



Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Finansial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Muchammad Akbar Kurniawan⁽¹⁾, Wiwit Nahdiyah Safitri⁽²⁾, Angeli Carissa Sari⁽³⁾,
Alfin Mustikawan⁽⁴⁾

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Indonesia

¹210102110072@student.uin-malang.ac.id, ²210102110045@student.uin-malang.ac.id,

³210102110092@student.uin-malang.ac.id, ⁴el.mustikawan@uin-malang.ac.id

Abstract

This research discusses consumptive behaviour among teenagers, especially university students, which is influenced by lifestyle, financial literacy, and gender factors. Consumptive behaviour arises as a result of social pressure, a culture of consumerism, and the urge to follow trends. Financial literacy is an important key in reducing this behaviour, by providing an understanding of effective financial management. The study used a quantitative approach with Structural Equation Modelling (SEM) and Multi-Group Analysis (MGA) methods, involving 86 social studies education students in Malang who were selected through random sampling techniques. The results of the analysis show that financial literacy has a significant influence on reducing consumptive behavior. However, no significant effect was found based on gender. This study highlights the importance of financial literacy and inclusive financial education to support better financial management among university students. Future research could explore social and psychological factors, the role of social media, and demographic differences in lifestyle and financial literacy. It is also recommended to focus on financial literacy education, conduct longitudinal studies, and develop interventions to reduce consumer behavior for better insights into lifestyle, financial literacy, and consumption.

Keywords: *consumptive behaviour, financial literacy, gender, lifestyle*

Abstrak

Penelitian ini membahas perilaku konsumtif di kalangan remaja, khususnya mahasiswa, yang dipengaruhi oleh gaya hidup, literasi keuangan, dan faktor gender. Perilaku konsumtif muncul sebagai akibat dari tekanan sosial, budaya konsumerisme, dan dorongan untuk mengikuti tren. Literasi keuangan menjadi kunci penting dalam mengurangi perilaku ini, dengan memberikan pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang efektif. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dan *Multi-Group Analysis* (MGA), melibatkan 86 mahasiswa Pendidikan IPS di Malang yang dipilih melalui teknik random sampling. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengurangan perilaku konsumtif. Namun, tidak ditemukan pengaruh yang signifikan berdasarkan gender. Studi ini menyoroti pentingnya literasi finansial dan pendidikan keuangan yang inklusif untuk mendukung pengelolaan keuangan yang lebih baik di kalangan mahasiswa. Penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor sosial dan psikologis, peran media sosial, serta perbedaan demografis dalam gaya hidup dan literasi keuangan. Disarankan juga untuk fokus pada pendidikan literasi keuangan, melakukan studi longitudinal, dan mengembangkan intervensi untuk mengurangi perilaku konsumtif guna memperoleh wawasan lebih mendalam tentang gaya hidup, literasi keuangan, dan konsumsi.

Kata Kunci: perilaku konsumtif, literasi finansial, gender, gaya hidup



Latar Belakang

Masa remaja merupakan salah satu periode yang sangat penting dalam rentang kehidupan manusia, di mana individu mulai membentuk identitas atau karakter. Retnowati (2022) dan Parnawi (2021) menjelaskan, pada fase ini para remaja sering kali memiliki dorongan kuat untuk memiliki berbagai barang, yang sering kali bukan merupakan kebutuhan mendasar, tetapi lebih kepada keinginan untuk mengekspresikan diri atau mengikuti tren yang ada. Fenomena ini terlihat jelas dalam perilaku mahasiswa yang sering kali berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi barang (Sinulingga & Sihotang, 2023).

Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar ini dikenal sebagai perilaku konsumtif. Fenomena perilaku konsumtif sering dijumpai di kalangan mahasiswa, terutama ketika beranjak menuju dewasa dan masih dalam pencarian jati diri (Fatmawati et al., 2020; Hastuti, 2021; Livana & Arisdiani, 2019). Fuligni (2019) menjelaskan, pada masa remaja individu cenderung tertarik pada berbagai hal baru yang menantang, karena berusaha mencapai kemandirian dan menemukan identitas diri. Pada saat yang sama, remaja mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun mental, serta dalam hobi dan keinginan (Anggraini & Santhoso, 2019). Ketidakpastian dalam pemenuhan keinginan mahasiswa sering kali menyebabkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Hal ini dimanfaatkan oleh berbagai produk yang menargetkan pemasaran kepada remaja, seperti pakaian, kosmetik, sepatu, dan lain-lain (Hunaifi et al., 2024).

Perilaku konsumtif sebaiknya disertai dengan pemahaman tentang pengelolaan uang yang baik. Literasi keuangan sangat penting bagi mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif. Pencegahan terhadap perilaku konsumtif, diperlukan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta tindakan dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan keuangan. Tingkat pengetahuan dan sikap ini adalah bagian dari literasi keuangan (Udayanthi et al., 2018). Manfaat literasi keuangan adalah untuk memberikan pemahaman mengenai pengelolaan uang sehingga individu dapat memanfaatkan peluang untuk mencapai kehidupan yang lebih baik di masa depan (Zhao & Huchzermeier, 2015). Melalui literasi keuangan, seseorang mampu membuat keputusan yang berkaitan dengan kegiatan investasi untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya (Sezer et al., 2020).

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Dezianti & Hidayati (2021) pada generasi milenial yang lahir antara tahun 1999 hingga 2000 menunjukkan bahwa terdapat 6 responden dalam kategori perilaku konsumtif tinggi, yang mencakup 1,7% dari total 362 responden. Sementara itu, 201 responden berada dalam kategori sedang, yang mewakili 55,5% dari jumlah keseluruhan, dan 155 responden masuk dalam kategori rendah dengan persentase 42,8% dari total 362 responden.

Menurut Asosiasi *e-commerce* Indonesia (IdEA) pada tahun 2021 dalam Nurhaliza (2021), kelompok konsumen terbesar berasal dari usia muda, yaitu antara 15-34 tahun, yang mencakup sekitar 70% dari total konsumen, di mana remaja menjadi populasi terbesar dalam kelompok usia ini. Pernyataan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lins et al. (2013), yang menunjukkan bahwa remaja memiliki potensi besar sebagai target pasar bagi agen pemasaran, sehingga mahasiswa tumbuh dalam budaya konsumerisme dan terlibat dalam perilaku konsumtif.

Temuan ini didukung oleh hasil penelitian dari Lembaga *Independent Provetic* Indonesia (2020). Berdasarkan survei daring yang melibatkan 7.757 responden, lembaga tersebut menemukan bahwa 38% di antaranya masih bergantung pada uang yang diberikan oleh orang tua saat melakukan transaksi. Selain itu, lembaga ini juga mencatat adanya perubahan dalam tujuan menabung di kalangan generasi muda. Dari 7.809 diskusi mengenai alasan menabung, sebanyak 41% generasi muda mengungkapkan bahwa mahasiswa menabung untuk membeli tiket konser musisi favorit dan untuk keperluan wisata.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa Pendidikan IPS UIN Malang, kampus yang seharusnya berfungsi sebagai wadah bagi mahasiswa untuk memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar ide, bersosialisasi dengan sesama rekan, dan kegiatan akademik lainnya. Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa kampus sering kali dijadikan sebagai ajang untuk memamerkan penampilan dan gaya hidup. Sebagian mahasiswa dari kalangan ekonomi menengah juga terpengaruh untuk mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tekanan sosial dalam pergaulan. Akibatnya, banyak mahasiswa yang lebih mengutamakan penampilan, status sosial, dan konformitas dengan lingkungan sekitarnya. Dalam konteks gaya hidup mahasiswa sebagai pelaku ekonomi, adalah lebih tepat untuk memprioritaskan pemenuhan kebutuhan yang esensial daripada mengejar eksistensi di lingkungan perkuliahan.

Proses pembelajaran di perguruan tinggi memiliki peranan yang sangat penting dalam pengembangan literasi finansial mahasiswa. Mahasiswa hidup di lingkungan

ekonomi yang beragam dan kompleks, sehingga peningkatan pendidikan keuangan menjadi sangat diperlukan. Pembelajaran yang efektif dan efisien akan mendukung mahasiswa dalam memahami, mengevaluasi, dan mengambil tindakan terkait kepentingan finansial. Pengetahuan yang baik sejak awal, diharapkan mahasiswa dapat mencapai kehidupan yang sejahtera di masa depan (Xu et al., 2018).

Selain itu, faktor gender juga memainkan peran penting dalam pembentukan literasi finansial. Penelitian menunjukkan bahwa pria dan wanita sering kali memiliki pola pemahaman dan pengelolaan keuangan yang berbeda. Misalnya, beberapa studi menunjukkan bahwa pria cenderung lebih percaya diri dalam mengambil risiko keuangan, sementara wanita lebih cenderung menghindari risiko dan lebih fokus pada pengelolaan keuangan jangka panjang (Novianti & Salam, 2021). Oleh karena itu, penting bagi program pendidikan keuangan di perguruan tinggi untuk mempertimbangkan perbedaan gender ini dan merancang kurikulum yang dapat mengakomodasi kebutuhan serta preferensi yang berbeda di antara mahasiswa laki-laki dan perempuan, guna memastikan peningkatan literasi finansial yang merata dan efektif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumtif (Risnawati et al., 2018; Zahra & Anoraga, 2021). Selain itu, penelitian mengenai penggunaan uang elektronik yang dilakukan oleh Afifah & Yudiantoro (2022) dan Insana & Johan (2021) menunjukkan pengaruhnya terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lainnya mengungkapkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung kurang konsumtif (Mawo et al., 2017; Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019).

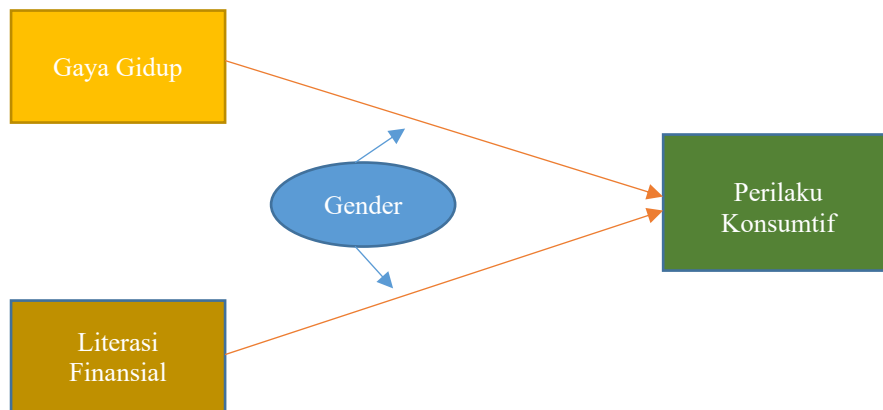
Studi yang mengkaji hubungan antara gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif melalui moderasi gender belum peneliti temukan. Tujuan penelitian ini yakni: 1) mengukur pengaruh gaya hidup perilaku konsumtif mahasiswa, 2) mengukur pengaruh literasi finansial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, 3) mengukur pengaruh gaya hidup perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari gender, dan 4) mengukur pengaruh literasi finansial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ditinjau dari gender.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modelling* (SEM) yang dianalisis melalui *Multi-Group Analysis* (MGA) yang bertujuan untuk mengukur pengaruh variabel secara langsung dan tidak langsung. Sampel penelitian terdiri dari 86 mahasiswa jurusan Pendidikan IPS di salah satu kampus negeri di Malang, yang dipilih dengan teknik random sampling dan rumus Slovin. Analisis yang

dilakukan meliputi uji muatan luar (*Outer Loading Test*) dengan nilai *outer loading* atas 0,4 menunjukkan kontribusi kuat indikator terhadap konstruk. Selanjutnya, uji reliabilitas komposit dan *Cronbach's Alpha* mengukur konsistensi internal dengan nilai yang diharapkan di atas 0,6, dan *Average Variance Extracted* (AVE) diharapkan lebih dari 0,5 untuk menunjukkan proporsi varians yang dapat dijelaskan oleh konstruk (Hair et al., 2017).

Penelitian ini juga melakukan uji *inner loading* untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan antar konstruk secara langsung (*Direct effect*) melalui uji signifikansi dengan t-statistik atau p-values. Kemudian, dilakukan uji *Partial Least Squares Multi-Group Analysis* (PLS-MGA) dilakukan untuk mengidentifikasi perbedaan efek antar kelompok, seperti yang didasarkan pada gender. Perbedaan koefisien jalur antar kelompok diukur, dan jika p-value di bawah 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan antar kelompok (Hair et al., 2017). Berikut adalah kerangka penelitian ini, yang menggambarkan hubungan antara variabel-variabel utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini.



Gambar 1. Konsep Kerangka Berpikir Penelitian

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1, disajikan hasil pengujian validitas dan reliabilitas konstruk indikator yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

Variables	Item	Indicators	Outer Loading	Cronbach's Alpha	AVE	Composite Reliability
Gaya Hidup	GH1	Activities	0,736	0,637	0,601	0,819
	GH2	Interest	0,824			
	GH3	Opinion	0,764			
Literasi Finansial	LF1	Pemahaman Dasar Keuangan	0.873	0,689	0,518	0,806
	LF2	Pengelolaan Pendapatan	0.622			
	LF3	Pengelolaan Pengeluaran	0.802			
	LF4	Manajemen Resiko	0.531			
Perilaku Konsumtif	PK1	Membeli Produk Karena Hadiah	0.719	0,828	0,520	0,865
	PK2	Memberli Produk karena tampilan	0.807			
	PK3	Membeli Produk Karena Gengsi	0.612			

PK4	Membeli hanya menjaga status	0.774
PK5	Membeli produk mahal membuat	0.596
PK6	percaya diri	0.790
	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	

Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas pada Uji *Outer Model* secara lengkap atau keseluruhan, dapat dilihat bahwa semua indikator di atas 0,4 alias valid. Kemudian, untuk nilai keseluruhan dari *Average Variance* (AVE) dan *Composite Reliability* (CR) serta *Cronbach's Alpha* di atas rata-rata 0,5, artinya semua data baik atau valid.

Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Finansial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Dalam pengujian pengaruh gaya hidup dan literasi finansial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dilakukan menggunakan Uji inner model untuk menunjukkan hubungan antara konstruk laten dengan konstruk laten lainnya. Tabel 2 menunjukkan estimasi koefisien jalur secara langsung yang diuji melalui bootstrapping.

Tabel 2. Hasil Pengujian Hipotesis Inner Model Direct Effect

Hubungan Antar Variabel	T Static	P-Value	Keterangan
Gaya Hidup – Perilaku Konsumtif	4,008	0.000	Signifikan
Literasi Keuangan – Perilaku Konsumtif	2,960	0,037	Signifikan

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari nilai t-statistic yang mencapai 4,008, yang lebih besar dari 1,96 ($t\text{-statistic} > 1,96$), serta nilai p-value sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050 ($p\text{-value} < 0,050$). Kedua hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup memang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya semakin tinggi kecenderungan seseorang mengikuti tren atau pola hidup tertentu, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif.

Literasi keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai t-statistic untuk literasi keuangan adalah 2,960, yang juga lebih besar dari 1,96 ($t\text{-statistic} > 1,96$), dengan nilai p-value sebesar 0,037 yang lebih kecil dari 0,050 ($p\text{-value} < 0,050$). Ini menandakan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap cara seseorang mengelola keuangan dan membuat keputusan konsumsi.

Gaya hidup dan literasi keuangan memainkan peran yang sangat penting dalam membentuk perilaku konsumtif seseorang, dan pengaruh keduanya dapat dilihat dari bagaimana individu mengelola pengeluaran serta mengambil keputusan finansial. Gaya hidup merupakan cerminan dari kebiasaan, preferensi, dan nilai yang diterapkan dalam

kehidupan sehari-hari (Riswanto et al., 2023). Utomo et al. (2023) menyebutkan, mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif, kepuasan jangka pendek seringkali menjadi prioritas utama, yang tercermin dalam kebiasaan membeli barang-barang bermerek, mengikuti tren terbaru, atau menikmati kemewahan yang sering dipamerkan di media sosial. Pola konsumsi seperti ini umumnya ditunjukkan oleh individu yang mengutamakan status sosial dan kesenangan sesaat. Gaya hidup seperti ini sering kali didorong oleh media sosial dan tekanan lingkungan sosial yang sangat kuat, di mana banyak individu merasa perlu untuk mempertahankan citra tertentu atau mengikuti tren yang ada agar diterima dalam kelompok sosial tertentu (Muawaliyah & Saifuddin, 2023; Mustafa et al., 2023).

Individu yang memiliki gaya hidup sederhana atau berbasis kebutuhan lebih selektif dalam menentukan pengeluaran (Akmalia & Darmawanti, 2023; Nofriansyah & Marwan, 2019). Mahasiswa cenderung mengelola keuangan dengan lebih hati-hati, berfokus pada pengalokasian anggaran untuk kebutuhan dasar dan perencanaan jangka panjang, seperti menabung dan berinvestasi (Yustini & Prihastuty, 2024). Gaya hidup yang terencana ini menciptakan kestabilan keuangan dan memungkinkan individu untuk mencapai tujuan keuangan mahasiswa, seperti memiliki rumah, dana darurat, atau pensiun yang aman. Priananda & Harwanti (2020) menjelaskan, perbedaan dalam gaya hidup ini sangat mempengaruhi tingkat konsumsi dan cara seseorang menilai keinginan versus kebutuhan, dengan individu yang memiliki gaya hidup minimalis lebih cenderung menahan diri dari pengeluaran impulsif yang tidak perlu.

Lebih lanjut, pengaruh media sosial dan lingkungan sosial sangat kuat dalam membentuk gaya hidup seseorang, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di platform-platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Media sosial sering kali menampilkan gaya hidup mewah dan konsumtif yang terlihat menyenangkan dan aspiratif, memicu keinginan untuk meniru dan mengikuti tren tersebut (Indriyani et al., 2022; Syahla & Sudrajat, 2023; Yucha & Nurindah, 2023). Dalam beberapa kasus, fenomena ini disebut sebagai *bandwagon effect*, di mana individu merasa terdorong untuk mengikuti kelompok atau tren yang ada untuk meningkatkan status sosial mahasiswa (Azmi et al., 2025). Tekanan sosial ini seringkali menyebabkan individu, terutama mahasiswa atau anak muda yang baru memulai kehidupan dewasa mahasiswa, membuat keputusan konsumsi berdasarkan apa yang mahasiswa lihat di media sosial, bukan berdasarkan kebutuhan atau kapasitas keuangan mahasiswa (Widiasari et al., 2023). Meskipun media sosial bisa menjadi sumber inspirasi, jika tidak dikelola dengan bijaksana, dapat memperburuk perilaku konsumtif yang tidak terkendali.

Namun, literasi keuangan memberikan perspektif yang berbeda dalam mengelola perilaku konsumtif. Individu yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung lebih bijaksana dalam pengelolaan uang dan pengambilan keputusan finansial (Asni et al., 2021). Mahasiswa tahu bagaimana mengatur anggaran, membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta memahami pentingnya menabung dan berinvestasi untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Irawan & Khoir (2024) dan Novanda & Prakoso (2024) menjelaskan, literasi keuangan yang baik juga memungkinkan individu untuk lebih rasional dalam mengelola utang, menghindari pengeluaran impulsif, dan memanfaatkan produk keuangan seperti tabungan, deposito, atau investasi untuk memperkuat stabilitas keuangan mahasiswa. Sebaliknya, individu yang memiliki literasi keuangan yang rendah lebih rentan terhadap perilaku konsumtif yang tidak terkendali, karena mahasiswa kurang memahami dampak jangka panjang dari keputusan finansial mahasiswa (Sitoresmi & Dewandaru, 2024; Zahra & Anoraga, 2021).

Pemanfaatan teknologi keuangan (*fintech*) juga memengaruhi pola konsumsi. Akses mudah ke berbagai produk keuangan digital, seperti e-wallet, kredit digital, dan *layanan buy now, pay later* (BNPL), memberikan kemudahan bagi individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang (Pangestu et al., 2024; Usman et al., 2024; Yuliana et al., 2024). Bagi individu dengan literasi keuangan yang baik, kemudahan ini dapat dimanfaatkan untuk mengelola pengeluaran dengan lebih efisien, mengatur anggaran, atau bahkan berinvestasi (Candra & Aulia, 2022; Gunawan, 2023). Namun, bagi mahasiswa yang tidak memiliki pengetahuan keuangan yang memadai, kemudahan akses terhadap kredit digital dapat memperburuk perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, menyebabkan kesulitan keuangan di masa depan (Yudha & Habiburrahman, 2024). Oleh karena itu, Hidayanti et al. (2023) menyerukan untuk memiliki keseimbangan antara pemahaman teknologi keuangan dan kemampuan untuk mengelola keuangan secara bijak.

Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Finansial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berdasarkan Gender

Pada tahap ini dilakukan pengujian moderasi menggunakan analisis multi-group, sebagaimana yang disajikan dalam Tabel 3. Pengujian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan pengaruh moderasi berdasarkan jenis kelamin terhadap hubungan antar variabel yang diteliti. Dalam konteks ini, suatu pengaruh dikatakan signifikan sebagai

moderator jika nilai p-value yang dihasilkan lebih kecil dari tingkat signifikansi alpha, yaitu 0,05 atau 5%.

Tabel 3. Hasil Pengujian *Multi-Group Analysis* Moderasi Gender

Hubungan Antar Variabel	Laki-Laki	Perempuan	Laki-Laki	Perempuan
	P-Value		Keputusan	
Gaya Hidup – Perilaku Konsumtif	0,363	0.070	Tidak Signifikan Memoderasi	Tidak Signifikan Memoderasi
Literasi Keuangan – Perilaku Konsumtif	0,063	0,316	Tidak Signifikan Memoderasi	Tidak Signifikan Memoderasi

Berdasarkan tabel 3, hasil pengujian menggunakan analisis multi-group, ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam memoderasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, serta literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, perbedaan jenis kelamin konsumen baik itu laki-laki maupun perempuan tidak memiliki dampak yang berbeda dalam pengaruh yang ditimbulkan oleh kedua faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun faktor-faktor seperti gaya hidup dan literasi keuangan dapat memengaruhi perilaku konsumtif secara umum, peran jenis kelamin tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Dengan kata lain, baik laki-laki maupun perempuan cenderung memiliki respons yang serupa terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumsi mahasiswa, dan faktor jenis kelamin tampaknya tidak berperan sebagai moderator yang signifikan dalam hubungan antara gaya hidup, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif.

Gender tidak memoderasi pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif karena perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang telah menghapus banyak perbedaan signifikan antara laki-laki dan perempuan dalam pola konsumsi. Díez-Martín et al. (2024) dan Eberhardt et al. (2023) mengungkapkan, perubahan peran gender dalam masyarakat, di mana perempuan semakin aktif dalam dunia kerja dan laki-laki lebih terlibat dalam pengelolaan rumah tangga, telah menciptakan kesetaraan dalam akses terhadap sumber daya ekonomi dan pengambilan keputusan finansial. Selain itu, globalisasi dan digitalisasi telah menyebabkan homogenisasi gaya hidup, di mana baik laki-laki maupun perempuan terpapar pada tren konsumsi yang sama melalui media sosial, iklan, dan e-commerce (Averkamp et al., 2024; Becchio, 2024; Yidana & Arthur, 2024). Kesetaraan akses terhadap literasi keuangan juga menjadi faktor utama, karena saat ini informasi mengenai manajemen keuangan dapat diakses dengan mudah oleh semua individu tanpa

memandang gender, memungkinkan mahasiswa untuk mengelola konsumsi secara lebih rasional dan mandiri (Kim, 2023).

Selain faktor sosial dan ekonomi, motivasi konsumsi yang bersifat universal juga berperan dalam menghilangkan perbedaan berbasis gender (Inglehart, 2018; Schrempft et al., 2019; Stoet & Geary, 2018). Keputusan konsumsi tidak hanya didasarkan pada kebutuhan fungsional tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional, seperti kepuasan diri, status sosial, serta respons terhadap stres dan tekanan hidup. Salk et al. (2017) mengungkapkan, baik laki-laki maupun perempuan dapat mengalami dorongan untuk berbelanja secara impulsif atau strategis, bergantung pada faktor individu yang lebih spesifik, seperti tingkat pendapatan, pendidikan, dan pengaruh lingkungan sosial. Teknologi dan digitalisasi semakin memperkuat kesetaraan ini, karena platform *e-commerce* dan layanan keuangan digital tidak membedakan penggunaannya berdasarkan gender, tetapi lebih pada preferensi dan pola perilaku konsumsi yang dihasilkan dari algoritma berbasis data (Beneria et al., 2015; Figge et al., 2017).

Perubahan pola konsumsi juga didorong oleh meningkatnya individualisme dalam pengambilan keputusan finansial, di mana preferensi pribadi lebih dominan dibandingkan dengan norma gender tradisional (Rusli et al., 2024). Perkembangan teknologi telah memungkinkan setiap individu untuk mengakses berbagai informasi dan produk dengan lebih mudah, sehingga keputusan konsumsi lebih banyak dipengaruhi oleh preferensi pribadi, kebutuhan spesifik, serta strategi pemasaran yang berbasis data. Dalimoenthe (2021) berpendapat, adanya sistem rekomendasi berbasis kecerdasan buatan, konsumen laki-laki maupun perempuan lebih cenderung membeli produk yang sesuai dengan minat dan kebiasaan mahasiswa, bukan karena faktor gender semata.

Akses yang luas terhadap edukasi keuangan dan peningkatan kesadaran akan pentingnya manajemen keuangan juga berperan dalam menyeimbangkan pola konsumsi antara laki-laki dan perempuan. Saat ini, literasi keuangan bukan hanya menjadi tanggung jawab individu tertentu dalam rumah tangga, tetapi telah menjadi keterampilan yang perlu dimiliki oleh setiap individu untuk mencapai kestabilan finansial (Wahyuni et al., 2024; Yushita, 2017). Akibatnya, baik laki-laki maupun perempuan semakin memiliki pemahaman yang lebih baik dalam mengelola pengeluaran, berinvestasi, dan menghindari perilaku konsumtif yang tidak rasional (Dewi et al., 2022).

Gaya hidup modern yang semakin fleksibel dan inklusif juga berkontribusi terhadap kesamaan pola konsumsi antara laki-laki dan perempuan. Vari et al. (2016) dan Boraita et al., (2020) mengungkapkan, tren seperti gaya hidup minimalis, investasi sejak usia dini,

serta meningkatnya kesadaran akan konsumsi berkelanjutan telah membuat pola konsumsi lebih berbasis nilai dan preferensi individu dibandingkan dengan peran gender tradisional. Perubahan ini memperjelas bahwa pola konsumsi modern lebih ditentukan oleh gaya hidup, nilai, dan preferensi pribadi, bukan oleh perbedaan gender yang selama ini dianggap sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan konsumsi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan yakni gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari nilai *t-statistic* yang mencapai 4,008, yang lebih besar dari 1,96 ($t\text{-statistic} > 1,96$), serta nilai *p-value* sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,050 ($p\text{-value} < 0,050$). Kedua hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup memang berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang artinya semakin tinggi kecenderungan seseorang mengikuti tren atau pola hidup tertentu, semakin besar pula kemungkinan mahasiswa untuk terlibat dalam perilaku konsumtif. Literasi keuangan juga terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *t-statistic* untuk literasi keuangan adalah 2,960, yang juga lebih besar dari 1,96 ($t\text{-statistic} > 1,96$), dengan nilai *p-value* sebesar 0,037 yang lebih kecil dari 0,050 ($p\text{-value} < 0,050$). Ini menandakan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki dampak yang signifikan terhadap cara seseorang mengelola keuangan dan membuat keputusan konsumsi. Hasil pengujian menggunakan analisis *multi-group*, ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan dalam memoderasi hubungan antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, serta literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Dengan kata lain, perbedaan jenis kelamin konsumen baik itu laki-laki maupun perempuan tidak memiliki dampak yang berbeda dalam pengaruh yang ditimbulkan oleh kedua faktor tersebut terhadap perilaku konsumtif.

Saran

Peneliti selanjutnya dapat mendalami faktor sosial dan psikologis, peran media sosial, serta perbedaan pengaruh gaya hidup dan literasi keuangan berdasarkan demografi. Fokus pada dampak pendidikan literasi keuangan dan studi longitudinal untuk perubahan jangka panjang juga disarankan. Selain itu, menilai pengaruh faktor eksternal dan mengembangkan intervensi untuk mengurangi perilaku konsumtif dapat memberikan wawasan lebih mendalam tentang hubungan antara gaya hidup, literasi keuangan, dan konsumsi.

Ucapan terima kasih

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah andil dalam penelitian ini termasuk pimpinan beserta civitas akademika program studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial dan dosen pengampu mata kuliah Penelitian Sosial.

Referensi

- Afifah, N., & Yudiantoro, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Penggunaan Uang Elektronik terhadap Perilaku Konsumtif. *YUME: Journal of Management*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.37531/yum.v5i2.1669>
- Akmalia, A., & Darmawanti, S. N. F. (2023). Effect of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on Consumptive Behavior Considering Students of University of Muhammadiyah Yogyakarta in Indonesia. In L. Barolli (Ed.), *Advances in Intelligent Networking and Collaborative Systems* (Vol. 182, pp. 361–371). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4_34
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Asni, A., Wangi, N. M., & Aini, N. (2021). The Effect Of Self Management On Consumptive Behavior In Students. *Jurnal Konseling Dan Pendidikan*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.29210/152100>
- Averkamp, D., Bredemeier, C., & Juessen, F. (2024). Decomposing Gender Wage Gaps: A Family Economics Perspective. *The Scandinavian Journal of Economics*, 126(1), 3–37. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12542>
- Azmi, M. I., Utomo, D. P., & Ali, M. (2025). The Effect of Financial Literacy, Lifestyle, and Self-Control on the Consumptive Behavior of Students. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.61277/jmet.v3i1.154>
- Becchio, G. (2024). Pioneering Feminist Economics: Barbara Bergmann's Contributions to Gender Issues. *Eastern Economic Journal*, 50(4), 472–495. <https://doi.org/10.1057/s41302-024-00267-4>
- Beneria, L., Berik, G., & Floro, M. (2015). *Gender, Development and Globalization: Economics as if All People Mattered* (2nd ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203107935>
- Boraita, R. J., Ibort, E. G., Torres, J. M. D., & Alsina, D. A. (2020). Gender Differences Relating to Lifestyle Habits and Health-Related Quality of Life of Adolescents. *Child Indicators Research*, 13(6), 1937–1951. <https://doi.org/10.1007/s12187-020-09728-6>
- Candra, D., & Aulia, B. (2022). The Influence Of Lifestyle, Financial Literacy On The Consumptive Behavior Of The Millennial Generation In The Covid-19 Pandemic Era In Padang. *Airlangga International Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(01), 34–48. <https://doi.org/10.20473/aijief.v5i01.37903>
- Dalimoenthe, I. (2021). *Sosiologi Gender*. Bumi Aksara.
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
- Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Journal of Psychological Science and Profession*, 5(2), 151–158. <https://doi.org/10.24198/jpsp.v5i2.28913>

- Díez-Martín, F., Miotto, G., & Del-Castillo-Feito, C. (2024). The Intellectual Structure Of Gender Equality Research In The Business Economics Literature. *Review of Managerial Science*, 18(6), 1649–1680. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00671-8>
- Eberhardt, M., Facchini, G., & Rueda, V. (2023). Gender Differences in Reference Letters: Evidence from the Economics Job Market. *The Economic Journal*, 133(655), 2676–2708. <https://doi.org/10.1093/ej/uead045>
- Fatmawati, F., Hasbi, H., & K, N. (2020). Dampak Implementasi Manajemen Musyawarah Guru Mata Pelajaran (MGMP) IPS Terhadap Profesionalitas Guru SMP Negeri di Palopo. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 9(3), Article 3. <https://doi.org/10.58230/27454312.53>
- Figge, L., Oebels, K., & Offermans, A. (2017). The Effects Of Globalization On Ecological Footprints: An Empirical Analysis. *Environment, Development and Sustainability*, 19(3), 863–876. <https://doi.org/10.1007/s10668-016-9769-8>
- Fuligni, A. J. (2019). The Need to Contribute During Adolescence. *Perspectives on Psychological Science*, 14(3), 331–343. <https://doi.org/10.1177/1745691618805437>
- Gunawan, A. (2023). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self Control on Consumptive Behavior of Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera utara. *International Journal Reglement & Society (IJRS)*, 4(1), 71–80. <https://doi.org/10.55357/ijrs.v4i1.313>
- Hair, J., Hollingsworth, C. L., Randolph, A. B., & Chong, A. Y. L. (2017). An Updated and Expanded Assessment Of PLS-SEM In Information Systems Research. *Industrial Management & Data Systems*, 117(3), 442–458. <https://doi.org/10.1108/IMDS-04-2016-0130>
- Hastuti, R. H., M. Psi. (2021). *Psikologi Remaja*. Penerbit Andi.
- Hidayanti, F., Tubastuvi, N., Purwidiyanti, W., & Endratno, H. (2023). The Influence Of Financial Literacy, Lifestyle, Self-Control, And Peer Conformity On Student's Consumptive Behavior. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), Article 1. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v7i1.7887>
- Hunaifi, N., Mauliana, P., Firmansyah, R., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., & Dewi, S. W. K. (2024). Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.59059/tabsyir.v5i3.1412>
- Indriyani, V. A., Saparuddin, & Wiralaga, H. K. (2022). The Effect Of Economic Literacy, Lifestyle And Self Control On Consumptive Behavior Of Students Of The Faculty Of Economics State University Of Jakarta. *REVIEW OF MULTIDISCIPLINARY EDUCATION, CULTURE AND PEDAGOGY*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.55047/romeo.v1i3.338>
- Inglehart, R. F. (2018). *Cultural Evolution*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108613880>
- Insana, D. R. M., & Johan, R. S. (2021). Analisis Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 17(2), Article 2. <https://doi.org/10.31967/relasi.v17i2.494>
- Irawan, A. W., & Khoir, M. (2024). The Impact Of A Consumptive Lifestyle On The Economic Stability Of Millennials. *Journal of Islamic Banking*, 5(2), Article 2.
- Kim, M. (2023). Gender in Economics Fifty Years Ago and Today: Feminist Economists Speak. *Review of Radical Political Economics*, 55(1), 8–25. <https://doi.org/10.1177/04866134221093095>
- Lins, S., Bottequin, E., Dóka, Á., Golasa, A., Hylander, F., Merchán, A., Odabašić, A., & Pavlović, S. (2013). To Think, to Feel, to Have: The Effects of Need for Cognition,

- Hedonism and Materialism on Impulse Buying Tendencies in Adolescents. *Journal of European Psychology Students*, 4(2), 25. <https://doi.org/10.5334/jeps.bh>
- Livana, P., & Arisdiani, T. (2019). Upaya Penguatan Mental Remaja Menghadapi Tantangan Zaman. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.37287/jpm.v1i1.95>
- Mawo, T., Thomas, P., & Sunarto, S. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.15294/jeec.v6i1.14702>
- Muawaliyah, W., & Saifuddin, A. (2023). Consumptive Behavior in Female University Students: Qana'ah and Hedonic Lifestyle as Predictors. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 6(1), 70–82. <https://doi.org/10.25217/igcj.v6i1.3241>
- Mustafa, M. Y., Rauf, D. I., & Killa, B. A. (2023). Consumer Behavior: Lifestyle, Socialmedia and Peer Friends on Consumptive Behavior Online Shopping for Fashion Products on The Tiktok Platform: Study on Management Students of Makassar State University. *International Journal of Humanity Advance, Business & Sciences (IJHABS)*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.59971/ijhabs.v1i1.19>
- Nofriansyah, & Marwan. (2019). *Effect of Self-Concept, Reference Group, Online Shop Social Media, and Lifestyle on Consumptive Behavior of Students*. 288–299. <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.59>
- Novanda, A. P., & Prakoso, A. F. (2024). The Influence of Family Economic Education, Lifestyle, Social Media Addiction on Consumptive Behavior Through Economic Literacy. *JMET: Journal of Management Entrepreneurship and Tourism*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.61277/jmet.v2i2.143>
- Novianti, M., & Salam, A. (2021). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Sikap Keuangan dan Kepribadian Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pelaku Umkm di Moyo Hilir: Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), Article 2.
- Nurhaliza, S. (2021). *Lebaran 2021, Tren Belanja Online Meningkatkan Tahun Ini*. <https://www.idxchannel.com/>. <https://www.idxchannel.com/economics/lebaran-2021-tren-belanja-online-meningkat-tahun-ini>
- Pangestu, R., Mayasari, T., & Anggraeni, A. D. (2024). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy and Income on the Consumptive Behavior of Students. *Multidisciplinary Journal of Systemic and Innovative Research*, 1(2), Article 2.
- Parnawi, A. (2021). *Psikologi Perkembangan*. Deepublish.
- Priananda, A. T., & Harwanti, N. (2020). Lifestyle Relationship And Conformity With Consumptive Behavior In Adolescents In Banyuwangi City Province Of East Java. *SOSIOEDUKASI : JURNAL ILMIAH ILMU PENDIDIKAN DAN SOSIAL*, 9(1), Article 1. <https://doi.org/10.36526/sosioedukasi.v9i1.898>
- Provetic Indonesia. (2020). *Transaksi pada Kalangan Remaja*. <https://provetic.com/>
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *JAF (Journal of Accounting and Finance)*, 3(1), 46–53. <https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Retnowati, Y. (2022). *Antara Broken Home dan Konsumerisme*. GUEPEDIA.
- Risnawati, R., W, S. U. M., & Wardoyo, C. (2018). Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa. *Jurnal Pendidikan: Teori, Penelitian, Dan Pengembangan*, 3(4). <https://doi.org/10.17977/jptpp.v3i4.10732>
- Riswanto, A., Thursina, F., Nurlaila, R. D., & Kusuma, F. (2023). Analysis of Adolescent Consumptive Behavior: Determinants and Their Impact on Psychological Well-Being. *West Science Social and Humanities Studies*, 1(01), Article 01.
- Rusli, T. S., Kemala, R., & Nazmi, R. (2024). *Pendidikan Karakter Gen-Z: Tips dan Trik Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Salk, R. H., Hyde, J. S., & Abramson, L. Y. (2017). Gender Differences In Depression In Representative National Samples: Meta-Analyses Of Diagnoses And Symptoms. *Psychological Bulletin*, 143(8), 783–822. <https://doi.org/10.1037/bul0000102>
- Schrempft, S., Jackowska, M., Hamer, M., & Steptoe, A. (2019). Associations Between Social Isolation, Loneliness, And Objective Physical Activity In Older Men And Women. *BMC Public Health*, 19(1), 74. <https://doi.org/10.1186/s12889-019-6424-y>
- Sezer, O. B., Gudelek, M. U., & Ozbayoglu, A. M. (2020). Financial Time Series Forecasting with Deep Learning: A Systematic Literature Review: 2005–2019. *Applied Soft Computing*, 90, 106181. <https://doi.org/10.1016/j.asoc.2020.106181>
- Sinulingga, N. A., & Sihotang, H. T. (2023). *Perilaku Konsumen: Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Sitoresmi, F. A. A., & Dewandaru, B. (2024). The Influence of Financial Literacy And Lifestyle on Consumptive Behavior in Adolescents. *Proceeding: Islamic University of Kalimantan*, 0, Article 0. <https://doi.org/10.31602/piuk.v0i0.15527>
- Stoet, G., & Geary, D. C. (2018). The Gender-Equality Paradox in Science, Technology, Engineering, and Mathematics Education. *Psychological Science*, 29(4), 581–593. <https://doi.org/10.1177/0956797617741719>
- Syahla, A., & Sudrajat, S. (2023). The Effect of Lifestyle on Student Consumptive Behavior. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 8928–8934. <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i2.7645>
- Udayanthi, N. O., Herawati, N. T., & Julianto, I. P. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pembelajaran dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Empiris pada Mahasiswa Jurusan Akuntansi Program S1 Universitas Pendidikan Ganesha). *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jimat.v9i2.20502>
- Usman, C. I., Adaira, K., & Dianto, M. (2024). The Influence of Lifestyle on the Consumptive Behavior of Students of the Guidance and Counseling Study Program, PGRI University of West Sumatra. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 6(2), Article 2.
- Utomo, S. B., Jamali, H., Arief, I., Saputra, M. N., & Priambodo, C. G. (2023). Analysis of The Influence of Hedonic Digital Lifestyle on Consumptive E-Shopping Behavior of Generation Z Through E-Commerce Applications. *Jurnal Sistim Informasi Dan Teknologi*, 85–91. <https://doi.org/10.60083/jsisfotek.v5i3.309>
- Vari, R., Scazzocchio, B., D'Amore, A., Giovannini, C., Gessani, S., & Masella, R. (2016). Gender-Related Differences In Lifestyle May Affect Health Status. *Annali Dell'Istituto Superiore Di Sanità*, 52(2), Article 2.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., Lestari, S. P., & Lestari, S. S. I. (2024). Keterkaitan antara Literasi Keuangan dan Pendapatan Pada Kesejahteraan Keuangan: Mediasi Prilaku Keuangan Generasi Sandwich. *Bursa : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.59086/jeb.v3i3.551>
- Widiasari, W., Lizein, B., Kristini, M. A., Nursiva, R. T., & Saputri, E. E. (2023). The Effect of Lifestyle, Pocket Money, Financial Literacy on Students' Consumptive Behavior. *Journal of Economic Global*, 1(1), Article 1.
- Xu, X., Chen, X., Jia, F., Brown, S., Gong, Y., & Xu, Y. (2018). Supply chain finance: A systematic literature review and bibliometric analysis. *International Journal of Production Economics*, 204, 160–173. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2018.08.003>
- Yidana, M. B., & Arthur, F. (2024). Influence of Economics Students' Self-Esteem On Their Academic Engagement: The Moderating Role Of Gender. *Heliyon*, 10(4). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e26237>
- Yucha, N., & Nurindah, R. (2023). Social Media Advertising, Conformity, and Environment on Hedonist Lifestyle Through Consumptive Behavior. *Journal of Applied Management and Business*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.37802/jamb.v4i1.398>

- Yudha, A. M., & Habiburrahman. (2024). The Influence Of Lifestyle And Consumptive Behavior On Generation Z Financial Management (Case Study Of Students Of Faculty Of Economics And Business, Bandar Lampung University). *International Journal of Accounting, Management, Economics and Social Sciences (IJAMESC)*, 2(5), Article 5. <https://doi.org/10.61990/ijamesc.v2i5.326>
- Yuliana, V., Rahadjeng, E. R., & Lestari, N. P. (2024). The Influence of Financial Literacy and Lifestyle on Consumptive Behavior in The Lowokwaru Sub-District Community. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i2.33639>
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Yustini, R. S., & Prihastuty, D. R. (2024). Exploration Of Digital-Based Consumptive Behavior E-Lifestyle In Generation–Z. *Jurnal Ekonomi*, 13(03), Article 03.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The Influence of Lifestyle, Financial Literacy, and Social Demographics on Consumptive Behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>
- Zhao, L., & Huchzermeier, A. (2015). Operations–Finance Interface Models: A Literature Review and Framework. *European Journal of Operational Research*, 244(3), 905–917. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2015.02.015>