung memilih pola hidup yang lebih rasional dan sesuai dengan kemampuan ekonomi mereka. Oleh karena itu, hipotesis H3 dinyatakan diterima.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup

Pada hipotesis H4, yang menguji pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup, diperoleh nilai path coefficient sebesar 0,484 dengan p-value 0,000. Karena p-value < 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa Lingkungan Sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup. Rentang interval kepercayaan 95% berada pada 0,265 sampai 0,714 dan seluruhnya bernilai positif, sehingga menunjukkan konsistensi pengaruh tersebut. Dengan demikian, H4 diterima.

Hasil ini sejalan dengan temuan Suhartini dan Dewi (2022), yang menyimpulkan bahwa lingkungan sosial memberikan kontribusi penting dalam membentuk gaya hidup mahasiswa di era digital. Interaksi dalam jaringan pertemanan, komunitas, serta paparan media sosial mendorong individu mengikuti tren konsumsi yang sedang populer. Penelitian Ristanti dan Hidajat (2024) juga mendukung hasil ini dengan menunjukkan bahwa tekanan dari komunitas digital dan intensitas pergaulan meningkatkan kecenderungan gaya hidup konsumtif, terutama pada mahasiswa pengguna Genshin Impact. Kedua studi tersebut memperkuat peran lingkungan sosial sebagai faktor kunci yang memengaruhi preferensi gaya hidup generasi muda yang aktif berinteraksi di dunia digital. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan Rohmah dan Pratama (2022), yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa di Malang. Dalam penelitian tersebut, pola konsumsi mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh media digital dan tren global daripada interaksi sosial langsung. Penelitian Fadillah dan Kurniawan (2023) juga memberikan dukungan pada pandangan tersebut dengan menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup lebih banyak dipengaruhi oleh konten digital, iklan daring, dan algoritma media sosial. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup bersifat signifikan dalam konteks penelitian yang dilakukan. Oleh sebab itu, hipotesis mengenai pengaruh lingkungan sosial terhadap gaya hidup dinyatakan diterima.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan

Hipotesis H5 menguji pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan, dengan hasil path coefficient sebesar 0,195 dan p-value 0,089. Karena p-value lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Rentang interval kepercayaan -0,051 hingga 0,408 masih mencakup nilai negatif dan positif, sehingga menggambarkan pengaruh yang tidak stabil. Dengan demikian, H5 ditolak, dan Gaya Hidup tidak dapat dianggap sebagai faktor penentu perilaku keuangan.

Temuan ini tidak sejalan dengan sejumlah penelitian yang menyimpulkan bahwa literasi

keuangan berdampak pada perilaku keuangan. Misalnya, penelitian Rohmanto & Susanti menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang lebih tinggi menghasilkan perilaku keuangan yang lebih baik. Penelitian Andiani & Maria (2021–2022) juga mendukung pandangan tersebut dengan menyatakan bahwa literasi keuangan generasi Z memiliki pengaruh signifikan terhadap kemampuan mengelola pendapatan, menabung, dan berinvestasi. Namun, hasil penelitian ini konsisten dengan beberapa penelitian lain yang menyebutkan bahwa literasi keuangan tidak selalu menjadi faktor utama yang memengaruhi perilaku keuangan. Contohnya, penelitian Kusnandar & Kurniawan menemukan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan ibu rumah tangga di Tasikmalaya. Hal serupa ditemukan oleh Gahagho, Rotinsulu & Mandei, yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap cara mahasiswa mengelola keuangannya. Konsistensi ini menunjukkan bahwa pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan sangat bergantung pada karakteristik responden dan kondisi penelitian.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup

Pada hipotesis H6 yang menguji pengaruh tidak langsung Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup, diperoleh nilai path coefficient sebesar 0,097 dengan p-value 0,124. Dengan p-value > 0,05, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup tidak memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan. Interval kepercayaan 95% yang berada pada rentang -0,025 hingga 0,227 turut memperkuat bahwa pengaruh mediasi ini tidak signifikan. Oleh karena itu, H6 ditolak.

Temuan ini selaras dengan penelitian Dewi & Darma (2022), yang menyatakan bahwa Gaya Hidup memiliki peran mediasi penuh dalam hubungan antara Literasi Keuangan dan perilaku manajemen keuangan, sehingga Literasi Keuangan tidak berpengaruh langsung tanpa peran gaya hidup. Penelitian Sari et al. (2024) juga mendukung hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan baru muncul ketika Gaya Hidup berperan sebagai mediator. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa dalam konteks penelitian yang dilakukan, Gaya Hidup tidak berfungsi sebagai perantara, sehingga pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan tidak dimoderasi oleh variabel tersebut. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Gender tidak berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan. Hal ini menyebabkan hipotesis terkait moderasi gender dinyatakan ditolak karena tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam mengubah hubungan kedua variabel tersebut.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup

Hipotesis H7 menguji pengaruh tidak langsung Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan melalui Gaya Hidup. Hasil analisis menunjukkan nilai path coefficient sebesar 0,095 dengan p-value 0,118. Karena p-value melebihi 0,05, dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup tidak memediasi hubungan antara Lingkungan Sosial dan Perilaku Keuangan. Rentang interval kepercayaan -0,024 hingga 0,217 yang mencakup nilai negatif dan positif menguatkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan. Dengan demikian, H7 ditolak.

Walaupun mediasi tidak terbukti, hasil ini masih sejalan dengan pandangan teoretis dalam penelitian Dewi & Darma (2022) dan Sari et al. (2024), yang menekankan bahwa gaya hidup dapat menjadi variabel perantara penting dalam menghubungkan faktor internal maupun eksternal dengan perilaku keuangan. Namun, dalam konteks penelitian ini, Gaya Hidup tidak berhasil menjembatani pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Keuangan, sehingga hubungan antara kedua variabel tersebut tidak bergantung pada gaya hidup. Oleh sebab itu, H7 dinyatakan ditolak dan tidak ditemukan bukti empiris bahwa Gaya Hidup menjadi mediator

antara Lingkungan Sosial dan Perilaku Keuangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis pada seluruh hipotesis yang telah dibahas sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup, namun hanya Literasi Keuangan yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Sebaliknya, Lingkungan Sosial dan Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan, sehingga variabel ini tidak dapat dianggap sebagai prediktor yang kuat dalam membentuk perilaku keuangan individu. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Gaya Hidup tidak mampu memediasi hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan, maupun hubungan antara Lingkungan Sosial dan Perilaku Keuangan. Hal ini dibuktikan oleh nilai p-value pada kedua jalur mediasi yang lebih besar dari 0,05 serta interval kepercayaan yang mencakup nilai negatif dan positif, menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut tidak signifikan. Dengan demikian, hipotesis mediasi H6 dan H7 dinyatakan ditolak, dan Gaya Hidup tidak memainkan peran perantara dalam kedua hubungan tersebut. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa Literasi Keuangan merupakan variabel yang paling konsisten memberikan pengaruh nyata, baik secara langsung terhadap Perilaku Keuangan maupun terhadap Gaya Hidup. Sementara itu, Lingkungan Sosial hanya berpengaruh pada pembentukan Gaya Hidup, tetapi tidak berkontribusi langsung pada Perilaku Keuangan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembentukan perilaku keuangan pada Generasi Z di Kecamatan Brondong lebih banyak ditentukan oleh faktor internal berupa pemahaman keuangan, bukan oleh pengaruh sosial maupun pola gaya hidup.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran dapat diberikan. Individu diharapkan terus meningkatkan literasi keuangan agar mampu membentuk perilaku keuangan yang lebih bijak dan terarah, karena pemahaman finansial yang baik merupakan dasar penting dalam pengambilan keputusan sehari-hari. Lembaga pendidikan juga perlu memperkuat program edukasi literasi keuangan melalui kurikulum maupun kegiatan pendukung seperti seminar dan pelatihan, sehingga mahasiswa memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang lebih matang. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas jumlah sampel, cakupan wilayah, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti kontrol diri, pendapatan, pengalaman keuangan, atau pengaruh teman sebaya agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriawan, A. (2015). *Perilaku Konsumtif dan Pengaruh Lingkungan Sosial*. Jakarta: Prenada Media.
- Akben-Selcuk, E. (2015). Factors influencing college students' financial behavior in Turkey: Evidence from a national survey. *International Journal of Economics and Finance*, 7(6), 87–94.
- Andiani, N., & Maria, S. (2022). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan Generasi Z. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(2), 145–156.
- Anggraini, D. (2021). Literasi Keuangan dan Pengaruhnya Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 12–22.
- Assyfa, F. (2020). Persepsi Gender dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Psikologi dan Sosial*, 5(1), 33–41.

- Gahagho, W., Rotinsulu, J., & Mandei, D. (2020). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal EMBA*, 8(4), 1120–1128.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). Sage Publications.
- Haris, R., Putra, D., & Suryani, A. (2025). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi muda. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 4(1), 55–66.
- Kominfo. (2022). *Laporan Perkembangan Digital dan Perilaku Masyarakat Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika RI.
- Kusnandar, A., & Kurniawan, E. (2021). Literasi keuangan dan pengaruhnya terhadap perilaku keuangan ibu rumah tangga. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 9(2), 98–105.
- Litner, G. (1998). Behavioral finance: Why investors make bad decisions. *Journal of Financial Planning*, 11(1), 82–85.
- Nirmala, T., Agustina, S., Subagyo, H., & Istanti, E. (2023). Gender sebagai moderator literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 220–230.
- OECD. (2015). *OECD/INFE Core Competencies Framework on Financial Literacy for Youth*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2017). *Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia*. OJK.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. Jakarta: OJK.
- Ramadhan, A., Putri, L., & Sari, M. (2025). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup konsumtif generasi Z. *Jurnal Sosial Media dan Masyarakat*, 3(1), 21–30.
- Rohmanto, F., & Susanti, H. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(1), 56–67.
- Sari, D., Nurhayati, L., & Yulianti, L. (2023). Gender sebagai moderator hubungan literasi keuangan dan perilaku keuangan. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 14(2), 233–244.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suari, R., & Julianto, I. (2024). Determinan perilaku keuangan pada generasi muda. *Jurnal Finansial dan Perbankan*, 18(1), 75–84.
- Visa. (2022). *Southeast Asia Gen Z Financial Behavior Report*. Visa Inc.