



Pengaruh Lingkungan Sosial, *Self Control*, dan Perilaku Keuangan terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Generasi Z di Kota Palembang

Salsabil Marsselia^{1*}, Andrian Noviardy², Siti Nurhayati Nafsiah³, Wiwin Agustian⁴

^{1,2,4}Manajemen, ³Akutansi, Universitas Bina Darma Palembang, Indonesia

Email: marsseliasalsabil@gmail.com^{1*}, andrian.noviardy@binadarma.ac.id², siti_nurhayati@binadarma.ac.id³, wiwinagustian@binadarma.ac.id⁴

*Penulis Korespondensi: marsseliasalsabil@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the influence of the social environment, self-control, and financial behavior on the consumptive lifestyle of Generation Z in Palembang. The study was conducted among students at Bina Darma University using a quantitative approach through a survey and questionnaire distribution. The research sample consisted of 200 respondents determined using the Slovin formula. Data analysis was performed using descriptive statistics and multiple linear regression, including partial and simultaneous tests. The results indicate that, when analyzed partially, the social environment has a positive and significant effect on the consumptive lifestyle, whereas self-control and financial behavior do not have a significant effect. Simultaneously, the social environment, self-control, and financial behavior have a significant effect on Generation Z's consumerist lifestyle. The results of the descriptive analysis show that the social environment still influences consumption behavior, even though the tendency toward a consumerist lifestyle among Generation Z is relatively low. This situation highlights the importance of self-control and financial behavior in maintaining healthy consumption patterns.*

Keywords: *Consumptive Lifestyle; E-Commerce; Financial Behavior; Generation Z; Self Control.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z di Palembang. Penelitian ini dilakukan di kalangan mahasiswa Universitas Bina Darma dengan menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei dan penyebaran kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 200 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dan regresi linier berganda, termasuk uji parsial dan simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ketika dianalisis secara parsial, lingkungan sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif, sedangkan pengendalian diri dan perilaku keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Secara simultan, lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup konsumtif Generasi Z. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa lingkungan sosial masih memengaruhi perilaku konsumsi, meskipun kecenderungan terhadap gaya hidup konsumtif di kalangan Generasi Z relatif rendah. Situasi ini menyoroti pentingnya pengendalian diri dan perilaku keuangan dalam menjaga pola konsumsi yang sehat. Translated with DeepL.com (free version)

Kata kunci: *E-Commerce; Gaya Hidup Konsumtif; Generasi Z; Lingkungan Sosial; Perilaku Keuangan.*

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi digital telah memberikan dampak yang signifikan pada banyak aspek kehidupan masyarakat, termasuk kebiasaan konsumsi mereka. Kemajuan di internet, media sosial, e-commerce, dan sistem pembayaran digital telah memudahkan pelanggan untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan transaksi secara cepat dan praktis. Berdasarkan hasil survei penetrasi internet Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Layanan Internet Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia akan mencapai 221,5 juta pada 2024, terhitung 97,5 persen dari total populasi. Peningkatan penggunaan internet menggambarkan bahwa teknologi digital telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat, terutama

di kalangan generasi muda, yang aktif menggunakan platform digital dalam aktivitas sehari-hari mereka (Indonesia, 2024).

Menurut penelitian Novianti dan Suwaidi (2024), perilaku konsumtif mahasiswa telah dikaitkan dengan kemajuan teknologi digital, gaya hidup, dan pengendalian diri. Para mahasiswa yang terutama berada dalam braket Generasi Z juga menunjukkan fenomena ini. Mahasiswa berada dalam tahap memperluas lingkungan sosial mereka, mengembangkan gaya hidup mereka, dan mencari identitas mereka sendiri. Siswa biasanya memantau secara ketat munculnya tren di media sosial dan konteks asosiasi selama era ini. Selain itu, siswa didorong untuk mengkonsumsi lebih mudah daripada generasi sebelumnya karena aksesibilitas layanan pembelian online, pemasaran digital, dan penggunaan dompet elektronik. Keadaan ini berpotensi untuk meningkatkan kecenderungan perilaku konsumen jika tidak diimbangi oleh pengendalian diri yang baik dan keterampilan manajemen keuangan.

Karena Kota Palembang merupakan pusat kegiatan masyarakat, pendidikan, dan perekonomian di Provinsi Sumatera Selatan, maka dipilih sebagai tempat penelitian. Palembang, ibu kota provinsi, telah mengembangkan teknologi informasi dengan cukup cepat dan menjadi tujuan bagi mahasiswa dari seluruh penjuru tanah air. Lingkungan yang mendorong pengembangan pola konsumsi baru diciptakan oleh keberadaan banyak pusat perbelanjaan, aksesibilitas pasar, meningkatnya penggunaan sistem pembayaran digital, dan penggunaan media sosial yang signifikan di kalangan penduduk muda. Palembang merupakan tempat yang relevan untuk meneliti fenomena gaya hidup konsumtif Generasi Z karena hal ini.

Universitas Bina Darma merupakan salah satu perguruan tinggi di Kota Palembang dengan badan mahasiswa yang cukup besar. Berdasarkan data akademik Semester Ganjil tahun ajaran 2025-2026, 3.453 mahasiswa terdaftar di Universitas Bina Darma. Mayoritas siswa adalah anggota Generasi Z, yang diakui karena aktif menggunakan media sosial, teknologi digital, dan layanan berbasis internet lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa Universitas Bina Darma merupakan kelompok yang relevan untuk belajar guna memahami unsur-unsur yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif generasi muda.

Kecenderungan individu untuk mengkonsumsi berlebihan karena keinginan daripada kebutuhan dikenal sebagai gaya hidup konsumtif. Kecenderungan siswa membeli barang-barang populer menunjukkan perilaku konsumtif.

Jika perilaku ini berlanjut, mungkin memiliki sejumlah konsekuensi yang merugikan, termasuk limbah, masalah dengan keuangan pribadi, lebih bergantung pada dukungan keuangan orang tua, dan berkurangnya kapasitas bagi siswa untuk bersiap-siap untuk kemandirian finansial akhirnya (Aurelia, 2024).

Gaya hidup konsumtif mahasiswa memiliki konsekuensi yang lebih luas selain efek pribadi. Perilaku konsumtif dapat menyulitkan siswa untuk menangani uang mereka secara masuk akal. Meningkatnya konsumsi dapat membuat pengeluaran keluarga lebih sulit bagi orang tua. Situasi ini juga menjadi kekhawatiran besar bagi pemerintah dan perguruan tinggi karena terkait dengan inisiatif untuk mempromosikan karakter generasi muda, meningkatkan literasi keuangan, dan menghasilkan sumber daya manusia yang lebih baik.

Menurut penelitian sebelumnya, gaya hidup konsumtif dipengaruhi oleh sejumlah faktor internal dan eksternal. Lingkungan sosial adalah salah satu komponen eksternal yang diyakini mempengaruhi perilaku konsumtif. Pemikiran dan perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial, yang mencakup pengaturan teman, keluarga, dan asosiasi. Siswa biasanya memodifikasi perilaku konsumsi mereka ke kelompok sosial di mana mereka berinteraksi untuk mencapai persetujuan dan perhatian dari lingkungan sekitar. Selain lingkungan sosial, aspek internal yang diasumsikan mempengaruhi gaya hidup konsumtif adalah pengendalian diri. Individu yang memiliki tingkat pengendalian diri yang baik cenderung lebih mampu menekan dorongan untuk membuat pengeluaran yang tidak dibutuhkan. Perilaku keuangan yang berkaitan dengan kapasitas masyarakat untuk mengelola, merencanakan, dan memanfaatkan sumber daya keuangan secara efisien adalah elemen lain yang juga penting (Rabbani et al., 2024).

Banyak penelitian telah dilakukan tentang lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan. Meskipun demikian, mayoritas penelitian dilakukan di berbagai situs, sifat responden, dan kombinasi variabel. Masih kurangnya penelitian tentang bagaimana lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan mempengaruhi gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa aktif Universitas Bina Darma. Hasilnya, studi ini dilakukan untuk menutup kesenjangan penelitian dan menawarkan ringkasan variabel yang mempengaruhi gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z di lingkungan perguruan tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dilakukan dengan judul “Pengaruh Lingkungan Sosial, Self Control, dan Perilaku Keuangan terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Generasi Z di Kota Palembang.”

2. KAJIAN TEORITIS

Lingkungan Sosial

Hubungan individu dengan keluarga, teman, kelompok sebaya, komunitas, dan media sosial dapat menciptakan lingkungan sosial yang membentuk sikap dan perilaku mereka. Kotlere dkk. (2021) menyatakan bahwa determinan sosial dalam perilaku konsumen meliputi

peran dan status sosial, keluarga, dan kelompok referensi. Media sosial adalah komponen lingkungan sosial di era digital karena membuat informasi, tren, promosi, dan gaya hidup dapat diakses. Terutama di Generasi Z yang menggunakan media sosial dengan intensitas yang relatif tinggi, paparan ini mungkin berdampak pada kebiasaan konsumsi (Oustin & Habiburrahman, 2023; Widiastuti dkk., 2023). Faktor keluarga, media sosial, dan tekanan sosial digunakan dalam penelitian ini untuk melihat lingkungan sosial.

Self Control

Kapasitas untuk mengatur pikiran, perasaan, dan dorongan seseorang untuk bertindak sesuai dengan tujuan dan kekhawatiran jangka panjang dikenal sebagai pengendalian diri. Menurut Syarifah dan Yuliana (2022), pengendalian diri dikaitkan dengan kemampuan mengelola perilaku dan mempertimbangkan efek dari pilihan yang dibuat. Pengendalian diri yang rendah memudahkan masyarakat untuk melakukan pembelian yang tidak perlu karena mereka lebih impulsif dan mengutamakan gratifikasi jangka pendek (Septaviani & Prajawati, 2024). Pengendalian impuls, pengambilan keputusan, pengendalian emosi, dan disiplin diri merupakan indikator pengendalian diri dalam penelitian ini.

Perilaku Keuangan

Kemampuan untuk secara efisien merencanakan, mengelola, dan mengatur penggunaan keuangan seseorang dikenal sebagai perilaku keuangan. Amri et al (2022). Perilaku keuangan meliputi perencanaan, penganggaran, pengelolaan, pengendalian, dan tindakan penyimpanan. Menurut Dew dan Xiao (2011), perilaku manajemen keuangan dibagi menjadi empat kategori: manajemen utang, tabungan dan investasi, manajemen arus kas, dan konsumsi (Amri et al., 2022). Orang-orang yang mempraktikkan perilaku keuangan yang sehat lebih mampu memprioritaskan kebutuhan dan keinginan mereka serta mengelola pengeluaran mereka. Faktor perilaku keuangan yang digunakan dalam penelitian ini termasuk kontrol pengeluaran, praktik tabungan, manajemen uang, dan perencanaan keuangan.

Gaya Hidup Konsumtif

Perilaku konsumsi yang menempatkan keinginan, kesenangan, tren, dan pengakuan sosial di atas kebutuhan disebut sebagai gaya hidup konsumtif. Menurut Amalia (2022), perilaku konsumtif didefinisikan oleh kecenderungan untuk membeli atau memanfaatkan barang tanpa memberi mereka banyak pemikiran. Menurut teori Veblen tentang konsumsi mencolok (1899), konsumsi juga dapat berfungsi sebagai status dan simbol pengakuan sosial.

Munculnya media sosial dan e-commerce di Generasi Z berkontribusi pada perkembangan kebiasaan membeli ini. (2024) menemukan hubungan antara gaya hidup digital dan perilaku konsumen melalui pasar, Believer dsb. (2022) menunjukkan bagaimana gaya

hidup dan pengendalian diri mempengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z. Pembelian impulsif, konsumsi berlebihan, mengejar kesenangan atau kepuasan cepat, pembelian status dan kecantikan, dan tren digunakan dalam studi ini untuk mengukur gaya hidup konsumtif (Amalia, 2022; Fitri et al., 2022).

Hubungan Antarvariabel

Karena orang-orang sering memodifikasi perilaku mereka agar sesuai dengan kelompok sosial dan pengaturan di mana mereka terlibat, lingkungan sosial dapat berdampak pada gaya hidup konsumtif. Pengaruh dari teman sebaya, keluarga, media sosial, dan tekanan sosial dapat mendorong orang untuk mengadopsi kebiasaan dan tren konsumsi tertentu (Haq, 2022; Khoirotunnisa, 2024). Oleh karena itu, orang lebih cenderung menjalani gaya hidup konsumtif ketika lingkungan sosial memiliki pengaruh yang lebih tinggi.

Di sisi lain, pengendalian diri berfungsi sebagai perlindungan terhadap dorongan untuk mengkonsumsi. Orang dengan kontrol diri yang kuat biasanya mampu menahan pembelian impuls dan menimbang kebutuhan mereka sebelum melakukan pembelian. Sebaliknya, orang yang kurang kontrol diri lebih cenderung melakukan pembelian yang berlebihan (Septaviani & Prajawati, 2024; Lestari & Haris, 2024). Oleh karena itu, diyakini bahwa penurunan gaya hidup konsumtif dikaitkan dengan peningkatan pengendalian diri.

Pola makan individu juga dipengaruhi oleh perilaku keuangan. Limbah dapat dicegah dengan memiliki kemampuan untuk memprioritaskan prioritas, mengelola pengeluaran, dan menyiapkan keuangan. Namun, kebiasaan keuangan yang buruk dapat membuat orang lebih cenderung membeli barang-barang yang tidak mereka butuhkan (Widiana & Hartini, 2023; (Wahyuni & Nur, 2024) Oleh karena itu, kecenderungan terhadap gaya hidup konsumtif menurun seiring dengan peningkatan perilaku keuangan.

Diyakini bahwa ketiga faktor tersebut terkait dengan gaya hidup konsumtif. Sementara kontrol diri dan perilaku keuangan mungkin berfungsi sebagai faktor internal yang mengatur keputusan pembelian, lingkungan sosial dapat bekerja sebagai pengaruh eksternal. Ketiga elemen tersebut bersama-sama menjadi dasar evaluasi pola hidup konsumtif murid Generasi Z Kota Palembang.

Penelitian Terdahulu

Banyak aspek sosial, psikologis, dan keuangan telah dikaitkan dengan perilaku konsumtif Generasi Z, menurut penelitian sebelumnya. (2022) menemukan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z secara signifikan dipengaruhi oleh gaya hidup, pengendalian diri, dan pengetahuan keuangan. Fitri et al. (2022) menemukan bahwa penggunaan e-commerce dapat mempromosikan dan memfasilitasi konsumsi siswa, sementara Funky et al. (2023)

menunjukkan bagaimana gaya hidup dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumsi. (2024) menunjukkan hubungan antara perilaku konsumen Generasi Z melalui pasar dan kehidupan berbasis digital.

Temuan studi menunjukkan bahwa pola konsumsi individu dapat dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, termasuk kontrol diri dan perilaku keuangan, serta lingkungan sosial dan kemajuan teknologi digital. Namun, saat ini masih ada kelangkaan penelitian yang mengkaji efek gabungan dari lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan terhadap gaya hidup konsumtif siswa Generasi Z, khususnya di Kota Palembang. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut terkait dengan gaya hidup konsumtif siswa Generasi Z Kota Palembang.

3. METODE PENELITIAN

Studi ini meneliti bagaimana lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan mempengaruhi gaya hidup konsumtif siswa Generasi Z di Kota Palembang menggunakan metodologi kuantitatif dan metode survei. Mahasiswa Program Sarjana (S1) Universitas Bina Darma Palembang mengikuti studi tersebut.

Berdasarkan informasi dari Database Pendidikan Tinggi (PDDIKTI), populasi penelitian terdiri dari 2.858 mahasiswa aktif yang terdaftar di Program Sarjana (S1) Universitas Bina Darma pada semester ganjil tahun ajaran 2025-2026. Algoritme Slovin dengan tingkat kesalahan 7% digunakan untuk memilih sampel, menghasilkan minimal 191 responden. Jumlah kuesioner yang beredar ditetapkan 200 untuk memperhitungkan sebagian atau sebagian data yang tidak lengkap berdasarkan kriteria.

.Purposive sampling digunakan dalam prosedur sampel, dan peserta harus aktif sarjana (S1) antara usia 17 dan 29 tahun, termasuk anggota Generasi Z, yang telah melakukan pembelian secara online dan bersedia untuk berpartisipasi.

Data primer dan sekunder digunakan. Sementara data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, studi lain, dan sumber terkait lainnya, data primer dikumpulkan melalui pendistribusian survei Google Forms kepada responden secara online. Skala Likert dengan empat kategori respons sangat setuju (4), setuju (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1) digunakan untuk mengukur instrumen studi, yang dipersonalisasi sesuai dengan indikator masing-masing variabel.

Variabel dependen studi ini adalah gaya hidup konsumtif (Y), dan faktor independennya adalah perilaku keuangan (X3), kontrol diri (X2), dan lingkungan sosial (X1). Peer, keluarga, media sosial, dan tekanan sosial digunakan untuk mengukur lingkungan sosial

(Mukmin et al., 2022). Pengendalian impuls, pengambilan keputusan, pengaturan emosional, dan disiplin diri merupakan indikator pengendalian diri (Lestari & Haris, 2024). Perencanaan keuangan, manajemen uang, praktik menabung, dan pengendalian pengeluaran semuanya digunakan untuk mengukur perilaku keuangan (Fungky et al., 2023). Sebaliknya, pembelian impulsif, konsumsi berlebihan, mengikuti tren, dan kenikmatan yang cepat menjadi indikator gaya hidup konsumtif (Amalia, 2022; Fitri et al., 2022).

Perangkat lunak SPSS digunakan untuk menganalisis data. Uji validitas dan reliabilitas adalah contoh uji instrumen. Keandalan dievaluasi menggunakan nilai Alpha Cronbach, dan instrumen ini dianggap dapat diandalkan jika nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60 (Ghozali, 2021). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai yang dihitung dengan tabel. Selain itu, uji normalitas, multicollinearity, dan heteroskedastisitas adalah contoh uji asumsi tradisional yang diperlukan saat melakukan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis menggunakan persamaan berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Menurut model, Y mewakili gaya hidup konsumtif, X1 mewakili lingkungan sosial, X2 mewakili kontrol diri, X3 mewakili perilaku keuangan, a mewakili konstan, b_1 , b_2 , dan b_3 mewakili koefisien regresi untuk setiap variabel independen dan e mewakili kesalahan. Uji-t digunakan untuk memeriksa pengaruh variabel sebagian, dan uji-F dengan ambang signifikansi 5% digunakan pada saat yang sama. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik faktor independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Responden

Gambaran responden dalam survei ini adalah jenis kelamin, usia, semester, uang saku atau pendapatan bulanan, dan frekuensi belanja melalui e-commerce. Hasil distribusi karakteristik oleh 200 responden ditunjukkan dalam.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	75	37,5
	Perempuan	125	62,5
Usia	17–19 tahun	63	31,5
	20–22 tahun	99	49,5
	23–25 tahun	21	10,5
	>25 tahun	17	8,5
Semester	1–2	52	26,0
	3–4	45	22,5
	5–6	44	22,0
	7 ke atas	59	29,5
Uang Saku/Pendapatan per Bulan	< Rp1.000.000	79	39,5
	Rp1.000.000–Rp2.000.000	64	32,0
	Rp2.000.000–Rp3.000.000	30	15,0
	> Rp3.000.000	27	13,5
Frekuensi Belanja melalui E-commerce	1–2 kali	109	54,5
	3–4 kali	60	30,0
	5–6 kali	10	5,0
	>6 kali	21	10,5

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 1 menunjukkan bahwa 125 wanita (62,5%) merupakan mayoritas peserta studi. Kelompok usia terbesar, yang terdiri dari 99 individu (49,5%), adalah 20–22. Berdasarkan semester tersebut, mayoritas responden—59 orang, atau 29,5%—berasal dari semester tujuh dan seterusnya. Mayoritas responden, atau 79 orang (39,5%), memiliki uang saku atau pendapatan bulanan kurang dari Rp1.000.000. Sementara itu, 109 responden (54,5%) melakukan pembelian 1-2 kali per bulan, sesuai frekuensi pengeluaran e-commerce. Untuk memahami temuan studi tentang lingkungan sosial, pengendalian diri, perilaku keuangan, dan gaya hidup konsumtif, sifat-sifat ini menawarkan ringkasan profil responden.

Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Lingkungan Sosial (X_1)	200	12	48	29,87	10,41
Self Control (X_2)	200	12	48	38,07	7,36
Perilaku Keuangan (X_3)	200	12	48	37,91	6,78
Gaya Hidup Konsumtif (Y)	200	16	64	35,60	12,14

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Tabel 2 menunjukkan bahwa ada 200 responden untuk variabel Lingkungan Sosial (X_1), dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 48. Nilai rata-rata 29,87 menunjukkan bahwa situasi sosial responden umumnya sedang. Standar deviasi 10,41 menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel lingkungan sosial bervariasi secara signifikan.

Variabel Self Control (X_2) memiliki nilai rata-rata 38,07 dengan rentang 12 hingga 48. Angka-angka ini menunjukkan bahwa responden umumnya menunjukkan tingkat pengendalian diri yang terhormat. Penyebaran respons responden relatif lebih kecil daripada faktor lingkungan sosial, seperti yang ditunjukkan oleh standar deviasi 7,36. Rentang nilai untuk Variabel Perilaku Keuangan (X_3) adalah 12 hingga 48. Nilai rata-rata 37,91 menunjukkan bahwa responden umumnya berperilaku baik secara finansial. Dengan deviasi standar 6,78, data cenderung lebih terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata karena jawaban responden relatif sedikit.

Sebaliknya, variabel Gaya Hidup Konsumtif (Y) memiliki nilai rata-rata 35,60 dengan kisaran 16-64. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden umumnya menjalani gaya hidup yang cukup konsumtif. Dibandingkan dengan pengendalian diri dan perilaku keuangan, standar deviasi 12,14 menunjukkan keragaman yang relatif lebih besar dalam tanggapan responden.

Secara keseluruhan, temuan statistik deskriptif menunjukkan bahwa perilaku keuangan dan pengendalian diri memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi, tetapi lingkungan sosial dan gaya hidup konsumtif memiliki rata-rata yang lebih rendah. Sebelum pengujian tambahan untuk memastikan efek antara variabel dalam studi, hasil menawarkan deskripsi awal kondisi masing-masing variabel.

Uji Validitas

Akurasi instrumen dalam mengukur variabel penelitian dinilai dengan pengujian validitas. Nilai tabel 0,138 diperoleh setelah menguji 200 responden dengan tingkat kebebasan (df) 198 pada signifikansi 5%. Berdasarkan hasil tes, semua item pernyataan di variabel Lingkungan Sosial (X_1), Pengendalian Diri (X_2), Perilaku Keuangan (X_3), dan Gaya Hidup

Konsumtif (Y) lebih besar dari tabel 0,138. Nilai hitungannya turun antara 0,773 dan 0,835. Akibatnya, setiap butir pernyataan dianggap sah dan sesuai untuk digunakan dalam penelitian.

Uji Reabilitas

Untuk menentukan konsistensi instrumen penelitian, dilakukan uji reliabilitas. Berdasarkan hasil tes, variabel Lingkungan Sosial (X_1), Kontrol Diri (X_2), Perilaku Keuangan (X_3), dan Gaya Hidup Konsumen (Y) semuanya memiliki nilai Alpha Cronbach masing-masing 0,944, 0,959, dan 0,955. Nilai Alpha setiap Cronbach lebih tinggi dari 0,60. Kuesioner memiliki konsistensi yang kuat dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data penelitian karena semua instrumen penelitian dianggap dapat diandalkan.

Uji Normalitas

Tes normalitas dilakukan untuk menentukan apakah residual adalah distribusi normal dalam model regresi. Tes ini dilakukan menggunakan tes One-Sample Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
N	200
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.33

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menurut Tabel 3, nilai Asymp adalah sebagai berikut. $SIG. 0.033 < 0.05$, jadi secara statistik residual tidak mengikuti distribusi normal. Namun, setelah memeriksa grafik histogram dan plot P-P normal, deviasi distribusi sisa relatif kecil. Analisis regresi berlanjut dengan mempertimbangkan jumlah sampel 200 responden.

Uji Multikolinearitas

Tes multikollinear dilakukan untuk mengetahui korelasi antara variabel independen. Hasil pengujian berdasarkan toleransi dan nilai VIF diberikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

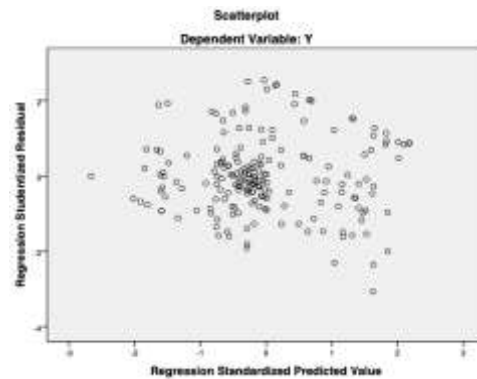
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Lingkungan Sosial (X_1)	943	1,060	Tidak terjadi multikolinearitas
Self Control (X_2)	368	2,718	Tidak terjadi multikolinearitas
Perilaku Keuangan (X_3)	371	2,695	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menurut Tabel 4, semua variabel memiliki toleransi > 0.10 dan $VIF < 10$. Oleh karena itu, model regresi tidak mengalami gejala multicollinear.

Uji Heteroskedastisitas

Tes heterogenitas dilakukan untuk memastikan apakah ada pertidaksamaan sisa varians. Pengujian dilakukan melalui grafik scatterplot antara nilai ZPRED dan nilai SRESID.



Gambar 1. Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menurut Gambar 1, titik sisa didistribusikan secara acak di atas dan di bawah titik nol pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu. Oleh karena itu, model regresi tidak menunjukkan heterozigot.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier ganda digunakan untuk menentukan pengaruh lingkungan sosial (X_1), pengendalian diri (X_2), dan perilaku keuangan (X_3) terhadap gaya hidup konsumen (Y).

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
Constant	4,519	5,518	-	819	0.414
Lingkungan Sosial (X_1)	796	81	575	9,825	0.000
Self Control (X_2)	309	198	146	1,558	0.121
Perilaku Keuangan (X_3)	-123	198	-58	-619	0.537

Sumber: Data primer diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi:

$$= 4,519 + 0,796X_1 + 0,309X_2 - 0,123X_3$$

Terlihat bahwa, koefisien lingkungan sosial 0,796, pengendalian diri 0,309, sementara perilaku keuangan negatif -0,123. Signifikansi pengaruh setiap variabel diuji lebih lanjut melalui tes t.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen.

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	606	0.367	0.357

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menurut Tabel 6, nilai R Square adalah 0,367. Artinya, lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan dapat menjelaskan perubahan 36,7% gaya hidup konsumsi, sementara 63,3% digambarkan sebagai faktor lain di luar model penelitian. Nilai 0,357 dari penyesuaian R kuadrat mewakili kemampuan model setelah penyesuaian dengan jumlah variabel independen 35,7%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tes t digunakan untuk mengetahui dampak setiap variabel independen terhadap gaya hidup konsumsi.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan
Lingkungan Sosial (X ₁)	796	9,825	0.000	Berpengaruh positif
Self Control (X ₂)	309	1,558	0.121	Tidak berpengaruh
Perilaku Keuangan (X ₃)	-123	-619	0.537	Tidak berpengaruh

Sumber: Data primer diolah (2026)

Menurut Tabel 7, lingkungan sosial (X₁) memiliki dampak positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumsi karena nilai Sig. 000 < 0,05. Kontrol diri (X₂) tidak mempengaruhi banyak karena nilai Sig. 0,121 > 0,05. Pembiayaan Perilaku (X₃) juga tidak berdampak signifikan karena skor Sig. 0,537 > 0,05.

Uji Simultan (Uji F)

Tes F digunakan untuk mengetahui efek variabel independen pada gaya hidup konsumsi secara bersamaan.

Tabel 8. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	10.771,634	3	3.590,545	37,858	0
Residual	18.588,921	196	94,841	-	-
Total	29.360,555	199	-	-	-

Sumber: Data primer diolah (2026)

Sesuai dengan Tabel 8, nilai F dari 37.858 Sig diperoleh. Oleh karena itu, konkurensi lingkungan sosial, pengendalian diri, dan perilaku keuangan memiliki dampak signifikan pada gaya hidup konsumsi.

Pengaruh Lingkungan Sosial terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Variabel Lingkungan Sosial (X_1) memiliki nilai koefisien regresi 0,796 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ berdasarkan hasil uji parsial (uji). Oleh karena itu, H_1 disetujui. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z Universitas Bina Darma Palembang berdampak positif dan signifikan terhadap lingkungan sosial. Hal ini menyiratkan bahwa kecenderungan siswa untuk menjalani gaya hidup konsumtif meningkat seiring dengan banyaknya pengaruh lingkungan sosial yang mereka terima, baik dari teman sebaya, keluarga, media sosial, atau tekanan teman sebaya.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor eksternal yang dapat mendorong kebiasaan konsumsi siswa adalah lingkungan sosial mereka (Kotler et al., 2021). Rekomendasi teman sebaya, tren yang muncul di lingkungan asosiasi, dan informasi dan pemasaran dari media sosial semuanya dapat berdampak. Keadaan ini menyiratkan bahwa kontak sosial dapat mempengaruhi preferensi konsumsi pribadi dan memotivasi murid untuk beradaptasi dengan lingkungan mereka.

(Kotler et al., 2021) yang menjelaskan bahwa salah satu elemen yang mempengaruhi pilihan konsumsi seseorang adalah pengaruh sosial. Perilaku, sikap, dan persepsi pembelian individu dapat dibentuk oleh lingkungan sosial, keluarga, teman sebaya, dan kelompok referensi. Pengaruh ini meningkat dalam konteks Generasi Z karena keterlibatan sosial terjadi baik secara langsung maupun melalui platform digital dan media sosial.

Temuan penelitian ini juga sejalan dengan penjelasan (Mukmin & dkk., 2022) bahwa lingkungan sosial adalah elemen eksternal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang melalui tekanan sosial, media sosial, keluarga, dan teman. (2024), yang menunjukkan bagaimana gaya hidup berbasis digital mempengaruhi perilaku konsumen melalui penggunaan pasar, menguatkan temuan tersebut. Lebih lanjut, (Wahyuni & Nur, 2024) menunjukkan bahwa mendorong kontak sosial dan pembelian online dapat mendorong perilaku konsumtif pada generasi muda.

Pengaruh Self Control terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Variabel Kontrol Diri (X_2) memiliki nilai signifikansi $0,121 > 0,05$ dan nilai koefisien regresi 0,309 berdasarkan hasil uji parsial (uji). H_2 sangat diabaikan. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z Universitas Bina Darma Palembang tidak terlalu dipengaruhi oleh pengendalian diri.

Kurangnya signifikansi pengaruh pengendalian diri menunjukkan bahwa tingginya tingkat gaya hidup konsumtif dalam penelitian ini tidak ditentukan secara statistik oleh kemampuan siswa untuk melakukan pengendalian diri. Meskipun beberapa responden mampu menimbang keuntungan produk, mengevaluasi alternatif, dan mempertimbangkan permintaan sebelum melakukan pembelian, faktor-faktor ini tidak cukup untuk memiliki pengaruh yang dihargai pada gaya hidup konsumtif. Pengendalian diri secara teoritis dikaitkan dengan kapasitas individu untuk mengatur dorongan, keinginan, dan emosi dan menimbang implikasinya sebelum membuat keputusan yang mengkonsumsi. Menurut Tangney, Baumeister, dan Boone (2004), pengendalian diri juga mengacu pada kapasitas seseorang untuk mengelola impuls, mengendalikan perilaku, dan mengarahkan kegiatan menuju tujuan jangka panjang. Namun, temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa gagasan tersebut belum terbukti secara signifikan mengubah gaya hidup konsumtif para partisipan.

Temuan penelitian ini berbeda dengan temuan Believe dkk. (2022) dan Hartati dkk. (2022), yang menemukan bahwa pengendalian diri mempengaruhi perilaku konsumtif. Variasi ini dapat dihasilkan dari karakteristik responden, konteks sosial dan lingkungan di mana mereka tinggal, kebiasaan pembelian mereka, dan cara mereka menggunakan berbagai platform digital. Oleh karena itu, pengendalian diri belum mampu menjelaskan mayoritas keragaman dalam gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z dalam penelitian ini.

Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Variabel Perilaku Keuangan (X_3) memiliki nilai signifikan $0,537 > 0,05$ dan koefisien regresi $-0,123$, menunjukkan tidak memiliki efek signifikan pada Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Universitas Bina Darma Palembang. Koefisien regresi negatif menunjukkan hubungan negatif antara Perilaku Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif.

Namun, arah hubungan tidak cukup kuat secara statistik untuk menyimpulkan bahwa Perilaku Keuangan mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif karena nilai signifikansinya lebih tinggi dari 0,05. Temuan ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif belum dipengaruhi langsung oleh perilaku keuangan responden, termasuk perencanaan keuangan, manajemen uang, praktik menabung, dan kontrol pengeluaran. Selain keterampilan manajemen keuangan, kondisi ini bisa muncul karena keputusan pembelian siswa dipengaruhi oleh berbagai elemen, termasuk lingkungan sosial, tren, promosi digital, dan preferensi pribadi.

Fungky dkk. (2023), perilaku keuangan merupakan kapasitas individu untuk mengontrol pengeluaran, menghemat uang, mengatur keuangan, dan mengelola keuangan mereka. Selain itu, Xiao (2020) menjelaskan bahwa perilaku keuangan mencakup perilaku individu dalam pengambilan keputusan keuangan, perencanaan, manajemen pendapatan, dan

kontrol pengeluaran. Namun, temuan penelitian itu menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif tidak banyak dipengaruhi oleh keterampilan ini.

Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Funky et al., (2023) yang menemukan dampak perilaku keuangan terhadap kebiasaan membeli Generasi Z. Fitur responden dan keadaan konsumsi siswa yang sedang dipelajari dapat berdampak pada variasi temuan. Oleh karena itu, tidak ada bukti statistik bahwa Perilaku Keuangan mempengaruhi Gaya Hidup Konsumtif dalam penelitian ini.

Pengaruh Lingkungan Sosial, Self Control, dan Perilaku Keuangan secara Simultan terhadap Gaya Hidup Konsumtif

Hasil uji simultan (uji-F) menunjukkan nilai F 37,858 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H4 disetujui. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z Universitas Bina Darma Palembang sangat dipengaruhi oleh Lingkungan Sosial (X_1), Self Control (X_2), dan Financial Behavior (X_3). Koefisien determinasi menghasilkan nilai R Square 0,367. Hal ini menunjukkan bahwa 36,7% dari variasi Gaya Hidup Konsumen dapat dijelaskan oleh Lingkungan Sosial, Pengendalian Diri, dan Perilaku Keuangan yang diambil bersama-sama, dengan 63,3% lainnya dijelaskan oleh karakteristik yang tidak termasuk dalam model penelitian.

Temuan ini menyiratkan bahwa berbagai faktor bergabung untuk menghasilkan fenomena gaya hidup konsumtif. Siswa dapat didorong untuk mengikuti tren media sosial, rekomendasi teman sebaya, dan pengembangan konsumen oleh lingkungan sosial, yang berfungsi sebagai kekuatan eksternal. Sementara itu, pengendalian diri dan perilaku keuangan adalah variabel internal yang, secara teori, sesuai dengan kapasitas orang untuk mengelola keuangan mereka dan mengendalikan pilihan konsumsi mereka.

Ketika diperiksa bersama dengan Lingkungan Sosial, Pengendalian Diri parsial dan Perilaku Keuangan berkontribusi bahkan jika mereka tidak menunjukkan pengaruh substansial. Hal ini menyiratkan bahwa memahami pola pembelian siswa perlu mempertimbangkan faktor internal maupun eksternal. yang menjelaskan bagaimana berbagai faktor sosial, psikologis, ekonomi, dan pribadi mempengaruhi perilaku konsumsi (Hartati & dkk., 2022). Temuan studi ini juga konsisten dengan orang-orang (Mukmin & dkk., 2022) yang menunjukkan hubungan antara perilaku konsumtif Generasi Z dengan faktor lingkungan, pengendalian diri, dan keuangan. Selanjutnya, studi (Amri & dkk., 2022; Funky et al., 2023) menunjukkan bagaimana kebiasaan konsumsi generasi muda dapat dipengaruhi oleh variabel internal maupun eksternal.

Temuan menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z adalah fenomena yang dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor, dengan lingkungan sosial menjadi salah satu faktor yang paling dominan dalam model penelitian ini. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa Lingkungan Sosial adalah variabel yang terbukti paling berpengaruh pada Gaya Hidup Konsumtif sebagian, sedangkan Kontrol Diri dan Perilaku Keuangan tidak menunjukkan efek yang signifikan sebagian. Ketiga variabel secara bersamaan memiliki efek signifikan pada Gaya Hidup Konsumtif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh Lingkungan Sosial, Pengendalian Diri, dan Perilaku Keuangan terhadap Gaya Hidup Konsumen Generasi Z mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang, lingkungan sosial memiliki dampak positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan siswa untuk menjalani gaya hidup konsumtif meningkat seiring dengan kekuatan lingkungan sosial, termasuk teman sebaya, keluarga, dan media sosial. Kapasitas responden untuk mengendalikan diri belum terbukti secara statistik memiliki dampak pada gaya hidup konsumen dalam penelitian ini, karena pengendalian diri tidak secara signifikan mengubah gaya hidup konsumen. Gaya Hidup Konsumtif juga tidak secara signifikan dipengaruhi oleh Perilaku Keuangan, meskipun arah negatif dari koefisien regresi.

Sementara itu, Gaya Hidup Konsumtif sangat dipengaruhi oleh Lingkungan Sosial, Pengendalian Diri, dan Perilaku Keuangan. 36,7% dari variasi Gaya Hidup Konsumen dapat dijelaskan oleh tiga variabel, dengan faktor lain di luar model penelitian yang menghitung 63,3%.

Agar tidak mudah dibujuk untuk mengikuti tren konsumen, siswa Generasi Z disarankan untuk lebih berhati-hati dalam mengatasi pengaruh lingkungan sosial, terutama teman sebaya dan media sosial, dan mempertimbangkan kebutuhan sebelum melakukan pembelian. Terlepas dari kurangnya pengaruh substansial parsial, perilaku pengendalian diri dan keuangan masih sangat penting untuk diperoleh melalui anggaran, tabungan, prioritas pengeluaran, dan perilaku pengendalian keinginan.

Temuan studi ini dapat digunakan oleh lembaga akademik untuk mengajar siswa tentang penggunaan media sosial etis, praktik konsumsi bijaksana, dan manajemen uang. Agar temuan penelitian memberikan gambaran yang lebih lengkap, disarankan agar variabel tambahan yang mungkin berdampak pada Gaya Hidup Konsumen dimasukkan, seperti literasi keuangan, gaya hidup digital, kemudahan penggunaan e-commerce, pengaruh influencer, atau faktor psikologis. Selain itu, karakteristik dan cakupan responden harus diperluas.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia. (2022). Perilaku konsumtif pada generasi Z di era digital. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 11(2), 115–126.
- Amri, A., & dkk. (2022). Pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 45–56.
- Fitri, N., Putri, R., & Fadhilah, S. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa di era digital. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(2), 98–110.
- Fungky, A., Sari, D., & Sanjaya, R. (2023). Pengaruh perilaku keuangan terhadap gaya hidup konsumtif generasi Z. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 66–79.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haq, A. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 123–134.
- Indonesia, A. P. J. I. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. APJII.
- Khoirotunnisa, R. (2024). Peran media sosial dalam membentuk perilaku konsumsi generasi Z di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 78–89.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson.
- Lestari, P.; Haris, M. (2024). Pengaruh faktor sosial dan self control terhadap perilaku konsumtif pada pengguna e-commerce. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 11(1), 55–67.
- Mukmin, M., & dkk. (2022). Pengaruh gaya hidup, self control, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen*, 11(3), 120–135.
- Nurmalia, Wulan, & Utami. (2024). Gaya hidup digital dan perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(1), 55–70.
- Putri, D., & Komalasari, E. (2023). Perilaku konsumtif generasi Z pada era marketplace. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(2), 150–164.
- Ramdani, R., & dkk. (2021). Financial behavior masyarakat pada era digital. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 77–89.
- Sari, N., & Irmayanti. (2021). Pengaruh self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, 18(2), 100–112.
- Sawitri, & dkk. (2025). Media sosial dan perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(1), 1–14.
- Septaviani, R.; Prajawati, M. I. (2024). Pengaruh self control terhadap perilaku pembelian impulsif pada generasi Z. *Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 90–102.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syariifah, N.; Yuliana, L. (2022). Pengaruh self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 9(2), 134–142.
- Utami, R., & Pamikatsih. (2023). Pengaruh self control terhadap keputusan pembelian mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Modern*, 8(1), 55–67.
- Wahyuni, S.; Nur, F. (2024). Tren belanja online dan dampaknya terhadap perilaku konsumtif generasi muda. *Jurnal Ekonomi Digital*, 5(1), 33–44.

- Wahyuni, S., & Nur, A. (2024). Perilaku keuangan dan gaya hidup konsumtif mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 72–85.
- Widiana, M.; Hartini, S. (2023). Pengaruh perilaku keuangan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 7(2), 67–79.
- Widiastuti, & dkk. (2023). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(3), 140–152.