

Pengaruh *Lifestyle*, *Self Control* dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumtif melalui Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening

The Effect of Lifestyle, Self Control and Income on Consumer Behavior through Financial Literacy as an Intervening Variable

Dyah Ajeng P. S.^{*}, Trisnia Widuri, Umi Nadhiroh

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri, Indonesia

^{*}*e-mail korespondensi:* pramaishellasyaputri@gmail.com

Info Artikel	Abstrak
<i>Riwayat Artikel :</i> Diterima: 26 April 2026 Disetujui: 21 Mei 2026 Dipublikasikan: Mei 2026 <i>Nomor DOI :</i> 10.33059/jseb.v17i2.14416 <i>Cara Mensitasi :</i> Ajeng, D. P. S., Widuri, T., & Nadhiroh, U. (2026). Pengaruh <i>lifestyle</i>, <i>self control</i> dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. <i>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</i>, 17(2), 537-551. DOI: 10.33059/jseb.v17i2.14416.	Penelitian ini menggunakan literasi keuangan sebagai variabel mediasi untuk meneliti bagaimana <i>lifestyle</i>, <i>self control</i> dan pendapatan memengaruhi perilaku konsumtif. 100 responden dipilih sebagai sampel dengan teknik <i>purposive sampling</i>. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak dipengaruhi <i>lifestyle</i>, tetapi dipengaruhi oleh <i>self control</i>, pendapatan serta literasi keuangan. Hasil empiris juga memperoleh bahwa literasi keuangan tidak dipengaruhi <i>lifestyle</i>, literasi keuangan tidak berubah akibat <i>self control</i>, serta pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan. Lebih jauh, literasi keuangan sebagai variabel <i>intervening</i> terbukti tidak bisa mempengaruhi <i>lifestyle</i> ataupun <i>self control</i> terhadap perilaku konsumtif, namun terbukti dapat mempengaruhi peran pendapatan terhadap kebiasaan konsumtif. Kata Kunci: <i>Lifestyle</i>, Literasi Keuangan, Pendapatan, Perilaku Konsumtif, <i>Self Control</i>.

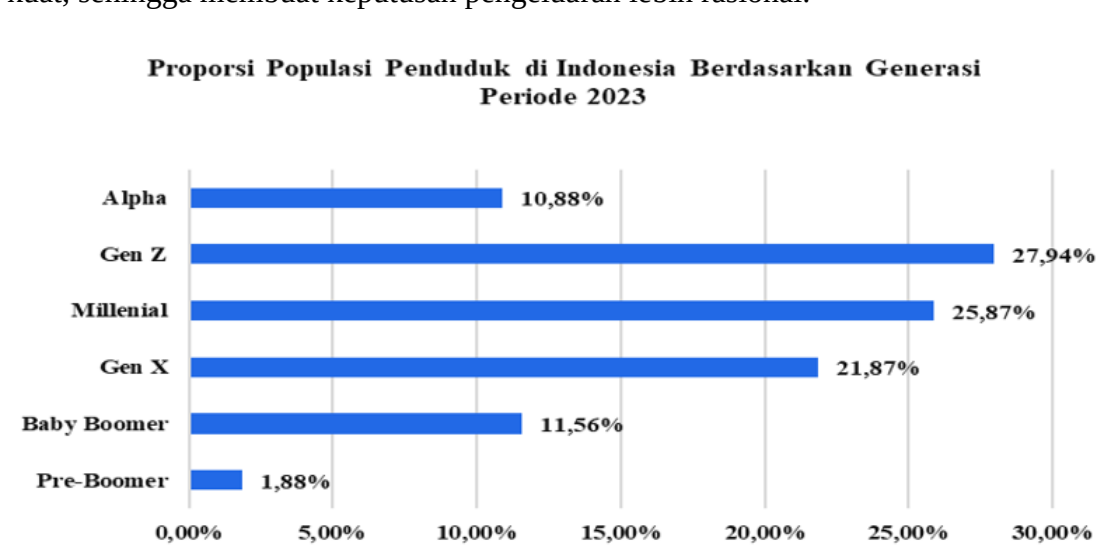
Article Info	Abstract
<i>Article History :</i> Received: 26 April 2026 Accepted: 21 May 2026 Published: May 2026 <i>DOI Number :</i> 10.33059/jseb.v17i2.14416 <i>How to Cite :</i> Ajeng, D. P. S., Widuri, T., & Nadhiroh, U. (2026). Pengaruh <i>lifestyle</i>, <i>self control</i> dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. <i>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</i>, 17(2), 537-551. DOI: 10.33059/jseb.v17i2.14416.	<i>This study used financial literacy as a mediating variable to examine how lifestyle, self-control, and income influence consumer behavior. One hundred respondents were selected as a sample using a purposive sampling technique. The results showed that consumer behavior was not influenced by lifestyle, but by self-control, income, and financial literacy. Empirical results also found that financial literacy was not influenced by lifestyle, financial literacy did not change due to self-control, and income had a significant influence on financial literacy. Furthermore, financial literacy as an intervening variable was proven to not affect lifestyle or self-control on consumer behavior, but it was shown to influence the role of income on consumer habits.</i> Keywords: <i>Lifestyle, Financial Literacy, Income, Consumptive Behavior, Self Control.</i>

PENDAHULUAN

Merujuk pada Rainer (2023) diketahui bahwa populasi penduduk di Indonesia didominasi oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Hal tersebut seperti terlampir dalam Gambar 1 dimana Gen Z dan Milenial mendominasi populasi Indonesia dengan proporsi lebih dari seperempat total penduduk. Hal ini menunjukkan peran strategis kedua generasi diproyeksikan menjadi penggerak utama dalam membentuk dinamika sosial, ekonomi, dan budaya. Sementara itu, data BPS (2024) di Kabupaten Dogiyai justru menunjukkan bahwa mayoritas penduduk adalah generasi milenial (33 persen), diikuti oleh Gen Z (27 persen). Secara karakteristik, generasi milenial lebih matang secara emosional dan finansial dibandingkan Gen Z karena sebagian besar telah memasuki dunia kerja dan memiliki pengalaman hidup lebih panjang.

Generasi milenial dikenal adaptif terhadap teknologi, karena hidup di masa transisi dari era konvensional ke era digital (Laksmono *et al.*, 2024). Akan tetapi, generasi milenial seringkali menghadapi tantangan dalam pengendalian diri saat mengelola pengeluaran di tengah tekanan gaya hidup modern, sehingga cenderung tidak bijak dalam menggunakan pendapatan untuk kebutuhan konsumtif (Astuti & Dasman, 2024). Kondisi ini terjadi karena gaya hidup tidak hanya mencerminkan preferensi individu, tetapi juga berfungsi sebagai simbol status sosial (Eriksson & Larsson, 2024). Milenial tumbuh di era media sosial yang memengaruhi keputusan konsumsi, sehingga gaya hidup yang diterapkan cenderung didominasi oleh pola hedonis. Bagaimanapun, perilaku konsumtif dapat diminimalkan melalui penguatan *self-control* untuk mengendalikan dorongan konsumtif (Musfira & Wahyuni, 2024). Kurangnya pengendalian diri dapat menyebabkan perilaku konsumtif yang tidak sehat, seperti pembelian impulsif atau pengeluaran yang melampaui kemampuan finansial. Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh pendapatan, karena tingkat pendapatan individu menentukan daya beli dan pola pengeluarannya (Radiman *et al.*, 2024).

Literasi keuangan adalah pengetahuan tentang pengelolaan anggaran, perencanaan keuangan, investasi, dan utang (Anatasya *et al.*, 2024). Melalui literasi keuangan yang baik, individu diharapkan dapat mengelola pengeluaran secara bijaksana, meskipun ada tekanan gaya hidup modern. Hal ini karena individu yang memahami literasi keuangan cenderung mengelola pendapatan, tabungan, dan investasi yang tepat, serta menghindari gaya hidup konsumtif karena memiliki kontrol diri yang lebih kuat, sehingga membuat keputusan pengeluaran lebih rasional.



Gambar 1. Proporsi Populasi Penduduk di Indonesia Berdasarkan Generasi

Sumber: Rainer, 2023.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menunjukkan gaya hidup, kontrol diri dan pendapatan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Pratiwi *et al.*, 2024; Pramudita & Misidawati, 2024; Az-Zahra & Waluyo, 2023). Sementara itu, beberapa temuan penelitian lain menunjukkan hasil yang bertolak belakang (Lestari *et al.*, 2023; Rahmawati & Putri, 2023; Ningsih *et al.*, 2024). Inkonsistensi hasil temuan tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat celah yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan variabel moderasi literasi keuangan untuk mengisi kesenjangan tersebut. Lebih jauh, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat operasional dengan membantu individu memahami pentingnya literasi keuangan dalam menekan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh *lifestyle*, *self control*, dan pendapatan. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai dasar oleh lembaga pendidikan dan instansi terkait untuk menyusun program edukasi keuangan yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

TELAAH LITERATUR

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan alasan rasional (Ridhayani & Johan, 2020). Perilaku konsumtif dimiliki oleh setiap orang yang menggunakan uang atau harga mereka secara berlebihan dan tidak sesuai dengan kebutuhan (Pratama *et al.*, 2021). Sugianto & Erdiansyah (2020) menyatakan bahwa perilaku konsumtif disebabkan oleh keinginan untuk mengkonsumsi suatu barang atau jasa dalam jumlah yang tidak terbatas dan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Beberapa indikator dari perilaku konsumtif adalah faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, serta psikologis (Fitri *et al.*, 2024).

Salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *lifestyle* seseorang. *Lifestyle* adalah bagaimana sikap seseorang berperilaku dan berinteraksi dengan lingkungannya setiap hari. *Lifestyle* mengacu pada cara seseorang menghabiskan waktu dan uang mereka. Menurut Hidayanti *et al.* (2023), terdapat kemungkinan bahwa *lifestyle* yang lebih baik dikaitkan dengan perilaku konsumtif yang lebih besar. Dengan kata lain, ada korelasi positif antara *lifestyle* dengan perilaku konsumtif. Menurut Elmatlara & Mursito (2021), bagaimana seseorang menghabiskan uang dan waktunya, maka *lifestyle* mereka dapat meningkatkan derajat mereka. Indikator *lifestyle* menurut Arifin *et al.* (2024) adalah *activity*, *interests*, dan *opinion*. *Lifestyle* dapat terus berlanjut jika para pekerja tidak dapat memahami cara mengendalikan keinginan, mengelola keuangan dengan baik, dan mempertahankan pola hidup yang seimbang (Munandar *et al.*, 2024). Penelitian Setiawati *et al.* (2024) menyatakan bahwa *lifestyle* secara signifikan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hasil ini berbeda dengan temuan riset milik Pramudita & Misidawati (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif tidak dipengaruhi secara signifikan oleh *lifestyle*.

H1: *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Self control merupakan kemampuan seseorang dalam mengontrol perilaku yang ada pada dirinya (Lestari *et al.*, 2023). *Self control* adalah kemampuan seseorang untuk menahan diri dari keinginan melakukan sesuatu yang dapat berakibat negatif dalam jangka panjang (Choirunnisa & Kusumaningrum, 2024; Wardoyo & Mahyuzar, 2024). Indikator dari *self control* adalah kontrol perilaku, kontrol kognitif, serta kontrol keputusan (Rahmawati & Andhaniwati, 2023). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Simarmata *et al.* (2024), *self control* diperoleh memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian milik Wati *et al.* (2024) juga menemukan bahwa *self control* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif seseorang.

H2: *Self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Pendapatan merupakan jumlah uang yang diterima seseorang dari kegiatan yang mereka lakukan dengan sengaja (Aini & Rahayuningsih, 2024). Pendapatan merupakan uang yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dari penjualan barang atau jasa selama periode waktu tertentu (Siregar *et al.*, 2023). Pendapatan adalah total pendapatan kotor seseorang yang berasal dari upah, gaji, usaha, dan pengembalian investasi. Seseorang dengan pendapatan yang lebih tinggi dapat berperilaku lebih bertanggungjawab secara keuangan karena mereka memiliki lebih banyak uang untuk bertindak (Ali & Asyik, 2023). Indikator dari pendapatan adalah penghasilan yang diterima perbulan, pekerjaan, anggaran biaya sekolah, serta beban keluarga yang ditanggung (Rahma *et al.*, 2022). Penentu konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh pendapatan. Pendapatan konsumen berkorelasi positif dengan kemampuan mereka untuk membeli barang dan jasa, sehingga permintaan bisa meningkat (Rumagit & Gaghana, 2023). Menurut hasil penelitian Dany & Susanti (2022), dampak pendapatan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan hasil positif. Hasil ini sejalan dengan temuan riset Ningsih *et al.* (2024) yaitu bahwa pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H3: Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Literasi keuangan merupakan suatu pemahaman seseorang tentang hal-hal mendasar tentang keuangan, seperti menganggarkan, investasi, mengelola keuangan, dan memahami risiko (Amaria & Rahmawati, 2024). Setiap orang harus memiliki literasi keuangan agar mereka dapat mengelola dan membantu dalam pengambilan keputusan keuangan (Wiranti *et al.*, 2023). Dengan memiliki literasi keuangan yang baik membuat seseorang dapat mengelola dan mengambil keputusan keuangan dengan baik. Indikator dari literasi keuangan adalah *financial knowledge*, *financial behavior*, serta *financial attitude* (Aini & Rahayuningsih, 2024). Menurut hasil penelitian milik Tribuana (2020) terdapat hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif; dimana ketika tingkat literasi keuangan meningkat maka perilaku konsumtif cenderung menurun, sebaliknya jika tingkat literasi keuangan menurun maka perilaku konsumtif dapat meningkat. Hasil ini sejalan dengan penelitian Miranda *et al.* (2024) serta Ristanti & Hidajat (2024) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

H4: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Dalam hubungannya dengan literasi keuangan, *lifestyle* merupakan pola konsumsi yang mengungkapkan cara seseorang mengatur alokasi sumber daya finansial dan waktu luang dirinya (Salsabila *et al.*, 2024). Gaya hidup seseorang sering dipengaruhi oleh pengetahuan dan pemahaman mereka tentang pengelolaan keuangan. *Lifestyle* sering dipengaruhi oleh norma sosial dan dorongan untuk mengikuti tren. Dengan demikian, literasi keuangan diekspektasikan mampu membantu seseorang mengelola godaan untuk mengikuti tren konsumtif yang tidak sesuai dengan kemampuan keuangan mereka.

H5: *Lifestyle* berpengaruh terhadap literasi keuangan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dengan kemampuan untuk menganalisis informasi ekonomi dan membuat keputusan keuangan (Restike *et al.*, 2024). Sementara itu, *self control* adalah kemampuan seseorang mengendalikan keadaan sekitar (Choirunnisa & Kusumaningrum, 2024). Pengembangan *self control* merupakan langkah penting untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesejahteraan finansial karena individu dengan *self control* yang baik dinilai cenderung lebih mampu mengelola keuangan mereka dengan baik, membuat keputusan yang bijak, dan mempersiapkan masa depan yang lebih stabil.

H6: *Self control* berpengaruh terhadap literasi keuangan.

Pendapatan adalah total uang atau nilai ekonomi yang diterima atau diperoleh oleh seseorang dalam periode waktu tertentu (Hidayah *et al.*, 2024). Literasi keuangan merupakan kemampuan untuk memahami dan mengelola keuangan (Pahlawi *et al.*, 2024). Dalam berbagai aspek, tingkat pendapatan dapat mempengaruhi cara seseorang memahami keuangan. Pendapatan yang tinggi dapat memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi dan produk keuangan. Di sisi lain, meskipun seseorang dengan pendapatan rendah mungkin memiliki akses yang lebih terbatas, tekanan ekonomi sering menjadi motivasi bagi mereka untuk mempelajari pengelolaan keuangan dengan lebih baik.

H7: Pendapatan berpengaruh terhadap literasi keuangan.

Lifestyle merupakan pola konsumsi yang mengungkapkan cara seseorang mengatur alokasi sumber daya finansial dan waktu luangnya (Salsabila *et al.*, 2024). Perilaku konsumtif merupakan suatu kecenderungan untuk mengkonsumsi terlalu banyak barang tanpa mempertimbangkannya (Azizatuunnisa & Herdiana, 2020). Literasi keuangan di sisi lain adalah suatu pemahaman seseorang tentang hal-hal mendasar tentang keuangan, seperti penyusunan anggaran, investasi, mengelola keuangan, dan memahami risiko (Amaria & Rahmawati, 2024). Meskipun dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, namun dampak dari *lifestyle* dinilai dapat dikurangi melalui literasi keuangan.

H8: *Lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan.

Self control adalah kemampuan seseorang mengendalikan keadaan sekitar (Choiruunnisa & Kusumaningrum, 2024). Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan alasan rasional (Ridhayani & Johan, 2020). Sementara itu, literasi keuangan merupakan pemahaman seseorang tentang hal-hal mendasar tentang keuangan, seperti pembuatan anggaran, investasi, mengelola keuangan, dan memahami risiko (Amaria & Rahmawati, 2024).

H9: *Self control* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan.

Pendapatan adalah uang yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dari penjualan barang atau jasa selama periode waktu tertentu (Siregar *et al.*, 2023). Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan alasan rasional (Ridhayani & Johan, 2020). Literasi keuangan merupakan suatu pemahaman seseorang tentang hal-hal mendasar tentang keuangan, seperti menganggarkan, investasi, mengelola keuangan, dan memahami risiko (Amaria & Rahmawati, 2024). Meskipun pendapatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif seseorang, namun tingkat literasi keuangan seseorang juga dipandang mempunyai pengaruh serupa pada perilaku tersebut. Upaya meningkatkan literasi keuangan merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa pendapatan digunakan secara bijak dan tidak menimbulkan kebiasaan belanja yang merugikan. Literasi keuangan membantu masyarakat berpenghasilan rendah dan tinggi mengelola uang mereka dengan bijak, mengurangi risiko pengeluaran berlebih dan menciptakan stabilitas keuangan jangka panjang.

H10: Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif melalui literasi keuangan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif sebagai dasar tujuannya. Pendekatan deskriptif merupakan penggambaran data yang ada untuk memperoleh bentuk nyata dari responden (Sofwatillah *et al.*, 2024). Jumlah populasi gen milenial yang terdaftar pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Dogiyai 2024 adalah sebanyak 24.419 orang. Generasi milenial (Generasi Y) adalah mereka yang lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1996 (Sari, 2019). Penelitian

ini menggunakan metode pemilihan sampel *non-probability*. *Purposive sampling* dijalankan untuk memilih sampel berdasarkan kriteria tertentu (Tribuana, 2020). Kriteria sampel penelitian ini adalah penduduk yang terdata pada Badan Pusat Statistik Kabupaten Dogiyai, tergolong kategori usia gen milenial di kabupaten tersebut, serta memiliki pekerjaan.

Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan persentase kelonggaran kesalahan pengambilan sampel sebesar 10 persen (Sugiyono, 2017), sehingga diperoleh pembulatan angka menjadi 100 responden. Untuk mengumpulkan data, kuesioner didistribusikan kepada responden terpilih secara *online* menggunakan *Google form*. Skala likert 1-5 digunakan sebagai acuan skala pengukuran. Menurut Sugiyono (2017), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS versi 4.

HASIL ANALISIS

Convergent Validity

Convergent validity menunjukkan seberapa kuat hubungan suatu instrumen pengukuran dengan instrumen lain yang mengukur konstruksi yang sama. Uji validitas ini menunjukkan apakah pertanyaan dalam kuesioner yang digunakan pada penelitian ini sudah sesuai dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti (Ghozali & Latan, 2018). Penelitian ini menggunakan batas faktor sebesar 0,7. Menurut kriteria milik Chin (1998), nilai *convergent validity* yang signifikan adalah lebih besar dari 0,7. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 1 diperoleh semua indikator dari variabel-variabel *lifestyle* (X1), *self control* (X2), pendapatan (X3), literasi keuangan (Z) serta perilaku konsumtif (Y) serta, memiliki nilai *outer loading* yang lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, hasil uji validitas dapat dinyatakan valid.

Berikutnya, dilakukan uji path pada tingkat signifikansi sebesar 0,05. Nilai *path coefficients* antar variabel digunakan untuk mengukur signifikansi dan kekuatan hubungan antar variabel (Ghozali & Latan, 2018). Kriteria yang digunakan yaitu apabila *p-values* kurang dari 0,05 maka dinyatakan terdapat pengaruh signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila *p-values* lebih dari 0,05 maka dinyatakan terdapat pengaruh tidak signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 1. Hasil Convergent Validity

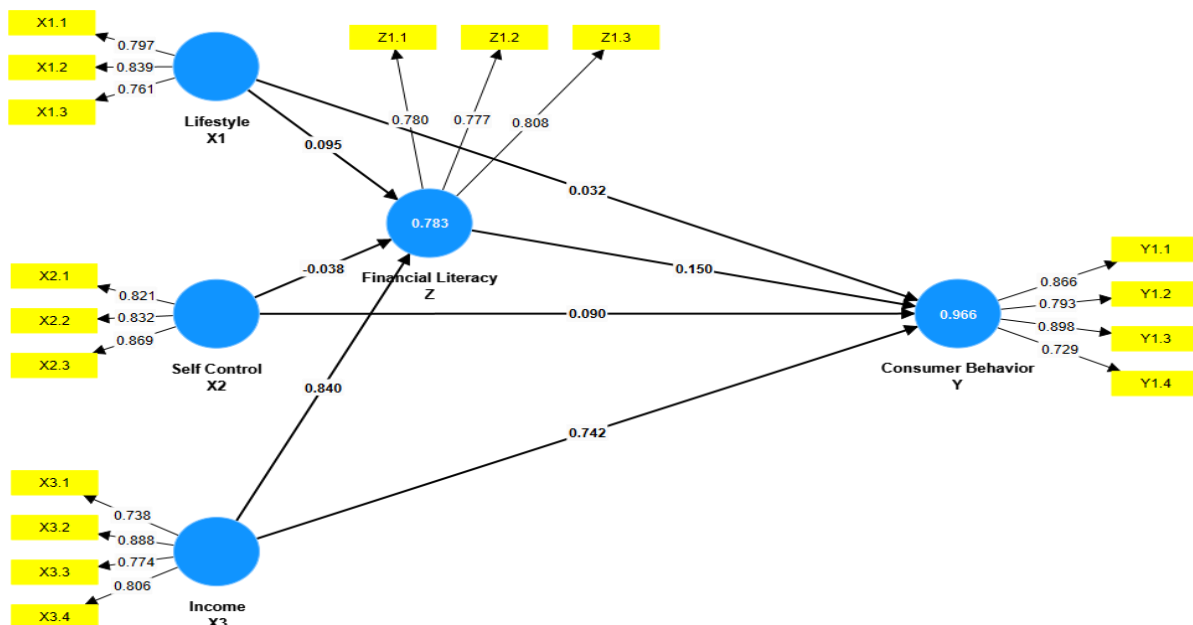
Variabel	<i>Outer Loading</i>	Keterangan	Variabel	<i>Outer Loading</i>	Keterangan
X1.1	0,797	Valid	Z.1	0,780	Valid
X1.2	0,839	Valid	Z.2	0,777	Valid
X1.3	0,761	Valid	Z.3	0,808	Valid
X2.1	0,821	Valid	Y.1	0,866	Valid
X2.2	0,832	Valid	Y.2	0,793	Valid
X2.3	0,869	Valid	Y.3	0,898	Valid
X3.1	0,738	Valid	Y.4	0,729	Valid
X3.2	0,888	Valid			
X3.3	0,774	Valid			
X3.4	0,806	Valid			

Sumber: Data primer (diolah), 2025.

Tabel 2. Hasil Uji *Path Coefficient Value*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	p-values
X1 → Y	0,032	0,032	0,045	0,705	0,240
X2 → Y	0,090	0,090	0,044	2,038	0,021
X3 → Y	0,742	0,746	0,060	12,427	0,000
Z → Y	0,150	0,144	0,048	3,133	0,001
X1 → Z	0,095	0,100	0,087	1,095	0,137
X2 → Z	-0,038	-0,043	0,130	0,290	0,386
X3 → Z	0,840	0,841	0,120	6,971	0,000
X1 → Z → Y	0,014	0,015	0,014	0,992	0,161
X2 → Z → Y	-0,006	-0,005	0,019	0,293	0,385
X3 → Z → Y	0,126	0,120	0,042	3,008	0,001

Sumber: Data primer (diolah), 2025.



Gambar 1. Grafik Uji *Path Coefficient Value*

Sumber: Data primer (diolah), 2025.

Berdasarkan hasil analisis dalam Tabel 2, variabel *lifestyle* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar 0,032 dan nilai *p-value* sebesar 0,240. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan *lifestyle* pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai cenderung diikuti oleh meningkatnya perilaku konsumtif. Variabel *self control* juga berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar 0,090 dan nilai *p-value* sebesar 0,021. Variabel *income* diperoleh menunjukkan pengaruh positif paling besar terhadap perilaku konsumtif, yaitu sebesar 0,742 dengan nilai *p-value* sebesar 0,000. Sementara itu, *financial literacy* diperoleh memiliki pengaruh positif sebesar 0,150 dengan nilai *p-value* sebesar 0,001. Dengan demikian, hasil penelitian ini menyatakan bahwa semakin tinggi *income* dan *financial literacy* yang dimiliki generasi milenial di Kabupaten Dogiyai, maka kecenderungan perilaku konsumtif juga semakin meningkat.

Tabel 2 juga menunjukkan berdasarkan hasil analisis bahwa *lifestyle* memiliki pengaruh positif terhadap *financial literacy* dengan koefisien sebesar 0,095 dan nilai *p-value* sebesar 0,137. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan *lifestyle* cenderung diikuti oleh meningkatnya tingkat *financial*

literacy generasi milenial di Kabupaten Dogiyai. Sementara itu, variabel *self control* diperoleh memiliki pengaruh negatif sebesar -0,038 dengan nilai *p-value* sebesar 0,386, yang berarti semakin tinggi *self control* maka tingkat *financial literacy* cenderung menurun. Di sisi lain, variabel pendapatan diperoleh berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial literacy* dengan koefisien sebesar 0,840 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Hasil ini berarti semakin tinggi pendapatan yang dimiliki generasi milenial di Kabupaten Dogiyai, maka semakin tinggi pula tingkat *financial literacy* yang mereka miliki.

Pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif melalui *financial literacy* diperoleh berpengaruh secara positif dan signifikan sebesar 0,014 dengan nilai *p-value* sebesar 0,161. Hasil ini berarti *financial literacy* gagal memediasi hubungan antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif. Pengaruh *self control* terhadap perilaku konsumtif melalui *financial literacy* diperoleh berpengaruh sebesar -0,006 dengan nilai *p-value* sebesar 0,385; yang berarti *financial literacy* juga gagal memediasi hubungan antara *self control* dan perilaku konsumtif. Terakhir, pengaruh dari pendapatan terhadap perilaku konsumtif melalui *financial literacy* diperoleh bersifat positif dan signifikan sebesar 0,126 dengan nilai *p-value* sebesar 0,001. Hasil terakhir ini menyatakan bahwa *financial literacy* dapat memediasi hubungan antara pendapatan dan perilaku konsumtif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis diketahui *lifestyle* memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti *lifestyle* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian milik Pramudita & Misidawati (2024) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh *lifestyle* secara signifikan. *Lifestyle* dapat diartikan sebagai sikap seseorang, perilaku dan interaksi seseorang dengan lingkungannya setiap hari, yang mengacu pada cara seseorang menghabiskan waktu dan uang mereka (Hidayanti *et al.*, 2023). Kabupaten Dogiyai merupakan wilayah yang berada di Provinsi Papua Tengah dimana akses terhadap fasilitas ekonomi modern masih terbatas (Djoni *et al.*, 2025). Sejauh ini, perubahan gaya hidup yang dialami oleh masyarakat terutama generasi milenial dikarenakan tersedianya kehadiran tempat atau sarana untuk memenuhi gaya hidup (Astuti & Wardani, 2024). Tanpa kehadiran tempat atau sarana untuk memenuhi gaya hidup membuat generasi milenial yang ada di Kabupaten Dogiyai cenderung tidak dapat memenuhi gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif yang terjadi di Kabupaten Dogiyai tentu saja dengan kondisi tersebut tidak dapat disamakan dengan perilaku konsumtif yang sering diasosiasikan dengan gaya hidup modern. Perkembangan lingkungan sosial dan ekonomi yang semakin modern dapat menyebabkan generasi milenial lebih memperhatikan penampilan, tren, serta gaya hidup yang sedang berkembang (Agasi & Aryani, 2024). Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif karena individu cenderung melakukan pembelian untuk mengikuti perkembangan gaya hidup di lingkungan sekitarnya (Astuti & Dasman, 2024). Dengan demikian, apabila akses terhadap fasilitas pendukung gaya hidup modern semakin meningkat, maka pola *lifestyle* semakin dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh juga bahwa pengaruh *self control* bersifat positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. Hasil tersebut sejalan dengan temuan penelitian milik Simarmata *et al.* (2024) serta Wati *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa *self control* memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku konsumtif. Kabupaten Dogiyai merupakan daerah yang masih kental dengan nilai budaya komunal sehingga

cenderung memiliki pengendalian diri yang baik terutama dalam aspek konsumtif (Agapa & Martiana, 2023). Pengendalian diri tersebut juga didukung oleh keterbatasan infrastruktur ekonomi yang terbatas di Kabupaten Dogiyai sehingga pilihan konsumsi barang mewah tidak selalu tersedia (Djoni *et al.*, 2025). Generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai karenanya diidentifikasi memiliki tekanan sosial yang mendorong perilaku konsumtif dengan mengutamakan kebutuhan keluarga.

Hasil analisis juga menyatakan adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari pendapatan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai. Hasil ini sejalan dengan temuan empiris milik Dany & Susanti (2022) serta Ningsih *et al.* (2024) bahwa pendapatan dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebagian besar masyarakat di Kabupaten Dogiyai diidentifikasi bekerja di sektor pertanian atau informal, sehingga dengan adanya peningkatan pendapatan maka generasi milenial di wilayah itu memiliki lebih banyak kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Hal ini menimbulkan peningkatan perilaku konsumtif seiring dengan kenaikan pendapatan (Kiswoyo & Kumalasari, 2022). Ketika pendapatan meningkat, generasi milenial bisa mulai beralih dari pemenuhan kebutuhan dasar ke kebutuhan tersier yang dianggap mewah seperti hiburan, gadget dan motor (Astuti & Dasman, 2024).

Financial literacy atau literasi keuangan diperoleh dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. Hasil ini sejalan dengan temuan riset dari Miranda *et al.* (2024) serta Ristanti & Hidajat (2024) bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan merupakan suatu pemahaman seseorang tentang hal-hal mendasar tentang keuangan, seperti menganggarkan, investasi, mengelola keuangan, dan memahami risiko (Amaria & Rahmawati, 2024). Dengan demikian, generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai cenderung memiliki tingkat literasi yang tinggi. Hal ini dikarenakan banyaknya kebutuhan yang menyebabkan adanya kesadaran dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Agapa & Martiana, 2023).

Berkenaan dengan hubungan dengan variabel-variabel independen yang dianalisis dalam penelitian ini, literasi keuangan terbukti memperoleh pengaruh secara positif tetapi tidak signifikan dari *lifestyle* pada generasi milenial di wilayah Kabupaten Dogiyai. *Lifestyle* menunjukkan pola-pola aktivitas individu yang dapat membedakan satu dengan yang lainnya (Kusmiati & Kurnianingsih, 2022). *Lifestyle* generasi milenial di Kabupaten Dogiyai diidentifikasi tidak mencerminkan tingkat literasi keuangan mereka karena *lifestyle* di Kabupaten Dogiyai lebih dipengaruhi oleh faktor budaya dan kebutuhan lokal daripada pengelolaan keuangan. *Lifestyle* yang ada di Kabupaten Dogiyai lebih berkaitan dengan pola hidup dan konsumsi individu. Keterbatasan akses terhadap pendidikan keuangan atau informasi terkait literasi keuangan juga turut menjadi faktor utama mengapa literasi keuangan masih jarang digunakan dalam mengelola *lifestyle* (Djoni *et al.*, 2025).

Lebih jauh, peningkatan akses pendidikan keuangan atau informasi terkait literasi keuangan serta akses teknologi dan informasi diharapkan dapat membantu generasi milenial untuk lebih mudah memperoleh pengetahuan mengenai perencanaan keuangan, menabung, investasi, dan pengelolaan pengeluaran. Kehadiran layanan keuangan digital serta konten edukasi keuangan di media sosial dapat membantu masyarakat menghubungkan *lifestyle* dengan pentingnya literasi keuangan. Disamping peningkatan akses pendidikan dan teknologi, generasi milenial diharapkan mampu membangun kebiasaan hidup yang lebih terencana, seperti membuat anggaran pengeluaran dan membedakan kebutuhan dengan keinginan (Astuti & Wardani, 2024). Dengan demikian, generasi milenial tidak hanya mengikuti pola hidup berdasarkan budaya dan lingkungan sekitar, tetapi juga mempertimbangkan kondisi keuangan mereka (Choirunnisa & Kusumaningrum, 2024). Apabila

pemahaman mengenai pengelolaan keuangan semakin meningkat, maka *lifestyle* dapat menjadi salah satu faktor yang mendorong meningkatnya *financial literacy* atau literasi keuangan pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga memperoleh bahwa *self control* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap literasi keuangan pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. *Self control* adalah kemampuan seseorang untuk menahan diri dari keinginan melakukan sesuatu yang dapat berakibat negatif dalam jangka panjang (Wardoyo & Mahyuzar, 2024). *Self control* pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai biasanya digunakan untuk mengatur perilaku sosial, budaya, atau konsumsi sehari-hari (Agapa & Martiana, 2023). Namun demikian, keterbatasan akses pendidikan turut menjadikan literasi keuangan bukan menjadi hal penting dalam mengelola keuangan di Kabupaten Dogiyai, sehingga *self control* individu tidak cukup meningkatkan literasi keuangan generasi milenial di Kabupaten Dogiyai. Peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan keuangan dalam kehidupan sehari-hari merupakan salah satu upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan edukasi literasi keuangan melalui sekolah, komunitas masyarakat, maupun program sosialisasi dari pemerintah (Djoni *et al.*, 2025; Astuti & Dasman, 2024). Edukasi tersebut dapat membantu generasi milenial memahami bahwa kemampuan mengendalikan diri tidak hanya penting dalam kehidupan sosial, tetapi juga dalam mengatur keuangan pribadi. Dengan adanya peningkatan pemahaman diharapkan mampu meningkatkan tingkat *self control* pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai.

Pengaruh pendapatan terhadap literasi keuangan diperoleh bersifat positif dan signifikan pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai dalam penelitian ini. sebesar 0.840 dengan nilai p-values 0.000. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian Hidayah *et al.* (2024) dan Pahlawi *et al.* (2024) bahwa pendapatan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Pendapatan yang lebih tinggi dapat memberikan peluang lebih besar bagi generasi milenial untuk mengakses Pendidikan sehingga memperoleh akses informasi tentang literasi keuangan (Kiswoyo & Kumalasari, 2022; Ningtyas & Wafiroh, 2021). Pendapatan yang lebih besar sering kali memerlukan pengelolaan keuangan yang lebih kompleks seperti menabung, mengatur anggaran, hingga berinvestasi. Generasi milenial yang memiliki pendapatan lebih tinggi dapat lebih belajar bagaimana cara mengelola uang mereka, yang secara tidak langsung meningkatkan literasi keuangan mereka.

Hasil berikutnya yang diperoleh dalam penelitian ini bahwa literasi keuangan tidak mampu memediasi hubungan antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif pada generasi milenial di Kabupaten Dogiyai. Kondisi ini disebabkan karena gaya hidup generasi milenial di Kabupaten Dogiyai cenderung sederhana dan masih dipengaruhi budaya lokal, sehingga belum mendorong peningkatan literasi keuangan (Asih *et al.*, 2025). Selain itu, perilaku konsumtif masyarakat lebih dipengaruhi oleh pemenuhan kebutuhan dasar serta terbatasnya akses terhadap produk keuangan (Agapa & Martiana, 2023). Perkembangan lingkungan sosial dan ekonomi yang lebih modern dipelurkan agar pola hidup masyarakat mulai mengalami perubahan (Ningtyas & Wafiroh, 2021; Asih *et al.*, 2025). Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah meningkatkan akses terhadap teknologi, internet, dan media sosial yang dapat memperkenalkan generasi milenial pada berbagai tren gaya hidup modern. Dengan semakin banyaknya informasi mengenai gaya hidup, pola konsumsi masyarakat dapat berubah dari sekadar memenuhi kebutuhan dasar menjadi konsumsi yang juga dipengaruhi keinginan dan tren.

Penelitian ini juga memperoleh bahwa literasi keuangan tidak mampu memediasi antara *selfcontrol* terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. Literasi keuangan diidentifikasi belum menjadi fokus utama dalam mengelola keuangan mereka (Asih *et al.*,

2025). Pola konsumsi yang cenderung sederhana dan lebih berorientasi terhadap kebutuhan dasar dianggap tidak memerlukan tingkat literasi keuangan yang tinggi (Azizatunnisa & Herdiana, 2020). Pola konsumsi sederhana juga memengaruhi *self control* pada generasi milenial. Meskipun generasi milenial memiliki *self control* yang rendah, literasi keuangan belum cukup berkembang untuk menjadi penghubung yang signifikan dalam mengendalikan perilaku konsumtif di Kabupaten Dogiyai. Peningkatan dalam berbagai aspek sangat dibutuhkan guna meningkatkan *self control* yang dibarengi dengan tingkat literasi untuk mendukung perilaku konsumsi pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai. Aspek yang harus ditingkatkan antara lain adalah pendidikan, teknologi, informasi, dan mudahnya akses layanan keuangan (Djoni *et al.*, 2025; Rahmawati & Andhaniwati, 2023). Disamping upaya peningkatan pada beberapa aspek, generasi milenial juga diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mengenai pengendalian diri dalam perilaku konsumsi.

Terakhir, hasil penelitian ini menemukan bahwa pendapatan bisa mempengaruhi perilaku konsumtif melalui literasi keuangan secara positif dan signifikan. Hal ini berarti *financial literacy* mampu memediasi hubungan antara *income* terhadap perilaku konsumtif pada generasi milenial pada Kabupaten Dogiyai, dimana hasil ini sejalan dengan temuan penelitian milik Siregar *et al.* (2023). Pendapatan yang lebih tinggi dapat memberikan peluang lebih besar bagi generasi milenial untuk mengakses pendidikan sehingga memperoleh informasi mengenai literasi keuangan (Kiswoyo & Kumalasari, 2022). Pendapatan yang lebih besar sering memerlukan pengelolaan keuangan yang lebih kompleks seperti menabung, mengatur anggaran, hingga berinvestasi. Pendapatan yang tinggi tanpa literasi keuangan yang baik dapat menjebak generasi milenial dalam pengeluaran yang lebih besar untuk memenuhi gaya hidup konsumtif (Astuti & Wardani, 2024). Literasi keuangan membantu masyarakat berpenghasilan rendah dan tinggi mengelola uang mereka dengan bijak, mengurangi risiko pengeluaran berlebih dan menciptakan stabilitas keuangan jangka panjang (Rahma *et al.*, 2022). *Financial literacy* juga mengajarkan pola pikir jangka panjang dengan pendapatan yang diperoleh, sehingga mampu mengendalikan perilaku konsumtif bagi generasi milenial di Kabupaten Dogiyai. Peningkatan literasi keuangan karenanya merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa pendapatan digunakan secara bijak dan tidak menimbulkan kebiasaan belanja yang merugikan.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini memperoleh bahwa *lifestyle* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif maupun literasi keuangan pada masyarakat generasi milenial. Sementara itu, *self-control* terbukti tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan pada generasi milenial. Di sisi lain, pendapatan memiliki pengaruh yang signifikan baik terhadap perilaku konsumtif maupun literasi keuangan pada masyarakat generasi milenial. Literasi keuangan sendiri terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, namun terbukti tidak mampu memediasi pengaruh *lifestyle* dan *self control* terhadap perilaku konsumtif ketika diuji sebagai variabel intervening. Sebaliknya, literasi keuangan mampu memediasi pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif secara signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, penelitian ini memiliki keterbatasan berkaitan dengan cakupan wilayah dan jumlah responden. Oleh karena itu, peneliti berikutnya diharapkan dapat memperluas penelitian ini dengan melibatkan sampel yang lebih besar serta mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan investasi, seperti pengetahuan keuangan, persepsi risiko, dan faktor eksternal ekonomi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi lebih komprehensif dan aplikatif.

REFERENSI

- Agapa, D. B., & Martiana, A. (2023). Mahasiswa Dogiyai di Yogyakarta: Kajian tentang adaptasi dan relasi sosialnya. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 12(1), 82–97. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v12i1.60998>.
- Agasi, M. D. R., & Aryani, D. N. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, e-money terhadap perilaku konsumtif generasi millennial dengan kontrol diri sebagai moderasi. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 5586–5564. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.9381>.
- Aini, P. N., & Rahayuningsih, S. (2024). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa pekerja Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(2), 1–9. <https://doi.org/10.572349/neraca.v2i2.843>.
- Ali, M. Z., & Asyik, N. F. (2023). Pengaruh pendapatan dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan gaya hidup sebagai variabel pemoderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan (JIAKu)*, 2(4), 326–339. <https://doi.org/10.24034/jiaku.v2i4.6136>.
- Amaria, N. P., & Rahmawati, S. D. (2024). Influence of financial literacy, financial attitude, and savings motivation on financial management behaviour among millennial university students. *Faculty of Economics and Business International Conference*, 249–259.
- Anatasya, P. S., Putri, A. R., Kholifah, S., Oktavia, D. T., Febriani, D. D., & Pratama, B. C. (2024). The influence of financial literacy, lifestyle, and self-control on student consumptive behaviour. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(9), 135–145. <https://doi.org/10.9734/ajeba/2024/v24i91482>.
- Arifin, M. N., Hartono, S., & Pawenang, S. (2024). Keputusan pembelian ditinjau dari lifestyle, brand image dan kualitas produk kosmetik merk Emina di cabang distributor Sinar Kosmetik Surakarta. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 4534–4544. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1850>.
- Asih, F. Y., Innayah, M. N., Miftahuddin, M. A., & Rahmawati, I. Y. (2025). Memahami perilaku konsumtif generasi milenial: Peran gaya hidup, locus of control, dan sikap keuangan dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v11i1.2838>.
- Astuti, M. D., & Wardani, M. K. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif dengan lifestyle sebagai pemoderasi. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 4(2), 147–154. <https://doi.org/10.37366/master.v4i2.1481>.
- Astuti, M., & Dasman, S. (2024). Pengaruh kemudahan penggunaan paylater terhadap perilaku konsumtif dengan lifestyle sebagai variabel moderasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(5), 2893–2899. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v10i5.2969>.
- Azizatunnisa, A., & Herdiana, I. (2020). Self-control and consumptive behaviour of adolescents in an Islamic boarding school. *Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(3), 1779–1786. <https://repository.unair.ac.id/121238/2/28>.
- Az-Zahra, F. V., & Waluyo, B. (2023). Pengaruh e-commerce, pendapatan, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kabupaten Bogor (Tinjauan ekonomi Islam). *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ*, 4(1), 1-6. <https://prosiding.pnj.ac.id/SNAM/article/view/737>.
- BPS. (2024). Kabupaten Dogiyai dalam angka. *Badan Pusat Statistik*. <https://dogiyaikab.bps.go.id/id/publication/2024/02/28/8c64728ef19e868db28c32f1/kabupaten-dogiyai-dalam-angka-2024.html>.
- Chin, W. W. (1998). *Modern methods for business research*. Lawrence Erlbaum Associate.
- Choiruunnisa, R., & Kusumaningrum, T. M. (2024). Pengaruh financial literacy, lifestyle, self-control, conformity, dan self-esteem terhadap consumptive behaviour pada generasi Z penggemar Korean Wave di Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(4), 776–792.

<https://doi.org/10.26740/jim.v12n4.p776-792>.

- Dany, A. S. R., & Susanti, A. (2022). Pengaruh pendapatan, literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Surakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(4), 453–464. <https://doi.org/10.53625/juremi.v2i4.4452>.
- Djoni, N., Pasae, Y., & Sabandar, S. Y. (2025). Strategi peningkatan pelayanan publik bagian umum sekretariat daerah Kabupaten Dogiyai. *Jurnal Ekonomi Holistik (ECOHOLIC)*, 1(2), 267–272. <https://doi.org/10.1610/691pb547>.
- Elmatara, B., & Mursito, B. (2021). Advertisement, lifestyle and product quality influencing purchase decision of Xiaomi smartphone in Sukoharjo. *International Journal*, 5(1), 35–43. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v5i1.1926>.
- Eriksson, Y. U., & Larsson, B. (2024). Social status qualifiers: Dimensions and determinants of factors shaping social status for women and men in Sweden. *Frontiers in Sociology*, 8, 1264896. <https://doi.org/10.3389/fsoc.2023.1264896>.
- Fitri, N. A., Basri, H., & Sinta, S. (2024). Analysis of consumptive behavior factors (Case study of generation Zin Palembang City). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(3), 2927–2938. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i3.5741>.
- Ghozali, I., & Latan. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayah, Z. Z., Syahwildan, M., & Pratiwi, R. E. (2024). Identifikasi pengaruh income, financial knowledge, dan lifestyle pada personal financial management generasi echo boomers. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*, 8(1), 235–244. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i1.25212>.
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Endratno, H. (2023). The influence of financial literacy, lifestyle, self-control, and peer conformity on student's consumptive behavior. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1-14. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v7i1.7887>.
- Kiswoyo, A. R., & Kumalasari, H. M. (2022). The effect of financial literacy, lifestyle and personal income on consumptive behavior in millennial generation in the pandemic era. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 20. <https://doi.org/10.21070/ijins.v20i.718>.
- Kusmiati, D., & Kurnianingsih, H. (2022). Perilaku konsumtif mahasiswa: Seberapa besar peran financial literacy, life style, e-money, dan self control? *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 6(2), 626-636. <https://doi.org/10.29040/jie.v6i2.4713>.
- Laksmono, R., Toyib, M., Mardiah, A., Utomo, S. B., & Prihadi, D. J. (2024). Pengaruh digital marketing, e-commerce dan pengetahuan kewirausahaan terhadap minat berwirausaha generasi milenial. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(5), 2684–2695. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i5.2168>.
- Lestari, J. L., Timur, H., & Safitri, E. E. (2023). Self-control with online shopping consumptive behavior's relationship in higher education students. *Interdisciplinary Social Studies*, 3(3), 28–33. <https://doi.org/10.55324/iss.v3i3.611>.
- Miranda, Nurjanah, & Pospos, A. F. F. W. (2024). Pengaruh literasi keuangan, locus of control dan sikap keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Investasi Islam*, 9(1), 36–52. <https://doi.org/10.32505/jii.v9i1.8826>.
- Munandar, A., Mulyadi, D., & Sandi, S. P. H. (2024). Pengaruh gaya hidup dan penggunaan uang elektronik terhadap perilaku konsumtif warga Perumahan Al-Jazzera Kondangjaya Karawang. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(2), 2845–2853. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i2.7381>.
- Musfira, H., & Wahyuni, S. (2024). Pengaruh layanan bimbingan kelompok melalui teknik self control terhadap penanggulangan perilaku hedonisme pada mahasiswa BKPI UIN Sumatera

- Utara. *G-Couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 9(1), 25–33. <https://doi.org/10.31316/gcouns.v9i1.6337>.
- Ningsih, A. T. U., Addiarrahman, & Ridho, M. T. (2024). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif petani kelapa sawit di Desa Karang Berahi Kecamatan Pamenang Kabupaten Merangin. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2), 45–56. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1981>.
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2021). Bagaimana literasi dan perilaku keuangan pada generasi milenial? *Telaah Bisnis*, 20(1), 1-10. <https://doi.org/10.35917/tb.v20i1.183>.
- Pahlawi, N., Alie, M. S., Hasbullaah, H., Reny, A., Desmon, D., Yudhinanto, C. N., & Indriyani, S. (2024). Pengaruh pemahaman literasi keuangan, kemudahan digital payment dan inklusi keuangan terhadap kinerja UMKM di Kota Bandar Lampung. *Journal Of Economic, Bussines and Accounting*, 7(6), 722–733. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12644>.
- Pramudita, E., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh gaya hidup, marketing effect, modernitas individu dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif belanja online mahasiswa (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(4), 315–339. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v3i4.4422>.
- Pratama, I. W. Y. M., Mahayana, I. D. M., & Jaya, I. M. S. A. (2021). The effect of cash turnover and accounts receivable turnover on profitability of food and beverage companies on the IDX. *Journal of Applied Sciences in Accounting, Finance, and Tax*, 4(2), 137–142. <https://doi.org/10.31940/jasafint.v4i2.137-142>.
- Pratiwi, A. A., Yuliana, R., & Hamdani, M. (2024). Sosial media dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif pada karyawan muda di Kota Semarang. *Journal of Economics and Banking*, 6(2), 266–279. <https://doi.org/10.35829/econbank.v6i2.427>.
- Radiman, R., Wahyuni, S. F., Hafiz, M. S., & Sinuhaji, K. R. D. (2024). Perilaku keuangan generasi milenial di Medan: Meneliti sinergi literasi keuangan, gaya hidup hedonis, dan sikap keuangan melalui lensa tingkat pendidikan sebagai variabel intervening. *Bursa: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 44–65. <https://doi.org/10.59086/jeb.v3i1.552>.
- Rahma, S. U. U., Bukhari, E., & Prasetyo, E. T. (2022). Pengaruh literasi keuangan, pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif belanja online pada masa pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 49–56. <https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043>.
- Rahmawati, D., & Andhaniwati, E. (2023). Peran self-control dalam memoderasi hubungan persepsi kemudahan dan manfaat terhadap perilaku pembelian impulsif pada pengguna e-wallet. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2750–2763. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4681>.
- Rahmawati, L., & Putri, E. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319. <https://doi.org/10.26740/jupe.v11n3.p313-319>.
- Rainer, P. (2023). Sensus BPS: Saat ini Indonesia didominasi oleh gen Z. *GoodStats*, edisi 29 Agustus. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>.
- Restike, K. P., Prasasti, D., Fitriani, D. I., & Ciptani, M. K. (2024). Pengaruh literasi keuangan, perilaku pembelian impulsif, dan gaya hidup terhadap penggunaan Shopee paylater gen Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 22(1), 100–113. <https://doi.org/10.24167/jab.v22i1.11609>.
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The influence of financial literacy and reference group toward consumptive behavior across senior high school students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>.

- Ristanti, N., & Hidajat, S. (2024). Pengaruh literasi keuangan, lingkungan sosial dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna genshin impact. *Journal Of Economic, Bussines and Accounting*, 7(6), 5125–5139. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12902>.
- Rumagit, M. C. N., & Gaghana, L. (2023). Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kecamatan Tahuna. *Jurnal Equilibrium*, 3(3), 39–47. <https://ejurnal.unima.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/5467/3062>.
- Salsabila, D. P., Prasetyo, H., & Giyartiningrum, Rr. E. (2024). Pengaruh gaya hidup, media sosial, dan electronic word of mouth (e-wom) terhadap keputusan orang tua dalam memilih lembaga bimbingan belajar Anak Hebat (Bimbel AHE) di Yogyakarta. *Journal of Economic and Business*, 8(2), 1518–1525. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1905>.
- Sari, S. (2019). Literasi media pada generasi milenial di era digital. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(2), 30–42. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>.
- Setiawati, W. T., Nuringwahyu, S., & Deka, R. E. (2024). Pengaruh gaya hidup dan fasilitas pay later terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 13(2), 50–60.
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh literasi keuangan, penggunaan digital payment, dan self control terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(01), 426–475. <https://doi.org/10.35794/emba.v12i01.53965>.
- Siregar, Q. R., Jufrizen, & Simatupang, J. (2023). Pengaruh pengetahuan keuangan, pendapatan, dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa Asahan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 44–49. <https://doi.org/10.59086/jak.v2i1.289>.
- Sofwatillah, Risnita, M., Jailani, S., & Saksitha, D.A. (2024). Teknik analisis data kuantitatif dan kualitatif dalam penelitian ilmiah. *Journal Genta Mulia*, 15(2), 79-91. <https://ejournal.uncm.ac.id/index.php/gm/article/view/1147>.
- Sugianto, B. J., & Erdiansyah, R. (2020). The effect of brand image and social environment on consumptive behavior and its implications for the performance working of young workers in Jakarta. *Proceedings of the Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2019); Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 439, 334-340. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200515.060>.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (19th ed.). CV. Alfabeta.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri dan konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 145–155. <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma>.
- Wardoyo, E., & Mahyuzar, H. (2024). Pengaruh life style, self control, penggunaan e-money dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melakukan online shopping. *Journal Of Economic, Bussines and Accounting*, 7(6), 1629–1640. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12820>.
- Wati, A. S., Mulyani, I. D., & Ernitawati, Y. (2024). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Muhadi Setiabudi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(7), 353-548. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i7.2125>.
- Wiranti, Y., Goso, G., & Halim, M. (2023). The influence of financial literacy, lifestyle, and social environment on student financial behavior. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(4), 898–909. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i4.751>.