

Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan Dan Nilai Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Desty Pristyani¹, Erike Anggraini², Yeni Susanti³

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

E-mail: pristyd7@gmail.com¹, erike@radenintan.ac.id², yenisa.glebova22@gmail.com³

Article History:

Received: 11 Desember 2025

Revised: 02 Januari 2026

Accepted: 09 Januari 2026

Keywords: Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, Religiusitas, Perilaku Konsumtif, Ekonomi Islam.

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam. Fenomena perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi, akses media sosial, dan kemudahan transaksi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden Generasi Z berusia 18–26 tahun di Kota Bandar Lampung dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan uji validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, serta uji parsial (t-test) dan uji simultan (F-test). Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan dan religiusitas berpengaruh negatif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkaya literatur mengenai perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam, serta kontribusi praktis dengan memberikan rekomendasi bagi masyarakat dan pembuat kebijakan untuk mendorong perilaku konsumsi yang bijak dan sesuai prinsip syariah pada Generasi Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman modern yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai generasi digital native yang memiliki akses luas terhadap internet dan media sosial, sehingga lebih terekspos pada berbagai tren gaya hidup konsumtif. Kemudahan akses berbelanja secara online, promosi yang masif melalui platform digital, dan pengaruh influencer menjadi faktor yang mendorong perilaku konsumtif mereka. Perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan, sering kali didorong oleh keinginan ketimbang kebutuhan yang sesungguhnya. Apabila tidak dikendalikan, hal ini

dapat menimbulkan dampak negatif seperti permasalahan finansial, ketidakpuasan psikologis, bahkan penumpukan hutang di usia produktif.

Fenomena ini semakin nyata terlihat pada masyarakat di Kota Bandar Lampung. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, rata-rata pengeluaran per kapita per bulan masyarakat mencapai Rp 1.785.000, dengan porsi pengeluaran non-makanan sebesar 53,9%. Tingginya proporsi pengeluaran non-makanan menunjukkan kecenderungan masyarakat untuk lebih banyak membelanjakan pendapatan pada kebutuhan sekunder dan tersier, seperti transportasi online, fashion, komunikasi digital, hiburan, dan rekreasi. Fakta ini mengindikasikan adanya gaya hidup yang cenderung konsumtif di kalangan masyarakat, termasuk Generasi Z.

Di sisi lain, nilai religiusitas memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Islam mengajarkan konsep al-iqtisad (bersikap sederhana) dan melarang tabdzir (pemborosan) sebagaimana termaktub dalam QS. Al-Isra ayat 26 yang melarang penghamburan harta karena perbuatan boros adalah perbuatan yang dicintai setan. Namun, realitas menunjukkan bahwa dorongan gaya hidup modern dan tekanan sosial sering kali membuat masyarakat, khususnya Generasi Z, mengabaikan nilai-nilai tersebut.

Dalam Al-Qur'an dijelaskan dalam surat Al-Isra ayat 26 diantaranya:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: *“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Al-Isra Surah 17 Ayat 26).*

Selain religiusitas, literasi keuangan juga menjadi faktor penting yang dapat membantu individu mengelola keuangan secara bijak. Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang merencanakan pengeluaran, mengendalikan hutang, dan menabung untuk masa depan. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan dapat mendorong keputusan konsumsi yang impulsif dan tidak produktif.

Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh gaya hidup hedonisme, tingkat literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini juga menempatkan analisis dalam perspektif ekonomi Islam sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pola konsumsi yang ideal sesuai prinsip syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi masyarakat Generasi Z agar lebih bijak, terukur, dan seimbang dalam mengelola konsumsi di tengah derasnya arus digitalisasi dan gaya hidup modern. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh gaya hidup hedonisme, tingkat literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini juga menempatkan analisis dalam perspektif ekonomi Islam sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang pola konsumsi yang ideal sesuai prinsip syariah. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi masyarakat Generasi Z agar lebih bijak, terukur, dan seimbang dalam mengelola konsumsi di tengah derasnya arus digitalisasi dan gaya hidup modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung dalam perspektif ekonomi Islam. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti menguji hipotesis secara sistematis, terukur, dan dapat diuji secara empiris. Lokasi penelitian adalah Kota Bandar Lampung dengan populasi penelitian berupa masyarakat Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan berdomisili di kota tersebut. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bandar Lampung tahun 2023, jumlah penduduk Generasi Z tercatat sebanyak 319.824 jiwa dari total penduduk kota $\pm 1.076.200$ jiwa. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan peneliti, seperti usia responden (18–26 tahun) serta status pekerjaan (sudah atau belum bekerja).

Data penelitian dikumpulkan menggunakan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh menggunakan kuesioner berbasis skala Likert lima poin (1–5) yang disebarakan secara digital melalui tautan dan barcode QR untuk mempermudah akses responden dan meningkatkan partisipasi. Sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, dan laporan Badan Pusat Statistik (BPS) yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan, uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi) untuk memenuhi prasyarat analisis regresi, serta analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial maupun simultan antara variabel bebas (gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, dan religiusitas) terhadap variabel terikat (perilaku konsumtif). Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial, sedangkan uji F digunakan untuk melihat pengaruh ketiga variabel secara simultan. Hasil analisis kemudian diinterpretasikan dalam kerangka perspektif ekonomi Islam untuk memberikan kesimpulan yang sesuai dengan prinsip syariah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini hasil uji yang dilakukan penelitian:

Uji Statistik Deskriptif

Gambaran mengenai variabel-variabel penelitian yaitu Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, Nilai Religiusitas, dan Perilaku Konsumtif disajikan dalam tabel descriptive statistics yang menunjukkan angka minimum, maksimum, mean, dan standar deviasi.

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Gaya Hidup Hedonisme (X1)	100	7.00	17.00	12.0700	2.00633
Literasi Keuangan (X2)	100	16.00	24.00	20.2200	1.57365
Nilai Religiusitas (X3)	100	17.00	24.00	21.3600	1.43210
Prilaku Konsumtif (Y)	100	7.00	17.00	13.2000	1.87487
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Output SPSS 27, Data Sekunder telah Diolah 2025.

Dari hasil tabel 1, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat adalah:

1. Variabel Gaya Hidup Hedonisme (X1), dari data tersebut dapat dideskripsikan bahwa nilai minimum 7 sedangkan nilai maksimum 17,00 nilai rata-rata 12,0700 dan standar deviasi data Integritas adalah 2,00633.
2. Variabel Literasi Keuangan (X2), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 16 sedangkan nilai maksimum sebesar 24, nilai rata-rata 20,2200 dan standar deviasi data Integritas adalah 1,57365.
3. Variabel Nilai Religiusitas (X3), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 17 sedangkan nilai maksimum sebesar 24, nilai rata-rata 21,3600 dan standar deviasi data Integritas adalah 1,43210.
4. Variabel Perilaku Konsumtif (Y), dari data tersebut bisa dideskripsikan bahwa nilai minimum 7 sedangkan nilai maksimum sebesar 17, nilai rata-rata 13,2000 dan standar deviasi data Integritas 1,87487.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen yang digunakan dapat secara tepat dan akurat mengukur konstruk atau variabel yang menjadi fokus penelitian. Validitas menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan kualitas suatu instrumen, karena instrumen yang tidak valid dapat menghasilkan data yang menyimpang dari realitas sebenarnya. Validitas mengacu pada tingkat kemampuan suatu instrumen dalam mengukur kesesuaian antara data empiris yang dikumpulkan oleh peneliti dengan realitas atau kondisi sebenarnya yang dilakukan oleh responden. Dengan kata lain, suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu merepresentasikan atau mencerminkan kondisi riil yang terjadi di lapangan secara objektif.

Untuk menentukan r tabel, digunakan derajat kebebasan (degree of freedom, df) diperoleh melalui perhitungan dengan menggunakan rumus $df = n - 2$, dengan n merujuk pada keseluruhan responden yang diamati dalam penelitian. Pada penelitian ini jumlah responden yang memberikan jawaban adalah 100 orang, sehingga diperoleh $df = 100 - 2 = 98$. Berdasarkan tabel distribusi kritis pearson pada taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$), didapat jumlah r tabel senilai 0,1966. Maka dari itu, suatu item dikatakan valid jika:

- a) Nilai r hitung $> 0,1966$ dan,
- b) Hubungan korelasinya positif

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1 Gaya Hidup Hedonisme (X1)	X1.1	0.503	0.1966	Valid
	X1.2	0.215	0.1966	Valid
	X1.3	0.321	0.1966	Valid
	X1.4	0.615	0.1966	Valid
	X1.5	0.468	0.1966	Valid
6 Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0.407	0.1966	Valid
	X2.2	0.444	0.1966	Valid
	X2.3	0.592	0.1966	Valid
	X2.4	0.365	0.1966	Valid
	X2.5	0.443	0.1966	Valid
11 Nilai Religiusitas (X3)	X3.1	0.434	0.1966	Valid
	X3.2	0.474	0.1966	Valid
	X3.3	0.466	0.1966	Valid
	X3.4	0.427	0.1966	Valid
	X3.5	0.311	0.1966	Valid
16 Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0.257	0.1966	Valid
	Y2	0.432	0.1966	Valid
	Y3	0.347	0.1966	Valid
	Y4	0.546	0.1966	Valid
	Y5	0.530	0.1966	Valid

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 27 Data diolah 2025.

Berdasarkan Tabel 2, seluruh item pernyataan pada tiap variabel dalam penelitian menunjukkan nilai r hitung $>$ r tabel (0,1966) dan arah korelasi yang positif. Hal ini berlaku baik untuk variabel independen (Lingkungan Kerja Fisik, Kompensasi, dan Beban Kerja) maupun variabel dependen (Perilaku Konsumtif). Seluruh indikator menunjukkan asosiasi yang kuat dengan skor total variabelnya masing-masing, berdasarkan temuan tersebut instrumen yang digunakan valid dan berfungsi sebagai indikator valid terhadap konstruk yang diukur secara akurat. Dengan demikian, seluruh item layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan salah satu indikator krusial dalam mengukur tingkat suatu alat ukur penelitian mampu memberikan hasil data yang tetap dan dapat diandalkan saat diterapkan pada kondisi yang sejenis pada waktu yang berbeda. Reliabilitas diukur guna mengetahui konsistensi data yang dihasilkan dari

instrumen, sehingga dapat diketahui apakah instrumen tersebut dapat dipercaya untuk digunakan secara berulang. Dalam konteks studi ini, pengukuran uji reliabilitas dilakukan melalui pendekatan Cronbach's Alpha, yang dinilai sesuai dan tepat untuk instrumen yang disusun menggunakan skala Likert. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menilai homogenitas butir-butir pertanyaan untuk menilai suatu variabel yang sama, dengan demikian hasil yang didapatkan mampu untuk dijamin keandalannya.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach' Alpha	Cronbach' Alpha yang disyaratkan	Keterangan
1.	Gaya Hidup Hedonisme (X1)	0,74	>0,60	Reliabel
2.	Literasi Keuangan (X2)	326	>0,60	Reliabel
3.	Nilai Religiusitas (X3)	371	>0,60	Reliabel
4.	Literasi Keuangan (Y)	0,63	>0,60	Reliabel

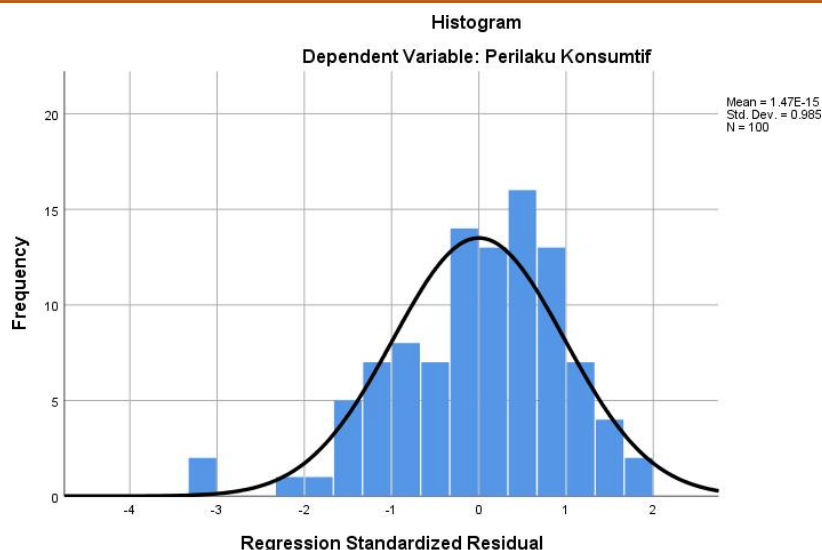
Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27 data diolah 2025

Berdasarkan tabel 3, dijelaskan bahwa nilai Cronbach's Alpha > nilai batas. Yaitu sebesar $0,74 > 0,60$ yang menunjukkan Variabel X1 (Gaya Hidup Hedonisme) Reliabel, sebesar $326 > 0,60$ yang menunjukkan Variabel X2 (Literasi Keuangan) Reliabel, sebesar $371 > 0,60$ yang menunjukkan Variabel X3 (Nilai Religiusitas) Reliabel, sebesar $0,63 > 0,60$ yang menunjukkan Variabel Y (Perilaku Konsumtif) Reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik Adalah data yang berdistribusi normal dan mendekati normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Olahan SPSS 27, Data diolah 2025

Dari gambar 1, terlihat bahwa histogram membentuk menyerupai kurva lonceng (bell-shaped curve), Dimana data menyebar secara simetris disekitar garis tengah. Pola ini menunjukkan bahwa distribusi residual mendekati distribusi normal. Selain itu, pada grafik P-P Plot, titik-titik residual berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti alur garis tersebut. Kondisi ini menandakan bahwa tidak terjadi penyimpangan yang signifikan dari normalitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa data penelitian telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga model regresi linier berganda layak digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, nilai religiusitas, dan perilaku konsumtif. Normalitas residual ini memperkuat keandalan hasil uji t dan uji F karena analisis statistik tersebut membutuhkan data yang berdistribusi normal agar interpretasi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilakukan dengan akurat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas menunjukkan data penelitian berada dalam kategori baik, tidak terdapat outlier ekstrem atau pola distribusi yang menyimpang, sehingga pemodelan regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik normalitas.

b. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah dalam menguji regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel bebas. Multikolineritas terjadi jika ada hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel independent dan variabel regresi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients ^a						
Model	Unstanddardied		Standardized Coefficients	t	Sig	Collinearit y Statistics
	B	Std. Errro r				Tolerance VIF

1	(Constant)	18.632	3.455		5.393	.000		
	Gaya Hidup Hedonisme (X1)	.128	.096	.137	1.339	.184	.953	1.049
	Literasi Keuangan (X2)	.015	.121	.013	.125	.901	.970	1.030
	Nilai Religiusitas (X3)	.168	.135	.128	1.241	.218	.936	1.069

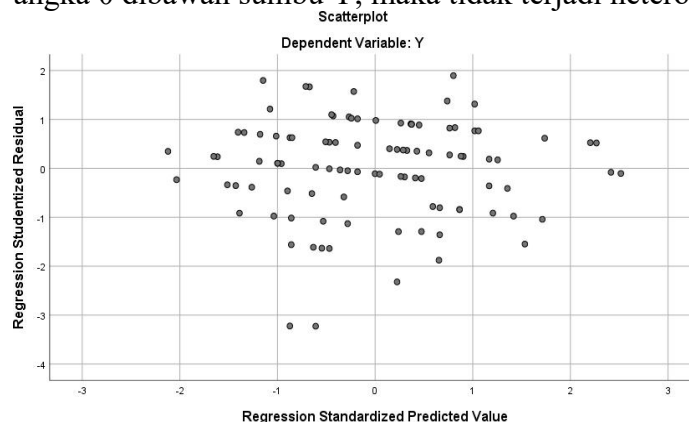
Sumber: Hasil olahan SPSS 27 Data diolah 2025.

- a. Diketahui bahwa nilai VIF variable Gaya Hidup Hedonisme (X1) adalah $1,049 < 10$ dan nilai tolerance value $0.953 > 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
- b. Diketahui bahwa nilai VIF variable Literasi Keuangan (X2) adalah $1,030 < 10$ dan nilai tolerance value $0.970 < 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.
- c. Diketahui bahwa nilai VIF variable Nilai Religiusitas (X3) adalah $1,069 < 10$ dan nilai tolerance value $0.936 < 0,1$ maka data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menemukan heteroskedastisitas adalah:

1. Jika pola tertentu ada titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (gelombang melebar kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas)
2. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedasitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Melihat Scatterplot titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi Heterokedastisitas.

1. Analisis Regresi Berganda

Penelitian ini menggunakan analisis berganda untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan SPSS 27, dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana

Y = Perilaku Konsumtif

α = Konstanta

b = Koefisien

X₁ = Gaya Hidup Hedonisme

X₂ = Literasi Keuangan

X₃ = Nilai Religiusitas

Tabel 5. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	18.632	3.455		5.393	.000
	Gaya Hidup Hedonisme (X ₁)	-.128	.096	-.137	-1.339	.184
	Literasi Keuangan (X ₂)	-.015	.121	-.013	-.125	.901
	Nilai Religiusitas (X ₃)	-.168	.135	-.128	-1.241	.218

Sumber: Hasil Olahan SPSS 27 Data diolah 2025.

Dari Output tabel 5, didapatkan model persamaan regresi:

$$Y = 18,632 - 0,128 (X_1) - 0,15 (X_2) - 0,168 (X_3)$$

Berdasarkan tabel 5, Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, Nilai Religiusitas adalah variable yang berpengaruh signifikan karena $< 0,05$.

2. Uji t (Parsial)

Uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, uji t digunakan untuk menguji signifikansi Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme (X₁), Literasi Keuangan (X₂) dan Nilai Religiusitas (X₃) secara individual terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	18.632	3.455		5.393	.000
Gaya Hidup Hedonisme (X1)	.1986	.096	.137	6.339	.000
Literasi Keuangan (X2)	.1989	.121	.013	3.125	.002
Nilai Religiusitas (X3)	.1998	.135	.128	2.241	.000

Sumber: Hasil Olahan SPSS 27 Data diolah 2025.

1. Pengaruh gaya hidup hedonisme (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y)
Nilai t hitung sebesar 6,339 dan nilai Sig 0,000 < 0,05, sehingga H1 diterima. Artinya, gaya hidup hedonisme terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif secara parsial. Semakin tinggi tingkat hedonisme dalam diri individu, semakin besar kecenderungan untuk melakukan konsumsi berdasarkan keinginan, tren, dan kesenangan sesaat.
2. Pengaruh literasi keuangan (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y)
Hasil menunjukkan nilai t hitung 3,125 dengan Sig 0,02 < 0,05, sehingga H2 diterima. Ini berarti literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman keuangan yang dimiliki Generasi Z tidak sepenuhnya menekan konsumsi, tetapi justru mengarahkan pada konsumsi yang lebih terencana dan rasional. Namun demikian, konsumen tetap terdorong untuk berbelanja karena gaya hidup digital dan mudahnya akses transaksi.
3. Pengaruh Nilai Religiusitas (X3) terhadap perilaku konsumtif (Y)
Nilai t hitung sebesar 2,241 dengan Sig 0,00 < 0,05, sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas memberikan pengaruh signifikan secara parsial terhadap menurunnya perilaku konsumtif. Semakin tinggi nilai religiusitas individu, semakin baik kontrol dirinya dalam menghindari pembelian yang tidak perlu dan menjaga konsumsi yang sesuai kebutuhan.

Hipotesis

1. H1: Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
Berdasarkan Uji t, diperoleh:
t hitung = 6,339 > t tabel = 1,985
Sig = 0,00 < 0,05
Hasil ini membuktikan bahwa H1 didukung. Artinya, Gaya Hidup Hedonisme memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin besar kecenderungan untuk melakukan konsumsi berlebihan, mengikuti tren, dan berbelanja berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan.

2. H2: Perilaku Konsumtif berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
Hasil t menunjukkan bahwa:
 $t_{hitung} = 3,125 > t_{tabel} = 1,985$
 $Sig = 0,02 < 0,05$
Dengan demikian, H2 didukung. Ini berarti literasi keuangan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Individu yang memiliki literasi keuangan lebih tinggi cenderung melakukan konsumsi yang lebih terarah, terkontrol, dan tidak impulsif. Walaupun begitu, tingginya literasi keuangan tidak selalu menurunkan konsumsi, tetapi mengarahkan konsumsi menjadi lebih rasional.
3. H3: Nilai Religiusitas berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif
Berdasarkan hasil uji t:
 $t_{hitung} = 2,241 > t_{tabel} = 1,985$
 $Sig = 0,00 < 0,05$
Hasil ini menunjukkan bahwa H3 didukung. Artinya, nilai religiusitas memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemampuannya menahan diri dari konsumsi yang berlebihan dan lebih mengutamakan pengeluaran yang bermanfaat serta sesuai kebutuhan yang dianjurkan dalam Islam.
4. H4 (Simultan) : Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, dan Religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif
 $F_{hitung} = 1445 > F_{tabel}$
 $Sig = 0,02 < 0,05$
Sehingga H4 didukung. Artinya, ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Ini berarti perilaku konsumtif tidak hanya ditentukan oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil interaksi beberapa faktor internal dan eksternal.

3. Uji F (Simultan)

Uji F atau uji simultan dilakukan untuk mengetahui variabel bebas Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, dan Nilai Religiusitas terhadap variabel terikat yaitu Perilaku Konsumtif.

**Tabel 6. Hasil Uji F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	15.135	3	5.045	1455	.002 ^b
Residual	332.865	96	3.467		
Total	348.000	99			

Sumber: Hasil Olahan SPSS 27

Berdasarkan tabel 6, dapat disimpulkan bahwa pengaruh X1, X2, dan X3 terhadap Y diketahui nilai sign 0,02 < 0,05 dan nilai f hitung 1445 > 2,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap Y.

4. Koefisien Determinan (R²)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan adjusted R² untuk mengukur besarnya kontribusi variabel X terhadap variasi (naik turunnya) variabel Y. Pemilihan adjusted R² tersebut karena adanya kelemahan mendasar pada penggunaan koefisien determinasi (R²). Kelemahannya adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap tambahan satu variabel independen, maka R² pasti akan meningkat tanpa melihat apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Namun, nilai adjusted R² dapat naik atau turun apabila jumlah variabel independen ditambahkan dalam model. Dengan demikian, pada penelitian ini tidak menggunakan R² namun menggunakan nilai adjusted R² untuk mengevaluasi model regresinya.

Tabel 7. Uji Koefisien

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.209 ^a	.43	.14	.862

Sumber: Hasil Olahan SPSS 27

Diketahui nilai R Square 0,43 atau 43% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y sebesar 43% dan sisanya 57% dipengaruhi oleh variabel lain.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung. Nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $(6,339) > t$ tabel $(1,985)$ membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Temuan ini selaras dengan teori consumer behavior oleh Bourdieu (1984) yang menyatakan bahwa konsumsi bukan hanya pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi juga ekspresi simbolik atas status sosial dan identitas diri. Begitu pula teori hedonic consumption dari Hirschman dan Holbrook (1982) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh pencarian kesenangan emosional daripada kebutuhan rasional. Penelitian ini didukung oleh hasil Meilani & Kusuma (2024) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi digital melalui QRIS meningkatkan perilaku konsumtif Gen Z di Kota Denpasar. Rosmiati & Sari (2023) juga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme secara signifikan memengaruhi pola konsumsi mahasiswa karena adanya tekanan sosial dan pengaruh media digital. Hasil serupa dikemukakan oleh Yuli Cantikasari & Robertus Basiya (2022) bahwa motivasi hedonis dan shopping lifestyle memiliki hubungan kuat dengan pembelian impulsif.

2. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai signifikansi $0,02 < 0,05$ dan t hitung $(3,125) > t$ tabel

(1,985). Menariknya, arah hubungan positif ini menunjukkan bahwa pemahaman finansial yang baik tidak selalu menurunkan tingkat konsumsi, melainkan mengarahkan konsumsi ke arah yang lebih rasional dan terencana. Hal ini dikenal dengan konsep *rationalized consumption*, yaitu perilaku konsumtif yang dilakukan dengan pertimbangan logis, bukan sekadar impulsif.

Penelitian ini mendukung temuan Rizal Mahendra, Nugroho & Pristiana (2023) yang menyatakan bahwa literasi keuangan mendorong Generasi Z untuk mampu mengelola keuangan, namun tidak sepenuhnya menekan konsumsi karena gaya hidup digital yang dinamis. Sementara penelitian Selvia Mega dkk. (2020) dan Sunarto Fattah & Indriayu (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan justru berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, sebab individu yang paham keuangan lebih berhati-hati dalam menggunakan uangnya. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh variasi latar belakang ekonomi, lingkungan sosial, serta kebiasaan penggunaan teknologi finansial di masing-masing wilayah.

3. Pengaruh Nilai Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ dan $t \text{ hitung } (2,241) > t \text{ tabel } (1,985)$. Artinya, semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya. Temuan ini memperkuat teori *planned behavior* (Ajzen, 1991) bahwa nilai dan norma internal berperan penting dalam membentuk perilaku seseorang. Individu dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung memiliki kontrol diri (*self-control*) yang lebih baik dalam mengatur pengeluaran dan menahan diri dari konsumsi berlebihan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rosamitha Sandra Devi & Ervina (2020) yang menemukan bahwa religiusitas menekan perilaku konsumtif santri di Malang, serta penelitian Suharyono (2018) yang menyebutkan bahwa dalam ekonomi Islam, perilaku konsumtif tanpa dasar kebutuhan nyata merupakan bentuk penyimpangan terhadap prinsip syariah. Penelitian Sokhikhatul Mawadah & Leli Lismay (2022) juga menegaskan bahwa religiusitas yang tinggi mempengaruhi pengambilan keputusan finansial yang lebih bijak.

4. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme, Literasi Keuangan, Nilai Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas, yaitu gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, dan nilai religiusitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z dengan nilai $F \text{ hitung } 1.445 > 2,70$ dan signifikansi $0,02 < 0,05$. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,43 berarti ketiga variabel tersebut menjelaskan 43% variasi perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 57% dipengaruhi faktor lain seperti lingkungan sosial, pendapatan, dan pengaruh media digital. Secara teoretis, hasil ini memperkuat konsep *integrative behavior model* yang menyatakan bahwa perilaku manusia merupakan hasil interaksi antara faktor internal (nilai religius, literasi keuangan) dan faktor eksternal (lingkungan dan gaya hidup). Temuan ini sejalan dengan penelitian Fitriyani, lestrari, dan sanjaya (2023) yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme dan akses digital berperan kuat dalam meningkatkan perilaku konsumtif

Generasi Z, sementara literasi keuangan hanya berpengaruh apabila diimbangi kontrol diri dan nilai religiusitas. Penelitian putri dan hidayat (2023) juga mendukung hasil tersebut dengan menemukan bahwa religiusitas mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswa, terutama dalam penggunaan e-commerce, sedangkan gaya hidup hedonisme tetap menjadi faktor dominan yang mendorong belanja impulsif.

5. Perilaku Konsumtif Generasi Z dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung dalam penelitian ini menunjukkan kecenderungan konsumsi yang dipengaruhi oleh keinginan, tren, dan dorongan emosional, bukan oleh kebutuhan yang bersifat prioritas. Pola konsumsi seperti membeli barang untuk mengikuti gaya hidup teman sebaya, mengikuti tren media sosial, atau memperoleh kepuasan sesaat merupakan indikator perilaku konsumtif yang sering ditemukan. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif demikian belum sejalan dengan nilai-nilai syariah. Islam memerintahkan konsumsi yang didasarkan pada prinsip :

1. kesederhanaan (al-iqtishad)

Generasi Z di Kota Bandar Lampung ditemukan kecenderungan konsumsi untuk kepuasan sesaat, yang menunjukkan adanya pergeseran dari nilai kesederhanaan menuju pola konsumsi yang lebih ekspresif dan simbolik. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup modern dan budaya digital yang intens.

2. keseimbangan (tawazun)

Generasi Z di Kota Bandar Lampung cenderung memprioritaskan pembelian barang non-esensial seperti fashion, hiburan digital, atau makanan untuk gaya hidup, sehingga terjadi ketidakseimbangan antara pengeluaran kebutuhan pokok dan pengeluaran gaya hidup. Pola ini menunjukkan kurangnya kontrol diri dalam menjaga keseimbangan finansial sebagaimana tuntunan syariah.

3. Tidak berlebih-lebihan (la israf)

Generasi Z di Kota Bandar Lampung rentan melakukan konsumsi berlebih karena paparan media sosial yang memunculkan social pressure, seperti pembelian untuk mengikuti tren agar tidak tertinggal (fear of missing out/FOMO). Perilaku konsumsi impulsif ini menunjukkan adanya bentuk israf karena pembelian dilakukan tanpa pertimbangan manfaat dan kebutuhan riil.

4. tidak boros (la tabdzir)

Perilaku ini muncul ketika mereka menghabiskan uang untuk kebutuhan sekunder atau tersier tanpa mempertimbangkan nilai guna, biasanya karena pengaruh media sosial, tren, dan kemudahan transaksi digital. Dalam Islam, tabdzir dilarang karena pemborosan dianggap perbuatan tercela sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Isra' ayat 26–27. Oleh sebab itu, menghindari tabdzir perlu didukung oleh kontrol diri, nilai religiusitas, serta kemampuan mengelola keuangan agar konsumsi tetap berada pada batas kewajaran dan memberi manfaat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme, literasi keuangan, dan nilai religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung. Gaya hidup hedonisme terbukti menjadi faktor paling dominan yang mendorong perilaku konsumtif, terutama melalui kecenderungan mengikuti tren, penggunaan media digital, dan orientasi pada kesenangan sesaat. Literasi keuangan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap pola konsumsi yang lebih terencana, meskipun belum sepenuhnya mampu menekan konsumsi berlebih karena kuatnya pengaruh kemudahan transaksi digital. Sementara itu, nilai religiusitas memberikan pengaruh positif dalam mengendalikan perilaku konsumtif dengan mendorong kontrol diri, kesadaran kebutuhan, serta pemahaman akan pentingnya pengelolaan harta yang benar. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan tidak sejalan dengan prinsip al-iqtishad (kesederhanaan), tawazun (keseimbangan), la israf (tidak berlebih-lebihan), dan la tabdzir (tidak boros). Pola konsumtif berlebih yang dipicu gaya hidup hedonis tidak sesuai dengan nilai kesederhanaan dan keseimbangan yang dianjurkan Islam. Sebaliknya, literasi keuangan dan religiusitas mendukung upaya mewujudkan konsumsi yang proporsional, bermanfaat, dan tidak menimbulkan pemborosan. Oleh karena itu, pengendalian gaya hidup, peningkatan literasi keuangan, serta penguatan nilai religiusitas menjadi fondasi penting agar Generasi Z mampu menerapkan perilaku konsumtif yang bijak, terukur, dan selaras dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.

DAFTAR REFERENSI

- Ade Irna Lestari, Fitriyani, Nova Apriyanti Simanungkalit, & Rudi Sanjaya. (2024). Pengaruh Financial Technology terhadap Manajemen Keuangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(4), 1–12.
- Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, & Ramadani Syafitri. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Ajeng Larasati, Sri Rahayu Hijrah Hati, & Anya Safira. (2018). Religiusitas dan Pengetahuan terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 8(2).
- Aliyah Husen. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362.
- Al Arif, M. N. R., & Amalia, E. (2016). *Teori mikroekonomi: Suatu perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi konvensional*. Prenada Media.
- Andre Fachrun Ramadhan, & Megawati Simanjuntak. (2018). Perilaku Pembelian Hedonis Generasi Z: Promosi Pemasaran, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri. *Jurnal Ilmiah Keluarga & Konsumen*, 11(3).
- Ato'illah Shohibul Hikam, Nuntupa, & Anik Gita Yuana. (2024). Hubungan antara Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Pasangan Menikah Muda terhadap Perilaku Keuangan Keluarga di Desa Blado Wetan. *Jurnal Ekonomi*, 3(1).
- Billy Nugraha. (2022). *Pengembangan Uji Statistik: Implementasi Metode Regresi Linier Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik* (M. Ady Susanto, Ed.). Pradina Pustaka.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
- Cleopatra, M. (2015). Pengaruh gaya hidup dan motivasi belajar terhadap prestasi belajar matematika. *Jurnal Formatif*, 5(2), 168–181.
- Debora Kaharu, & Anindhyta Budiarti. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(3), 1–24.
- Erwani Yusuf, & Novita Wahyu Ningsih. (2022). Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup, dan Perilaku Konsumtif terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Jurnal Multi Disiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 177–188.

- Faqihul Muqoddam, Almira Keumala Ulfah, Ramadhan Razali, Habibur Rahman, Abd Ghofur, Umar Bukhory, Sri Rizqi Wahyuningrum, Muhammad Yusup, & Rita Inderawati. (2022). *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan)*. IAIN Madura Press.
- Fuad Hardi Nugroho et al. (2020). Analisis Pengaruh Pandemi dan Pembelajaran Secara Daring terhadap Prestasi Melalui Variabel Intervening Keadaan Ekonomi Mahasiswa Universitas Sangga Buana YPKP Bandung. *Jurnal EBI*, 2(2), 119.
- Hajar Hasan. (2022). Pengembangan Sistem Informasi Dokumentasi Terpusat pada STMIK Tidore Mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi dan Komputer)*, 2(1), 23–29.
- Haler, R. H. (1980). Toward a Positive Theory of Consumer Choice. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 1(1), 39–60.
- Hidayat, Aziz Alimul. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Isnaini, M., Afgani, M. W., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 1377–1384.
- Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *HOLISTIK: Journal of Social and Culture*.
- Lisa Wina Novia. (2024). Pengaruh Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan terhadap Consumptive Behaviour pada Generasi Milenial dengan Lifestyle sebagai Variabel Intervening. *Journal of Strategic Management*, 6(1).
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*Canarium indicum* L.]). *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan*, 14(3), 333–342.
- Mayore, W. G., Salem, V. E., & Gugule, H. (2021). Perubahan Gaya Hidup Mandiri pada Generasi Muda di Desa Kalongan Kecamatan Kalongan Kabupaten Kepulauan Talaud. *Indonesian Journal of Social Science and Education*, 1(2), 76–81.
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 5(1), 1–10.
- Muthiatu Thoyibah, Muhammad Iqbal Fasa, & Suharto. (2021). Pola Konsumsi Hedonisme Generasi Millennial Muslim terhadap Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Keislaman*, 1(3), 120–180.
- Naura, Y. R., Safira, A., & Larasati, D. (2022). Isu-Isu Prioritas dalam Penerapan Eco-House Berdasarkan Gaya Hidup Hemat Energi dan Ramah Lingkungan. *Nature: National Academic Journal of Architecture*, 9(1), 96–111.
- Napitupulu, J. H., Ellyawati, N., & Astuti, R. F. (2021). Pengaruh literasi keuangan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa Kota Samarinda. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 9(3), 138–144.
- Nikmah, K. (2023). Penerapan Metode Pembelajaran Observasi Lapangan pada Mata Kuliah Studi Arsip untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa. *ASANKA: Journal of Social Science and Education*, 4(1), 26–33.
- Nur Eka Putri Apriliani. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Peran Religiusitas, Self Control sebagai Variabel Mediasi terhadap Perilaku Pengelolaan Utang Masyarakat di Surabaya. *Perbanas Institutional Repository*, 1–19.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

-
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Putri Rindiasari, Hidayat, Yuliani, Wahyu Hidayat, & Wiwin Yuliani. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Angket Kepercayaan Diri. *Fokus: Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan*, 4(5), 367.
- Ranti Tri Anggraini. (2020). Stress and Coping Patterns of University Students. *Gadjah Mada Journal of Psychology*, 3(3), 131–140.
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori, Metode, dan Praktek*.
- Risa Nadya Septiani, & Eni Wuryani. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Kinerja UMKM di Sidoarjo. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 3214.
- Rizal Mahendra, Mulyanto Nugroho, & Ulfi Pristiana. (2023). Pengaruh Status Ekonomi, Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan terhadap Gaya Hidup pada Generasi Z dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Cakrawala*, 6(1).
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Rosamitha Sandra Devi, & Ervina. (2020). Analisis Pengaruh Praktik Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Mahasiswa Baitul Jannah Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 8(2), 12–30.
- Rosmiati, & Sari, D. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 15–28.
- Safura Azizah. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 96.
- Salma Egita Fitri Subagyo, & Jojok Dwiridotjahjono. (2021). Pengaruh Iklan Online, Konformitas, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 26–39.
- Selvia Mega, Hj. Erni Alfisah, & Teguh Wicaksono. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Universitas Islam Kalimantan. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 4(2), 1676–1683.
- Sri Deviyanti. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Peserta Didik Kelas XII IPS SMA Negeri 3 Makassar. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 9, 1689–1699.
- Sokhikhatul Mawadah, & Leli Lismay. (2022). Analysis of Variables of Gender, Religiosity, Emotional Intelligence and Allowances for Women's Decisions to Become Leaders. *Journal of Gender Studies*, 6(2).
- Suharyono. (2018). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Al-Intaj*, 4(2).
- Sumarwati, M., Mulyono, W. A., Nani, D., Swasti, K. G., & Abdilah, H. A. (2022). Pendidikan Kesehatan tentang Gaya Hidup Sehat pada Remaja Tahap Akhir. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1),