E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Karawang

Nadia Nur Siti Khodijah
Universitas Singaperbangsa Karawang, nadianursk96@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Karawang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert (1-5) kepada 50 responden Generasi Z yang merupakan pengguna aktif Shopee Paylater. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan gaya hidup dan penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan. Ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 56,8% variasi perilaku konsumtif (Adjusted R^2 = 0,568), sedangkan 43,2% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor perilaku dan gaya hidup lebih dominan membentuk kecenderungan konsumtif Generasi Z dibandingkan sekadar pengetahuan keuangan, sehingga intervensi yang menyasar kebiasaan belanja dan tata kelola platform paylater perlu menjadi prioritas selain edukasi keuangan.

Kata Kunci: *literasi keuangan; gaya hidup; Shopee Paylater; perilaku konsumtif; Generasi Z*

Abstract

This study examines the influence of financial literacy, lifestyle, and the use of Shopee Paylater on the consumptive behaviour of Generation Z in Karawang, Indonesia. A quantitative survey design was used, with primary data collected through a five-point Likert-scale questionnaire distributed to 50 active Shopee Paylater users belonging to Generation Z. Data were analysed using multiple linear regression in IBM SPSS Statistics 29. The results show that financial literacy has no significant effect on consumptive behaviour, whereas lifestyle and Shopee Paylater usage both have a significant positive effect. Together, the three predictors explain 56.8% of the variance in consumptive behaviour (Adjusted R^2 = 0.568). These findings suggest that non-cognitive and behavioural factors, rather than financial knowledge alone, are the stronger drivers of Generation Z's consumptive tendencies, underscoring the need for interventions that target spending habits and platform-level safeguards rather than financial education alone.

Keywords: *financial literacy; lifestyle; Shopee Paylater; consumptive behaviour; Generation Z*

Corresponding Author:
Nadia Nur Siti Khodijah Universitas Singaperbangsa Karawang; nadianursk96@gmail.com

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan globalisasi telah mengubah pola transaksi ekonomi masyarakat, termasuk pola belanja daring yang kini menjadi bagian dari keseharian, khususnya di kalangan generasi muda. Kemudahan bertransaksi tanpa harus mendatangi toko secara langsung mendorong pergeseran pola konsumsi Generasi Z, yang tampak dari intensitas pembelian barang, pakaian, makanan, serta kebutuhan penampilan dan hiburan. Perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai kecenderungan membeli barang secara berlebihan semata-mata untuk memperoleh kepuasan, dengan tiga indikator utama yaitu pembelian impulsif, pembelian berlebihan, dan pembelian yang tidak rasional (Sufyati & HS, 2022).

Salah satu faktor yang secara teoritis diyakini dapat menekan perilaku konsumtif adalah literasi keuangan, yaitu kemampuan individu mengombinasikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola keuangan serta mengambil keputusan finansial yang tepat (Sufyati HS & A., 2021). Namun demikian, di lapangan banyak ditemukan fenomena Generasi Z yang tetap kesulitan mengelola keuangan meskipun memiliki pendapatan yang relatif tinggi, yang mengindikasikan bahwa literasi keuangan saja belum tentu cukup untuk mengendalikan perilaku konsumsi. Faktor gaya hidup turut berperan besar: gaya hidup mencerminkan cara seseorang mengalokasikan uang dan waktunya, dan ketidakseimbangan antara gaya hidup dengan kapasitas finansial dapat mendorong individu menempuh berbagai cara demi memenuhi standar hidup yang diinginkannya (Azizah, 2020).

Perkembangan transaksi digital turut memunculkan metode pembayaran baru bernama paylater, yaitu skema pembayaran cicilan tanpa kartu kredit (Parameswari, 2022). Shopee, sebagai salah satu marketplace terbesar di Asia Tenggara, menyediakan fitur Shopee Paylater yang bekerja sama dengan PT Lentara Nusantara dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Kemudahan skema "beli sekarang, bayar nanti" ini berpotensi memperbesar kapasitas belanja Generasi Z melampaui kapasitas finansial riil mereka. Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten mengenai hubungan antar-variabel ini (dijabarkan pada Tabel 1). Beberapa studi menemukan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif atau keuangan (Mantik, 2022; Al Arif & Imsar, 2023), sementara studi lain menemukan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan ketika berhadapan dengan kemudahan akses pembayaran digital (Prasinta et al., 2023). Kesenjangan (gap) inilah yang mendasari penelitian ini: apakah literasi keuangan masih relevan sebagai faktor penekan perilaku konsumtif ketika berhadapan dengan gaya hidup digital dan kemudahan fitur paylater. Karawang dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan kota industri dengan taraf hidup dan tingkat pendapatan masyarakat yang relatif tinggi, sehingga daya beli dan potensi perilaku konsumtif Generasi Z di wilayah ini menarik untuk diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee Paylater terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Karawang, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan literatur perilaku keuangan Generasi Z, serta kontribusi praktis bagi penyelenggara layanan paylater, otoritas terkait, dan orang tua/pendidik dalam merancang intervensi yang tepat sasaran.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan individu memahami konsep keuangan serta kepercayaan diri dalam menerapkan pengetahuan tersebut untuk mengambil keputusan keuangan yang tepat (Sufyati HS & A., 2021). Aspek literasi keuangan meliputi pengetahuan keuangan dasar, simpanan dan pinjaman, proteksi/asuransi, serta investasi. Literasi keuangan yang baik idealnya membantu individu, termasuk Generasi Z, menghadapi trade-off finansial tanpa harus jatuh pada keputusan konsumsi yang tidak rasional.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan cara seseorang memanfaatkan uang dan waktu, mencakup kebiasaan, pandangan, serta cara individu mengekspresikan kegiatan dan minatnya sesuai kondisi ekonominya. Gaya hidup konsumtif pada Generasi Z sering ditandai oleh orientasi pada tren, media sosial, dan kenyamanan berbelanja daring.

Shopee Paylater

Shopee Paylater merupakan fitur layanan kredit digital tanpa kartu kredit yang terintegrasi dalam platform Shopee dan diawasi oleh OJK. Kemudahan pengajuan dan pencairan limit membuat fitur ini banyak diminati Generasi Z sebagai solusi belanja instan tanpa perlu menyediakan dana tunai di muka.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, melainkan didorong oleh keinginan untuk mencapai kepuasan sesaat (Mujahidah, 2020). Indikatornya mencakup pembelian impulsif, pembelian berlebihan, dan pembelian yang tidak rasional (Sufyati & HS, 2022).

Penelitian Terdahulu

Tabel 1 merangkum sejumlah penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini, sekaligus menegaskan posisi (novelty) penelitian ini yang menguji ketiga variabel secara simultan pada populasi Generasi Z pengguna aktif Shopee Paylater di Karawang — konteks kota industri yang belum banyak diangkat dalam studi sejenis.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Peneliti (Tahun)	Judul/Fokus	Temuan Utama
Mantik (2022)	Literasi keuangan dan sikap pengelolaan keuangan mahasiswa	Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap sikap pengelolaan keuangan
Al Arif & Imsar (2023)	Literasi keuangan, norma subjektif, gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna e-money (dengan pengendalian diri sebagai moderasi)	Literasi keuangan dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif; pengendalian diri memoderasi hubungan tersebut
Prasinta, Wiyono, & Maulida (2023)	Literasi keuangan, gaya hidup, kontrol diri terhadap perilaku konsumtif Generasi Z	Gaya hidup dan kontrol diri berpengaruh signifikan; literasi keuangan berpengaruh lebih lemah
Zahara, Kurniawan, & Dewi (2023)	Perilaku konsumtif belanja daring melalui fitur Shopee Paylater pada mahasiswa	Penggunaan Shopee Paylater mendorong peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa
Fahriansah, Safarida, & Midesia (2023)	Buy Now, Think Later: perilaku pembelian impulsif Generasi Z	Skema “beli sekarang bayar nanti” meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif Generasi Z
Gustantio, Setiawan, & Djajadikerta (2024)	Gaya hidup konsumtif, literasi keuangan, dan persepsi kemudahan transaksi terhadap penggunaan e-wallet	Gaya hidup konsumtif dan persepsi kemudahan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan layanan pembayaran digital

Kerangka Konseptual dan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini mengajukan kerangka konseptual dengan tiga variabel independen (literasi keuangan, gaya hidup, penggunaan Shopee Paylater) yang diduga memengaruhi satu variabel dependen (perilaku konsumtif), dengan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.
H2: Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.
H3: Penggunaan Shopee Paylater berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji pengaruh antar-variabel. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1-5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Populasi penelitian adalah Generasi Z pengguna aktif Shopee Paylater yang berdomisili di Karawang, dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti (unlimited population). Sampel ditentukan sebanyak 50 responden menggunakan teknik non-probability sampling jenis purposive sampling, dengan kriteria: (1) Generasi Z laki-laki atau perempuan; (2) lahir pada rentang tahun 1997-2007 atau berusia 17-27 tahun; (3) merupakan pengguna aktif Shopee Paylater; dan (4) berdomisili di Karawang.
Variabel penelitian terdiri dari tiga variabel independen — literasi keuangan (X1), gaya hidup (X2), dan penggunaan Shopee Paylater (X3) — serta satu variabel dependen, yaitu perilaku konsumtif (Y). Setiap variabel diukur menggunakan lima item indikator yang dikembangkan dari definisi operasional pada bagian tinjauan pustaka. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 29, didahului dengan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik (normalitas dan multikolinearitas).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Butir pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel (0,2787) dengan signifikansi < 0,05. Hasil uji validitas menunjukkan seluruh item pada keempat variabel memiliki nilai r hitung berkisar 0,357 hingga 0,885 dengan signifikansi 0,000, sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	0,537	0,50	Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,712	0,50	Reliabel
Penggunaan Shopee Paylater (X3)	0,875	0,50	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,755	0,50	Reliabel

Seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,50 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,879 (> 0,05), sehingga data residual dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
X1 – Literasi Keuangan	0,731	1,369
X2 – Gaya Hidup	0,755	1,325
X3 – Penggunaan Shopee Paylater	0,582	1,717

Seluruh variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala multikolinearitas.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Analisis Regresi Linier Berganda

Nilai koefisien tak terstandardisasi (Unstandardized B) yang digunakan sebagai acuan persamaan regresi dan interpretasi pada bagian ini merujuk pada output uji-t (Tabel 5), yang merupakan hasil akhir estimasi model dan konsisten dengan hasil uji signifikansi.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardized Beta	t hitung	Sig.
(Constant)	2,194	3,625	-	0,605	0,548
X1 – Literasi Keuangan	-0,087	0,189	-0,053	-0,463	0,645
X2 – Gaya Hidup	0,501	0,128	0,437	3,915	<0,001
X3 – Shopee Paylater	0,397	0,110	0,460	3,622	<0,001

Persamaan regresi: Y = 2,194 – 0,087X1 + 0,501X2 + 0,397X3

Interpretasi model regresi adalah sebagai berikut:

a. Konstanta bernilai 2,194, artinya apabila literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee Paylater bernilai nol, maka perilaku konsumtif diperkirakan berada pada skor 2,194.
b. Koefisien X1 (literasi keuangan) bernilai -0,087 dan tidak signifikan (sig 0,645 > 0,05), sehingga arah maupun besaran pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif tidak dapat diinterpretasikan secara statistik; literasi keuangan dalam penelitian ini tidak terbukti memengaruhi perilaku konsumtif.
c. Koefisien X2 (gaya hidup) bernilai 0,501 dan signifikan (sig < 0,001), artinya setiap kenaikan satu satuan skor gaya hidup akan meningkatkan skor perilaku konsumtif sebesar 0,501 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.
d. Koefisien X3 (penggunaan Shopee Paylater) bernilai 0,397 dan signifikan (sig < 0,001), artinya setiap kenaikan satu satuan skor penggunaan Shopee Paylater akan meningkatkan skor perilaku konsumtif sebesar 0,397 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,754	0,568	0,540	2,83650

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,568 menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee Paylater secara bersama-sama mampu menjelaskan 56,8% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 43,2% sisanya dijelaskan oleh variabel di luar model, misalnya kontrol diri, pendapatan, atau pengaruh lingkungan sosial.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	486,777	3	162,259	20,167	<0,001
Residual	370,103	46	8,046	-	-
Total	856,880	49	-	-	-

Nilai F hitung sebesar 20,167 > F tabel (2,807) dengan signifikansi < 0,001, sehingga H0 ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan Shopee Paylater secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

Uji t (Parsial)

Berdasarkan Tabel 4, hasil pengujian hipotesis parsial adalah sebagai berikut:

1. H1 ditolak: nilai t hitung X1 sebesar -0,463 < t tabel 2,011 dengan sig 0,645 > 0,05, sehingga literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. H2 diterima: nilai t hitung X2 sebesar 3,915 > t tabel 2,011 dengan sig < 0,001, sehingga gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. H3 diterima: nilai t hitung X3 sebesar 3,622 > t tabel 2,011 dengan sig < 0,001, sehingga penggunaan Shopee Paylater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Pembahasan

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasil penelitian menunjukkan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Karawang. Temuan ini konsisten dengan Prasinta et al. (2023) yang menemukan pengaruh literasi keuangan yang lemah terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, namun berbeda dengan Mantik (2022) dan Al Arif & Imsar (2023) yang menemukan pengaruh signifikan literasi keuangan terhadap sikap/perilaku keuangan. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh karakteristik responden penelitian ini yang seluruhnya merupakan pengguna aktif Shopee Paylater: kemudahan akses kredit digital tampaknya melemahkan peran pengetahuan keuangan sebagai rem perilaku, sebab keputusan belanja lebih banyak didorong oleh dorongan emosional dan kemudahan transaksi ketimbang pertimbangan rasional yang seharusnya dibentuk oleh literasi keuangan.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif. Gaya hidup terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, sejalan dengan Azizah (2020), Al Arif & Imsar (2023), dan Gustantio et al. (2024) yang menunjukkan bahwa individu dengan orientasi gaya hidup hedonis dan bergengsi cenderung lebih konsumtif. Bagi Generasi Z di Karawang, gaya hidup yang terpapar tren media sosial dan standar penampilan tertentu tampak menjadi pendorong utama pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada keinginan mengikuti tren dan menjaga citra sosial. Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif. Penggunaan Shopee Paylater juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat hasil Zahara et al. (2023) dan Fahriansah et al. (2023) yang menunjukkan bahwa skema "beli sekarang, bayar nanti" meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif karena mengaburkan persepsi akan beban finansial riil di masa mendatang. Kemudahan pengajuan limit dan minimnya friksi pembayaran membuat Generasi Z cenderung mengambil keputusan belanja secara lebih cepat dan kurang mempertimbangkan kemampuan bayar di kemudian hari.

Secara simultan, ketiga variabel menjelaskan 56,8% variasi perilaku konsumtif, mengindikasikan bahwa faktor perilaku (gaya hidup) dan faktor kemudahan transaksi (Shopee Paylater) jauh lebih dominan membentuk perilaku konsumtif Generasi Z dibandingkan literasi keuangan semata. Temuan ini memberi implikasi bahwa program edukasi keuangan konvensional perlu diimbangi dengan intervensi yang menyasar kebiasaan belanja digital dan pengelolaan gaya hidup, serta perlunya mekanisme perlindungan konsumen (misalnya batas limit yang adaptif terhadap pendapatan) pada layanan paylater.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Karawang, sedangkan gaya hidup dan penggunaan Shopee Paylater berpengaruh positif dan signifikan. Ketiga variabel secara simultan menjelaskan 56,8% variasi perilaku konsumtif. Temuan ini menegaskan bahwa gaya hidup dan kemudahan akses kredit digital berperan lebih besar dalam mendorong perilaku konsumtif dibandingkan pengetahuan keuangan semata. Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, ukuran sampel relatif kecil (n = 50) dan menggunakan teknik purposive sampling

E-ISSN : 2962-9713
P-ISSN : 2963-928X

sehingga generalisasi hasil ke populasi Generasi Z yang lebih luas perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, penelitian bersifat cross-sectional sehingga tidak dapat menangkap dinamika perilaku konsumtif dari waktu ke waktu. Ketiga, data dikumpulkan melalui self-report yang berpotensi mengandung bias persepsi responden.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah dan cakupan sampel, menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, pendapatan, atau literasi digital sebagai variabel moderasi maupun mediasi, serta mempertimbangkan desain longitudinal untuk melihat perubahan perilaku konsumtif seiring waktu. Secara praktis, penyelenggara layanan paylater disarankan menerapkan mekanisme limit kredit yang lebih adaptif terhadap kapasitas finansial pengguna, sementara lembaga pendidikan dan otoritas terkait perlu memperkuat program literasi keuangan yang secara spesifik menyasar pengelolaan gaya hidup digital, bukan sekadar pengetahuan keuangan dasar.

DAFTAR PUSTAKA

Al Arif, N., & Imsar, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Norma Subjektif, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN SU Medan Pengguna Electronic Money dengan Pengendalian Diri sebagai Moderasi. Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management, 3(2), 406–428. https://doi.org/10.47467/manageria.v3i2.2293

Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi), 1(2), 92–101.

Fahriansah, F., Safarida, N., & Midesia, S. (2023). Buy Now, Think Later: Impulsive Buying Behavior Among Generation Z in Indonesia. Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 12(2), 386–421. https://doi.org/10.22373/share.v12i2.17453

Gustantio, E. R., Setiawan, A., & Djajadikerta, H. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif, Financial Literacy, dan Persepsi Kemudahan Bertransaksi terhadap Penggunaan E-Wallet pada Generasi Z. Innovative: Journal of Social Science Research, 4(3), 11261–11273. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.11417

HS Sufyati, & A. (2021). Geliat Generasi Milenial Berinvestasi Reksadana. Eduvation: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pengajaran.

Mantik, J. N. (2022). Peran Beasiswa UKT dalam Memoderasi Sikap dan Literasi Keuangan Mahasiswa terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. Jurnal Mantik, 6(3), 2205–2213.

Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus pada Satu Peserta Didik di SMK Negeri 8 Makassar). Universitas Negeri Makassar, 1–16.

Parameswari, R., & A. (2022). Intrinsic and Extrinsic Motivations Affecting Impulse-Buying Tendency in Mobile Shopping. Primanomics: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 20(2), 175–185.

Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 5(6), 3028–3038. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703

Sufyati HS, & A. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. Jurnal Multidisiplin Madani, 2(5), 2415–2430.

Zahara, T., Kurniawan, B., & Dewi, M. C. (2023). Perilaku Konsumtif Belanja Online Melalui Fitur Shopee Paylater Pada Mahasiswa Universitas Yuppentek Indonesia. Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 1(4), 48–56. https://doi.org/10.572349/neraca.v1i4.256