

## PENGARUH PERILAKU KEUANGAN PADA POLA GAYA HIDUP HEDONISME BERDASARKAN KARAKTER GENERASI Z MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NURUL HUDA

Oleh: Deya Pebriyanti<sup>1</sup>, Kwatno<sup>2</sup>, Siti Afifah<sup>3</sup>

[devafebrianti223@gmail.com](mailto:devafebrianti223@gmail.com)

<sup>1</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

<sup>2</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

<sup>3</sup> Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

*Abstrak*-Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena bahwa Generasi Z, yang dikenal sebagai digital native, rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak seimbang dan dipicu oleh tren media sosial (FOMO), yang berpotensi mengarah pada pola gaya hidup hedonisme. Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, yang seharusnya memiliki pemahaman lebih baik tentang pengelolaan keuangan, seringkali dihadapkan pada isu ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan perilaku keuangan, pola gaya hidup hedonisme Generasi Z, dan menganalisis pengaruh perilaku keuangan terhadap pola gaya hidup hedonisme pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan populasi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Nurul Huda. Sampel penelitian ini melibatkan 32 mahasiswa semester 2 Program Studi Pendidikan Ekonomi Kampus C. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan Uji T (parsial), dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS.20. Hasil penelitian menunjukkan: Secara deskriptif, variabel Perilaku Keuangan (X) berada dalam kategori sedang dengan persentase 81,25%. Variabel Gaya Hidup Hedonisme Generasi Z (Y) juga berada dalam kategori sedang dengan persentase 84,37%. Secara parsial (Uji T), ditemukan bahwa Perilaku Keuangan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya Hidup Hedonisme Generasi Z (Y). Hal ini didukung oleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,064 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,697, serta nilai signifikansi 0,048 yang lebih kecil dari 0,05. Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 13,499 + 0,350X$ . Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa semakin baik perilaku keuangan individu, semakin kecil kecenderungan mereka terhadap gaya hidup hedonism.

**Kata Kunci :** Pola Gaya Hidup Hedonisme, Generasi Z.

*Abstract*-The research is motivated by the phenomenon that Generation Z, known as digital natives, are prone to unbalanced consumerist behavior and are triggered by social media trends (FOMO), which can potentially lead to hedonistic lifestyle patterns. Students of Economic Education, who should have a better understanding of financial management, are often faced with this issue. The purpose of this study was to describe financial behavior, hedonism lifestyle patterns of Generation Z, and analyze the influence of financial behavior on hedonism lifestyle patterns in Economic Education Students of Nurul Huda University. The research method used is quantitative research with the student population of Economic Education Nurul Huda University. The sample of this study involved 32 2nd semester students of Economic Education Study Program campus

C. Data analysis techniques used are simple linear regression analysis and T test (partial), using the help of SPSS applications.20. The results showed: Descriptively, the financial behavior variable (X) is in the medium category with a percentage of 81.25%. The hedonism lifestyle variable of Generation Z (Y) is also in the moderate category with a percentage of 84.37%. Partially (t test), it was found that financial behavior (X) has a positive and significant effect on the hedonistic lifestyle of Generation Z (Y). This is supported by the value of  $t_{count}$  of 2.064 which is greater than  $t_{table}$  of 1.697, and the significance value of 0.048 which is smaller than 0.05. The regression equation obtained is  $Y = 13.499 + 0.350 X$ . The conclusion of the study is that the better the financial behavior of individuals, the less their tendency towards hedonism lifestyle.

**Keywords:** Financial Behavior, Hedonism Lifestyle Patterns, Generation Z.

## PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi di era digital saat ini berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara setiap orang dalam mengelola keuangan mereka. Pengetahuan tentang keuangan berkembang seiring dengan kompleksitas kebutuhan manusia. Kemampuan berperilaku sukses demi tercapainya kesejahteraan masyarakat terkait dengan, globalisasi yang tidak bisa kita hindari berkaitan dengan kecerdasan pribadi. Misalnya terkait dengan pengambilan keputusan jangka panjang di masa depan. Salah satu generasi yang merasakan dampak pada peristiwa ini ialah Generasi Z. Generasi Z dikenal sebagai "Generasi digital", generasi ini lahir antara tahun 1997 sampai dengan tahun 2012, mereka tumbuh seiring dengan adanya media sosial, teknologi, serta akses informasi yang sangat cepat (Ningtyas, 2019). Generasi Z berkeyakinan, bahwa mereka merupakan individual yang independen yang mampu menikmati kehidupan dunia luas, tanpa harus memikirkan risiko kedepan.

Berdasarkan data dari OJK Pada tahun 2024, sebanyak 37,17% generasi Z memiliki kredit macet. Sedangkan

menurut TIAA Institute, sebanyak 52% Generasi Z mempunyai rekening tabungan, namun hanya sekitar 20% generasi Z menabung untuk dana pensiun. Ini menunjukkan bahwa adanya kesenjangan antara akses ke produk keuangan dan kebiasaan menabung jangka panjang (OJK dan TIAA Institute) <https://www.cnbindonesia.com>. Dilihat dari data tersebut masih sedikit yang kurang paham akan pengelolaan keuangan, bahkan cenderung banyak dari mereka yang memiliki sifat boros, akan pola konsumsi yang berlebihan sehingga rentan terlilit utang. Selain itu, dukungan non tunai juga mendorong pembelian impulsif, yang membuat generasi Z kurang sadar akan pengeluarannya. Fenomena ini disebabkan oleh beberapa faktor pendukung, seperti halnya perilaku keuangan, yang berdampak pada keuangan Generasi Z. Pilihan gaya hidup dapat berdampak pada perilaku keuangan. Temuan studi menunjukkan bahwa "Perilaku keuangan masyarakat memburuk seiring dengan gaya hidup mereka. Hal ini karena cara hidup menumbuhkan sifat konsumsi"(Generasi et al., 2022).

Konsumen biasanya dikategorikan berdasarkan gaya hidup yang menggunakan variabel AIO, seperti aktivitas, *interest*/minat, dan opini. Konsumen diminta untuk menunjukkan aktivitas, pembelian, dan strategi manajemen waktu mereka. Masyarakat mulai menyesuaikan dan mengadopsi cara-cara negara maju. Orang-orang sekarang diajari untuk mencoba memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka di dunia modern. Banyak orang membeli barang yang tidak diperlukan hanya untuk memuaskan keinginannya. Mayoritas orang bersedia membayar lebih hanya untuk membeli di tempat bergengsi. Manusia saat ini masih berusaha untuk memuaskan hasratnya yang tidak terbatas. Mengejar citra, prestise, dan kedudukan sosial merupakan sumber hasrat yang tiada henti bagi manusia modern. Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, hal ini juga mempengaruhi perilaku masyarakat, khususnya dalam menangani dana keluarga. Pengelolaan uang seseorang akan semakin bermasalah seiring dengan berkembangnya gaya hidup. Idealnya, pilihan gaya hidup dan pemahaman finansial dapat memengaruhi cara seseorang menangani uangnya. Begitu juga dengan kalangan mahasiswa yang merupakan kelompok sosial masih rentan terhadap perubahan mode, tren terkini, dan gaya hidup, terhadap masalah perilaku keuangan. Oleh karena itu, mahasiswa harus lebih berhati-hati dalam keuangan. Status keuangan setiap mahasiswa masih tercermin dari penampilan dan cara hidup mereka di kampus, termasuk pengeluaran mereka

untuk makanan dan pakaian. Karena faktor kontekstual setiap mahasiswa itu berbeda, hedonisme memanifestasikan dirinya dalam cara yang berbeda secara signifikan dari satu mahasiswa ke mahasiswa lainnya (Ni Luh et al., 2021).

Perilaku keuangan memiliki peran penting dalam perencanaan keuangan bagi setiap individu, hal ini berguna bagi kehidupan seseorang apabila selalu menargetkan pengeluaran dan menyisihkan uang sebagai tabungan. Dalam mengatur keuangan seorang individu biasanya, di hadapkan dengan kesadaran atau tidak sadar yang di penuh dengan rasa tanggung jawab dalam menggunakan uangnya, ini biasa di sebut dengan perilaku keuangan. (Wilda Rahmayanti et al., 2019).

Pemahaman tentang pentingnya pengelolaan keuangan menjadi salah satu kenyataan yang selalu di hadapi oleh setiap manusia. Hal ini membuat seseorang memiliki perilaku yang bijak dalam mengelola keuangan, sehingga tidak terjebak dalam kesulitan keuangan yang dapat menyebabkan kegagalan dalam mengelola keuangan. Dalam kegiatan mengelola keuangan harus dilakukan dengan cermat, sesuai dengan perkembangan ekonomi di era globalisasi saat ini. Begitu juga dengan para mahasiswa generasi z, yang diwajibkan mempunyai perencanaan anggaran yang baik dalam menjalani kehidupannya. (Soraya & Lutfiati, 2020).

Sesuai dengan pembahasan perilaku keuangan saat ini maka mahasiswa pendidikan ekonomi, yang merupakan bagian dari generasi Z, diharapkan mampu mempunyai keahlian

serta memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam memahami konsep perilaku keuangan, karena latar belakangnya yang berasal dari pendidikan ekonomi. Mereka diminta dapat mengelola keuangan pribadi dan dapat memberikan ilmu tersebut kepada khalayak ramai. Namun pada realitanya banyak mahasiswa yang belajar di bidang ekonomi seringkali dikaitkan dengan gaya hidup hedonistik dan perilaku konsumen. Hal ini karena, berbeda dengan mahasiswa di bidang lain, mahasiswa ekonomi mendapat stigma di masyarakat karena menjalani kehidupan mewah. Banyak orang yang percaya bahwa jurusan ekonomi lebih memahami uang dan investasi dibandingkan mahasiswa jurusan lainnya. Dalam situasi ini, mereka seringkali dianggap memiliki keterampilan pengelolaan uang yang lebih baik atau bahkan berpotensi menghasilkan lebih banyak uang. Hal ini disebabkan mahasiswa jurusan ekonomi memperoleh pemahaman keuangan yang lebih menyeluruh dibandingkan mahasiswa jurusan lain. Meskipun begitu tak jarang banyak sekali mahasiswa generasi Z, yang belum mempunyai pemahaman yang memadai tentang perilaku keuangan. Hal tersebut dapat dilihat dari perilaku manajemen keuangan yang tidak terkendali, kebiasaan konsumtif berlebihan, minimnya tabungan, serta kecenderungan berhutang tanpa mempertimbangkan dengan matang.

Gaya hidup seseorang adalah serangkaian perilaku yang membedakannya satu sama lain. Kebiasaan belanja masyarakat telah

berubah akibat kemajuan teknologi dan perubahan dalam masyarakat; mereka sekarang lebih mementingkan kesenangan dan kenikmatan, yang mereka yakini harus dipenuhi agar merasa diterima dan nyaman. Kehadirannya dimasyarakat umum. Gaya hidup hedonis sering kali diakibatkan oleh cara hidup tersebut. Pola konsumsi berlebihan ini cenderung karena generasi Z terlalu terpaku pada media sosial kemudian mengikuti trend populer pada zaman sekarang, salah satu contohnya, *fomo* akan hal-hal baru yang viral di sosial media. Maka banyak dari mereka yang mengikuti standar dari media sosial tersebut, seperti halnya selalu membeli barang yang viral di waktu tersebut, bahkan nongkrong di tempat – tempat yang hits di zaman sekarang sesuai standar dengan yang ada di media sosial. Jika kebanyakan generasi Z berpikiran seperti ini tanpa memikirkan masa depan, maka hal ini dapat menyulitkan kehidupannya di masa yang akan datang. Maka dari itu pentingnya pembentukan perilaku keuangan yang baik, dimulai dari individual itu sendiri demi kesejahteraan hidup di masa tua.

Urgensi dari penelitian ini semakin kuat mengingat mahasiswa merupakan kelompok strategis yang tidak hanya menjadi agen perubahan di masa depan, tetapi juga menjadi model atau panutan dalam hal perilaku ekonomi di lingkungan sosialnya. Jika mereka tidak memiliki perilaku keuangan yang sehat sejak dini, maka akan sulit bagi mereka untuk membangun masa depan finansial yang stabil dan sejahtera. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang

tidak hanya mengamati gaya hidup konsumtif generasi Z, tetapi juga menelusuri sejauh mana perilaku keuangan yang mereka miliki berkontribusi terhadap terbentuknya gaya hidup hedonis tersebut.

Secara teoritis, penelitian ini merujuk pada konsep Behavioral Finance (Wicaksono, 2021) yang menjelaskan bahwa perilaku keuangan individu tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas ekonomi, tetapi juga oleh faktor psikologis, sosial, dan emosional. Keputusan finansial seseorang sering kali didorong oleh persepsi, emosi, dan tekanan sosial dari pada oleh logika perhitungan untung-rugi semata. Selain itu, digunakan juga teori AIO (Activity, Interest, and Opinion) dari Kotler & Keller yang menjelaskan bahwa gaya hidup dibentuk oleh aktivitas sehari-hari, minat individu, dan opini terhadap lingkungan sekitar. Ketiga elemen ini membentuk pola perilaku yang khas, termasuk dalam hal konsumsi.

Dengan memahami hubungan antara perilaku keuangan dan gaya hidup hedonis, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting, baik dalam ranah akademik maupun praktis. Dari sisi akademik, penelitian ini memperkaya kajian tentang perilaku keuangan generasi muda. Dari sisi praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi bagi mahasiswa, pendidik, dan lembaga pendidikan dalam menanamkan nilai-nilai pengelolaan keuangan yang sehat dan bertanggung jawab. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian karakter Generasi Z sebagai variabel

moderasi dalam menganalisis pengaruh perilaku keuangan terhadap gaya hidup hedonisme pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi, yang hingga kini masih terbatas pada pendekatan deskriptif dan konteks mahasiswa umum.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (Aiman et al., 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan Metode penelitian kausal komparatif merupakan salah satu dari macam-macam metode penelitian kuantitatif. Nama populer dari macam-macam metode penelitian kuantitatif ini adalah *ex-post facto*. Metode Kausal komperatif digunakan dalam evaluasi untuk mengetahui kemungkinan hubungan sebab-akibat.

Menurut Hasibuan et al., (2022) Sumber data dalam penelitian ini ada dua jenis yaitu data primer dan data sekunder. Menurut (Hasanah, 2019.) Pengumpulan data pada penelitian kuantitatif dilaksanakan melalui penggunaan teknik observasi, kuesioner dan dokumentasi.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini melibatkan data dari hasil penelitian ini didapatkan melalui penyebaran angket dan diambil dari dokumentasi tempat penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa semester 2 kampus C, penelitian ini dilakukan sesuai dengan dikeluarnya

surat penelitian dari kampus yaitu mulai tanggal 09 sampai 13 Juni 2025.

Berdasarkan kategori variable perilaku keuangan (X) kategori tinggi sebesar 0,00%, kategori sedang 81,25%, dan kategori rendah sebesar 18,75%, maka nilai pada variabel Perilaku Keuangan (X) memiliki kategori sedang.

Selanjutnya, berdasarkan kategori variabel gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) kategori tinggi 0,00%, kategori sedang sebesar 84,37% dan kategori rendah sebesar 15,63%, maka nilai pada gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) memiliki kategori sedang.

Hasil uji Normalitas *Output* terlihat bahwa data hasil uji normalitas pada uji *kolmogrov smirnov test* nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada variabel perilaku keuangan (X), 0,350 dan gaya hidup hedonisme generasi Z 0,257 > 0,05, dari hasil uji normalitas keduanya bersifat normal.

Hasil Uji Homogenitas penelitian menunjukkan *Output* terlihat bahwa data hasil uji homogenitas nilai sig sebesar 0.213 dimana  $0,213 > 0,05$ , maka data keduanya bersifat homogen.

Hasil analisis dibawah menunjukkan bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,358 maka  $0,358 \times 100\% = 35,8\%$ , berarti variable perilaku keuangan (X) mempunyai pengaruh sebesar 35,8% terhadap gaya hidup hedonisme generasi Z dan sisanya sebesar 64,2 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti, dan dapat dilihat dalam persamaan regresi linier

Hasil uji nilai perilaku keuangan (X)  $t_{hitung}$  sebesar 2.064 dan  $t_{tabel}$  1.697, dimana  $2.064 > 1.697$  dan

jika dilihat dari tingkat batas signifikan diatas  $0,05 > 0,048$ . Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji persial dalam analisis regresi dapat disimpulkan variabel perilaku keuangan (X) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) mahasiswa jurusan prodi ekonomi semester 2 Universitas Nurul Huda kampus C

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa semester 2 kampus C yang berjumlah 32 mahasiswa, penelitian ini dilakukan sesuai dengan surat penelitian dari kampus yaitu mulai tanggal 09 sampai 13 Juni 2025.

Dari uji deskriptif yang dilakukan oleh peneliti pada variabel perilaku keuangan (X) diperoleh hasil, kategori tinggi sebesar 0,00%, kategori sedang 81,25%, dan kategori rendah sebesar 18,75%, maka nilai pada variable perilaku keuangan memiliki kategori sedang.

Penelitian yang dilakukan oleh Sherwin Ary Busman, Hartini, Agus Santoso tahun 2022 yang berjudul Peran Pengetahuan Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Kontrol Diri, Dan Literasi Keuangan Dalam Manajemen Keuangan Pribadi Generasi Z Di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini untuk menganalisis adanya pengaruh pengetahuan keuangan, gaya hidup hedonism, control diri dan literasi keuangan terhadap manajemen keuangan pribadi generasi Z di Kabupaten Sumbawa. Metode yang digunakan dengan metode kuantitatif dan teknik pengumpulan data

menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh dengan teknik Purposive Sampling dengan kriteria masyarakat yang berdomisili di Sumbawa dan berusia 24-44 tahun Analisis data penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) dengan Smart PLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Pengetahuan Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Keuangan Pribadi 2) Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi 3) Kontrol Diri berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi 4) Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap manajemen keuangan pribadi.

Berbeda lagi dengan penelitian yang dilakukan oleh Erna Rika Herlina tahun 2023 yang berjudul Pandangan Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap seseorang akan merasa bahagia jika dilakukan dengan mencari kesenangan atau kebahagiaan sebanyak-banyaknya. Penelitian ini dilatar belakangi oleh sikap atau gaya hidup hedonisme yang menyatakan bahwa kesenangan ada disini untuk dinikmati dan merupakan tujuan hidup manusia di dunia ini. Pada awalnya hanya orang-orang tertentu saja yang bisa memiliki sikap dan gaya hidup hedonism kini, mengingat untuk menjalankan sikap hedonisme tersebut dibutuhkan dana yang tidak sedikit. Namun, pada akhirnya sikap tersebut menyebar ke orang-orang dari kalangan lain meski dalam kondisi hidup yang

memprihatinkan. Pada saat ini gaya hidup hedonism banyak dilakukan oleh generasi z karena dianggap suatu kebanggaan memiliki gaya hidup hedonisme tersebut. Islam tentu menolak keras sikap hedonism ini sebagai bentuk larangan dari sikap boros dan boros. Islam mengajarkan bahwa hidup lebih baik jika dijalani dengan kesederhanaan. Menurut pandangan Islam sebagai seorang muslim hendaknya menggunakan hartanya untuk hal-hal yang bermanfaat dan tidak digunakan untuk hal-hal yang tidak berguna.

Lain halnya penelitian yang dilakukan Sarah Vivian tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Brand Image terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Starbucks dan mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Gaya Hidup Hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Starbucks. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu Brand Image ( $X_1$ ), Gaya Hidup Hedonis ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online. Sampel penelitian sebanyak 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian produk Starbucks di wilayah Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non

probability sampling dengan cara pengambilan sampel menggunakan kuota sampling. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Brand Image ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), kemudian variabel Gaya Hidup Hedonis ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dari ketiga penelitian yang dijadikan pembandingan disitu memiliki perbedaan pada salah satu variabel dan jenis pengambilan sampel juga hasil dari analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan hasil yang dilakukan oleh penelitian sekarang.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa semester 2 kampus C yang berjumlah 32 mahasiswa, penelitian ini dilakukan sesuai dengan surat penelitian dari kampus yaitu mulai tanggal 09 sampai 13 Juni 2025. Dari uji deskriptif yang dilakukan oleh peneliti pada variabel kategori variable gaya hidup hedonism generasi Z (Y) kategori tinggi 0,00%, kategori sedang sebesar 84,37% dan kategori rendah sebesar 15,63%, maka nilai pada gaya hidup hedonism generasi Z (Y) memiliki kategori sedang.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ulfy Safryani, Alfida Aziz, dan Nunuk Tri wahyuningtyas. 2020 yang berjudul Analisis Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Investasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang memiliki tujuan

untuk mengetahui pengaruh dari literasi keuangan, perilaku keuangan dan pendapatan terhadap keputusan investasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki pengaruh terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,455, Perilaku keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,165, dan pendapatan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,337. Perbedaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif.

Selain penelitian yang dilakukan oleh Ulfy Safryani, Alfida Aziz, dan Nunuk Triwahyuningtyas, peneliti juga membandingkan dengan penelitian yang diteliti oleh Muhammad Adrian Siregar, dan Permata Dian Pratiwi. (2024) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode survey melalui kuesioner yang melibatkan 153 responden dan ditentukan dengan purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan mempunyai dampak positif serta signifikan pada perilaku keuangan generasi Z, sementara dampak gaya hidup pada perilaku keuangan juga signifikan, meskipun lebih kecil dibandingkan literasi keuangan. Perbedaan dengan penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif dan fokus pada pembahasan gaya hidup sebagai variable intervening.

Lain halnya penelitian yang dilakukan Sarah Vivian tahun 2020 yang berjudul Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbucks. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Brand Image terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Starbucks dan mengetahui apakah terdapat pengaruh positif dan signifikan Gaya Hidup Hedonis terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z Starbucks. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian explanatory research dengan pendekatan kuantitatif. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga, yaitu Brand Image ( $X_1$ ), Gaya Hidup Hedonis ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online. Sampel penelitian sebanyak 100 orang responden yang pernah melakukan pembelian produk Starbucks di wilayah Jakarta Selatan. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik nonprobability sampling dengan cara pengambilan sampel menggunakan kuota sampling. Analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Brand Image ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ), kemudian variabel Gaya Hidup Hedonis ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).

Dari ketiga penelitian yang dijadikan pembanding disitu memiliki perbedaan pada salah satu variabel dan jenis pengambilan sampel juga hasil dari analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan hasil yang dilakukan oleh penelitian sekarang.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa semester 2 kampus C yang berjumlah 32 mahasiswa, penelitian ini dilakukan sesuai dengan surat penelitian dari kampus yaitu mulai tanggal 09 sampai 13 Juni 2025. Setelah melakukan penelitian ditemukan berdasarkan uji hipotesis nilai perilaku keuangan ( $X$ )  $t_{hitung}$  sebesar 2.064 dan  $t_{tabel}$  1.697, dimana  $2.064 > 1.697$  dan jika dilihat dari tingkat batas signifikan diatas  $0,05 > 0,048$ . Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji persial dalam analisis regresi dapat disimpulkan variable perilaku keuangan ( $X$ ) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonism generasi Z mahasiswa jurusan prodi ekonomi semester 2 kampus C Universitas Nurul Huda.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam penyusunan artikel ini terkhusus dosen-dosen Pendidikan Ekonomi di lingkungan Universitas Nurul Huda dan Pengelola Jurnal JECO. Dengan peran dan kontribusi dari pihak tersebut, penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan baik

#### **KESIMPULAN**

Menurut temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa hasil uji deskriptif

diketahui bahwa perilaku keuangan (X) mahasiswa semester 2 kampus C prodi pendidikan ekonomi universitas Nurul Huda Sukaraja, tinggi sebesar 0,00%, kategori sedang 81,25%, dan katagori rendah sebesar 18,75%, maka nilai pada variabel perilaku keuangan (X) memiliki kategori sedang. Temuan ini menegaskan bahwa hasil uji deskriptif variabel gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) kategori tinggi 0,00%, kategori sedang sebesar 84,37% dan kategori rendah sebesar 15,63%, maka nilai pada gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) memiliki kategori sedang. Nilai variabel perilaku keuangan (X)  $t_{hitung}$  sebesar 2.064 dan  $t_{tabel}$  1.697, dimana  $2.064 > 1.697$  dan jika dilihat dari tingkat batas signifikan diatas  $0,05 > 0,048$  . Berdasarkan cara pengambilan keputusan uji persial dalam analisis regresi dapat disimpulkan variabel perilaku keuangan (X) berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonisme generasi Z (Y) mahasiswa jurusan prodi ekonomi semester 2 Universitas Nurul Huda kampus C.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Nurul Huda OKU Timur, khususnya Dosen Pendidikan Ekonomi dan rekan- rekan sejawat yang telah memberikan bantuan dalam penyelesaian penelitian ini.

#### DAFTAR PUSTAKA

Chaniago, H. Z., & Suwaidi, R. A. (2024). *Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi*

- Z Pengguna Shopee Paylater*. 7(1), 19–28.
- Fatimah, N., & Susanti. (2018). Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, DanPendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas EkonomiUniversitas Muhammadiyah Gresik. *Pendidikan Akuntansi* , 6, 48–57.
- Generasi, K., Provinsi, Z. Di, Wahyuni, U. S., & Setiawati, R. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku*. 10(4), 164–175
- Hasanah, H. (n.d.). *Teknik-teknik observasi*. 21–46.
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal EMA*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.312>
- Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik*, 14(3), 1–16.
- Mukmin, Gunawan, A., Arif, M., & Jufrizen. (2021). Pengujian Konstruk Literasi Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*, 22(2), 291–303. <https://doi.org/10.30596/jimb.v22i2.7080>
- 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. <https://doi.org/10.26740/jupe.v9n3.p138-144>
- Ni Luh, P. K. D., Agus, W. S. G., & Ni Putu, Y. A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Pendapatan Terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa UNMAS. *Jurnal Emas*, 2, 74–85.
- Ninggar, A. D., & Anggraini, I. K. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Z Dalam Konsumsi E-Wallet Saat Pandemi Covid-19 (Studi Pada Mahasiswa Aktif Program Sarjana Di Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.34152/emba.v1i2.498>
- Ningtyas, M. N. (2019). Literasi Keuangan pada Generasi Milenial. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 20–27. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.111>
- Nuraeni, R., & Ari, S. (2021). Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Locus of Control, Dan Parental Income Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1440–1450.
- Oktavini, E., Anwar, R. M., Amelinda, R., & Magdalena, F. C. S. (2024). Analisis dan Dampak Perilaku Keuangan Terhadap Tekanan Finansial Mahasiswa. *Jurnal Akuntansi*, 19(1), 1–14. <https://doi.org/10.37058/jak.v19i1.10279>
- Putri Wulan Dwi, Fontanella Amy, & Handayani Desi. (2023). Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Akuntansi Dan Manajemen*, 18(1), 51–72.
- Ramandati, H. R. A. S., Nawir, J., & Marlina. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Cashless Society Analysis of Financial Behavior of Generation Z on Cashless Society. *Jurnal Visionida*, 7(2), 96–109.
- Riswandi, D. (2023). *Improving Media Literacy skills in Generation Z in the Digital Era*. 14(04), 40–47.
- Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2), 1–10.
- Siagian, N. R., Yuliana, N., Siagian, N. R., & Yuliana, N. (2023). *Interdisciplinary Journal of Advanced Research and Innovation*. 1(3), 109–118.
- Silitonga, N., & Tampomuri, H. R. (2024). Generasi Z dan Tantangan Etika Digital Dalam Pembelajaran Modern. *Jurnal Communitarian*, 6(1), 28.
- Soraya, E., & Lutfiati, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan. *Kinerja*, 2(02), 111–134. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v3i01.966>
- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink : Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818. <https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>

- Sugiono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R&D*.  
Pembelian Produk Kecantikan di Toko Online Shopee. *Skripsi IAIN Kediri*, 6(2), 19–39.
- Syifa Nur Aini, Wahyudi, & Tri Siswantini. (2021). Analisis Perilaku Keuangan Generasi Z Pada Mahasiswa UPN Veteran Jakarta di Masa Pandemi. *JRB- Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 74–85. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2605>
- Titik Ulfatun, U. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, XI(2), 1–13.
- Ummah, M. S. (2019). Tinjauan Pustaka Kerangka Berpikir. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
- W., A. R., & Saputra, B. W. (2021). Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial Studi Kasus Pada Beberapa Perguruan Tinggi Swasta Di Bandung. *Journal of Accounting and Business Studies*, 6(1), 81–105. <https://doi.org/10.61769/jabs.v6i1.515>
- Widyakto, A., Murtini, D., Hanifah, R. U., & Santoso, A. (2022). Pengaruh Pendidikan Keuangan Di Keluarga, Pegetahuan Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan. *Owner*, 7(1), 410–422. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1256>
- Wilda Rahmayanti, Hanifah Sri Nuryani, & Abdul Salam. (2019). Pengaruh Sikap Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Literasi Keuangan (Studi Kasus pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Lito Kecamatan Moyo Hulu). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Zulaikah, S. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan