

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, GAYA HIDUP HEDONISME, DAN
PINJAMAN ONLINE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GEN Z
KOTA BANDAR LAMPUNG**

Muhammad Tri Ferdiansyah¹, Any Eliza², Ujang Hanief Musthofa³

¹Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, ²Universitas Islam Negeri Raden
Intan Lampung, ³Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

e-mail: 1frdnsyh574@gmail.com , 2anyeliza@radenintan.ac.id,

3ujang.hanief@radenintan.ac.id,

Abstract

This study examines the influence of Islamic financial literacy, hedonistic lifestyle, and online loans on the consumptive behavior of Generation Z in Bandar Lampung City. The background of the problem stems from Gen Z's high consumptive tendencies due to digital exposure, low Islamic financial literacy, and easy access to online loans that trigger impulsive purchases. This research aims to analyze the simultaneous and partial influence of these three variables on consumptive behavior and examine consumptive behavior from an Islamic economic perspective. The research method employs a quantitative approach with purposive and accidental sampling techniques involving 100 Gen Z respondents aged 17-24 years. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with SPSS 26. The results indicate that simultaneously, Islamic financial literacy, hedonistic lifestyle, and online loans significantly influence consumptive behavior $F=11.953$. Partially, hedonistic lifestyle $t=5.131$ and online loans $t=3.002$ have significant positive effects, while Islamic financial literacy $t=-1.039$ has no significant effect. The Adjusted R^2 value of 0.249 indicates that the three variables explain 24.9% of the variation in consumptive behavior. From an Islamic economic perspective, Gen Z's consumptive behavior should be directed toward proportional, halal consumption while avoiding israf and tabdzir in accordance with sharia principles.

Keywords: *Islamic Financial Literacy, Hedonistic Lifestyle, Online Loans, Consumptive behavior, Generation Z*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup hedonisme, dan pinjaman online terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung. Latar belakang masalah berawal dari tingginya kecenderungan konsumtif Gen Z akibat paparan digital, rendahnya literasi keuangan syariah, dan kemudahan akses pinjaman online yang memicu pembelian impulsif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh ketiga variabel tersebut secara simultan maupun parsial terhadap perilaku konsumtif serta mengkaji perilaku konsumtif dalam perspektif

ekonomi Islam. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive dan accidental sampling terhadap 100 responden Gen Z berusia 17-24 tahun. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, literasi keuangan syariah, gaya hidup hedonisme, dan pinjaman online berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif $F=11,953$. Secara parsial, gaya hidup hedonisme $t=5,131$ dan pinjaman online $t=3,002$ berpengaruh positif signifikan, sedangkan literasi keuangan syariah $t=-1,039$ tidak berpengaruh signifikan. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,249 menunjukkan ketiga variabel menjelaskan 24,9% variasi perilaku konsumtif. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif Gen Z perlu diarahkan pada konsumsi yang proporsional, halal, dan menghindari israf serta tabdzir sesuai prinsip syariah.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Hedonisme, Pinjaman Online, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

Accepted: 12 December 2025	Reviewed: 16 December 2025	Published: 31 January 2026
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------

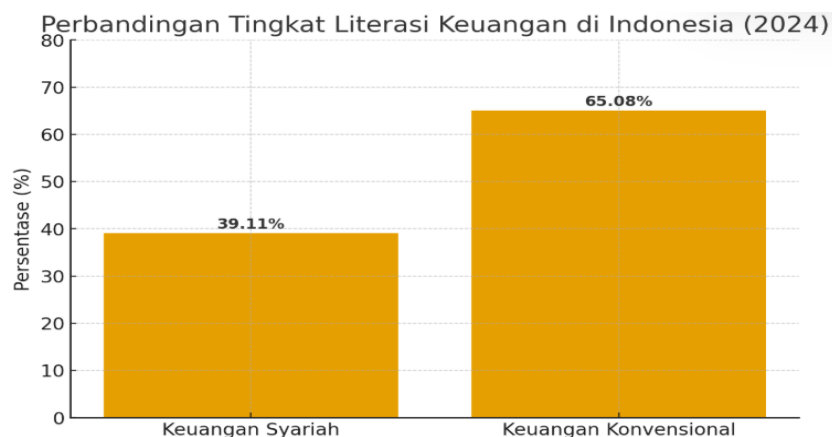
A. Pendahuluan

Pada era revolusi industri saat ini, kehidupan manusia telah didominasi oleh kecanggihan teknologi, digitalisasi, dan otomatisasi. Kemudahan berbelanja semakin terasa dengan hadirnya pusat perbelanjaan modern seperti mall, serta berkembangnya market place online melalui aplikasi di smartphone bahkan media sosial kini turut menyediakan fitur belanja online yang semakin mempermudah konsumen dalam melakukan transaksi. Setiap pusat perbelanjaan maupun platform digital memiliki segmen pasar masing-masing, khususnya generasi Z yang akrab dengan internet. Generasi ini dikenal gemar berbelanja online serta aktif berinteraksi melalui media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Line*, *WhatsApp*, *Telegram*, *TikTok*, dan *Instagram*. Kebiasaan tersebut membuat Gen Z sering dianggap lebih konsumtif karena lebih banyak menghabiskan uang untuk berbelanja dan gaya hidup dibandingkan menabung atau berinvestasi, sehingga perilaku mereka cenderung mengarah pada konsumsi berlebihan (Oktaviani et al., 2023, p. 137).

Perilaku konsumtif dipicu oleh dorongan untuk memperoleh kepuasan dan kesenangan, dengan kecenderungan lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Tanpa pertimbangan matang, individu cenderung mudah melakukan

pembelian terhadap berbagai hal yang sebenarnya tidak termasuk kebutuhan pokok (Widiana & Hartini, 2023, p. 70). Keterpaparan Gen Z Bandar Lampung terhadap iklan digital, *influencer*, dan tren sosial media membuat mereka semakin sulit membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga perilaku konsumtif menjadi fenomena nyata di kalangan generasi ini. Kondisi ini diperparah dengan minimnya literasi keuangan syariah yang dimana kurangnya memahami dan menerapkan prinsip keuangan syariah serta mengelola keuangan secara efektif sesuai dengan nilai syariah, kedua gaya hidup hedonisme yang dimana seseorang Mencari kesenangan untuk Membeli produk atas pertimbangan harga, dan Pinjaman *Online* di era digital saat ini sangat mudah di akses untuk melakukan pinjaman *online*.

Dalam penelitian mengenai Gen Z di Kota Bandar Lampung, pemilihan variable Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pinjaman *Online* dianggap tepat karena ketiganya menjadi determinan penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Literasi keuangan syariah menggambarkan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan finansial sesuai prinsip Islam.



Gambar 1.1 Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Konvensional

Sumber : Data Otoritas Jasa Keuangan & BPS

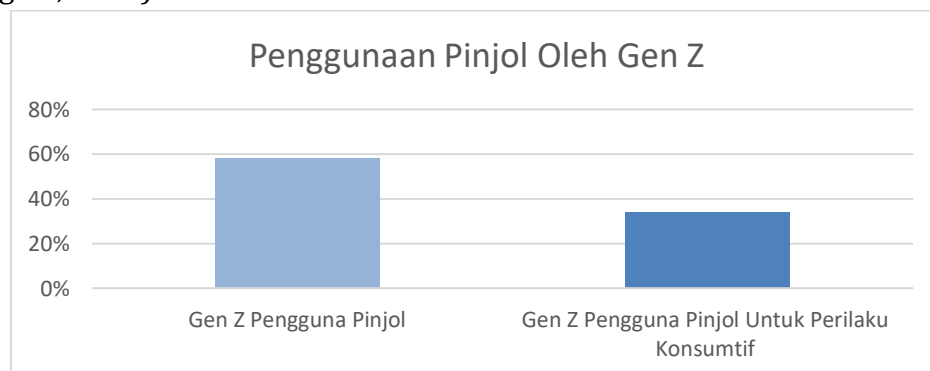
Literasi keuangan dapat dipahami sebagai pengetahuan mengenai sistem keuangan berbasis syariah yang berfungsi sebagai dasar dalam pengambilan keputusan keuangan. Dalam praktiknya, pelaku ekonomi diharuskan memperhatikan tuntunan Ilahi, menjauhi riba, menghindari investasi pada sektor haram, tidak terlibat *gharar* (ketidakpastian) maupun *maysir* (spekulasi/judi), serta mengedepankan prinsip berbagi risiko (Mustofa, 2021, p. 185).

Gaya Hidup Hedonisme merupakan gaya hidup yang menitikberatkan pada pencarian kesenangan, kepuasan, serta kenikmatan duniawi. Dalam kehidupan

modern, hedonisme sering dihubungkan dengan sikap boros, perilaku konsumtif berlebihan, serta kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial atau tren yang berkembang di media sosial (Gunawan & Herlina, 2025).

Pinjaman online diartikan sebagai jenis pinjaman yang hanya pengajuannya secara *online* menggunakan aplikasi di ponsel, tanpa bertemu langsung dengan yang memberi pinjaman. Dalam pasal 1 ayat 3 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 77 Tahun 2016, menjelaskan layanan pinjam meminjam uang berbasis teknologi informasi yaitu penyelenggaraan jasa keuangan yang mempertemukan penerima dengan pemberi pinjaman secara langsung menggunakan jaringan internet, yang semakin memperbesar peluang perilaku konsumtif, terutama pada individu yang memiliki tingkat literasi keuangan rendah dan kecenderungan hedonisme tinggi (Sintawati et al., 2023, p. 90).

Generasi Z di Kota Bandar Lampung menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan karena rendahnya literasi keuangan syariah, sementara gaya hidup hedonisme dengan keinginan memperoleh kepuasan instan dan konsumsi barang mewah memperkuat perilaku konsumtif. Survei nasional menunjukkan 34% menggunakan pinjaman online untuk kebutuhan gaya hidup seperti membeli telepon genggam atau pakaian bermerk (Wahyudi, 2024) dan laporan OJK mencatat 58% pengguna pinjaman *online* Gen Z memanfaatkannya untuk keperluan konsumtif akibat tekanan sosial serta fenomena *Fear of Missing Out* (Perdana & Gonsaga A, 2025).



Gambar 1.2 Penggunaan Pinjaman *Online* oleh Gen Z

Sumber : Data Otoritas Jasa Keuangan(Perdana & Gonsaga A, 2025) & Survei Nasional(Wahyudi, 2024)

Penelitian terdahulu mengenai Literasi Keuangan Syariah, Penelitian yang dilakukan oleh Avivi Hilwana. A, Umi Widyastuti, Diena Noviarini, (2025) mengatakan bahwa literasi keuangan menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan. Penelitian terdahulu mengenai literasi keuangan yang dilakukan oleh

Monica Oktaviani, Merisa Oktaria, Rinto Alexandro, Eriawaty, Rahman, (2023) mengatakan bahwa literasi keuangan menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian terdahulu mengenai Literasi Keuangan yang dilakukan oleh Ali Zainal Abidin, Kenny Pradipta Montoya Putra Pratama, Apta Lintang Kumarabuya, Auziqna Fadli Rosihan Nuha, (2025) mengatakan bahwa literasi keuangan menunjukkan sikap positif.

Penelitian terdahulu mengenai gaya hidup hedonisme, penelitian yang dilakukan oleh Avivi Hilwana. A, Umi Widyastuti, Diena Noviarini, (2025) menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan Penelitian terdahulu mengenai gaya hidup hedonisme, penelitian yang dilakukan Salma Egita Fitri Subagyo, Jojok Dwiridotjahjono (2021), menunjukkan bahwa Gaya Hidup Hedonis berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu mengenai Pinjaman *Online*, Penelitian yang dilakukan Fitriana Nurochmatul Hidayah, Bima Setyo Nugroho, Aulia Rizky Ardiati, Mazaya Najmy Tsaqyfa, M. Akmal Hakim, Ahmad Ajib Ridlwan (2023), menunjukkan bahwa pinjaman online memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dan penelitian terdahulu mengenai Pinjaman *Online*, Penelitian yang dilakukan oleh Mellya Putri, Reine Oktovina, Reina Oktovini, Indra Lesmana, Dito Rinaldo (2023), menunjukkan bahwa memang ada pengaruh diantara pinjaman online terhadap gaya hidup konsumtif.

Meskipun literatur mengenai literasi keuangan syariah, gaya hidup hedonisme, dan penggunaan pinjaman *online* telah berkembang dalam lima tahun terakhir, masih terdapat kekosongan empiris ketika ketiga variabel ini dikaji secara simultan pada Gen Z di Kota Bandar Lampung. Studi literasi keuangan syariah di kota ini menegaskan pentingnya konteks lokal namun belum menghubungkannya dengan hedonisme dan keterpaparan pinjol secara bersamaan, sementara penelitian Gen Z lainnya masih terbatas pada investasi dan efikasi keuangan tanpa menelaah pengaruh pinjol dan gaya hidup hedonis terhadap konsumtivitas (Sari et al., 2024). Kajian hedonisme pada generasi muda pun umumnya bersifat kualitatif sehingga bukti kuantitatif mengenai pengaruh hedonisme terhadap konsumtivitas dengan kontrol literasi syariah dan akses pinjaman *online* masih minim (Nathania & Amalia, 2023). Penelitian ini mengisi celah tersebut dengan menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, gaya hidup hedonisme, dan pinjaman *online* secara simultan maupun parsial, mengeksplorasi kemungkinan peran moderasi atau mediasi literasi keuangan syariah, serta menghadirkan temuan empiris pasca pandemi (2023–

2025), kontribusi yang belum banyak ditemukan di penelitian terindeks Sinta (Al Rahma & Wibowo, 2025).

Urgensi penelitian ini didasarkan pada tingginya paparan budaya konsumtivisme di kalangan Gen Z yang dipengaruhi gaya hidup hedonisme serta kemudahan akses layanan pinjaman *online/paylater* yang berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif tidak sehat (Saragih et al., 2025). Kebaruan penelitian terletak pada konteks lokal Kota Bandar Lampung yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya khas; pengujian variabel secara kuantitatif dan simultan karena studi sebelumnya meneliti variabel secara terpisah tanpa memasukkan literasi keuangan syariah dan pinjol dalam satu model, serta penggunaan kerangka pasca pandemi yang relevan dengan perkembangan *fintech modern*, di mana sejak 2023–2025 penggunaan pinjaman *online* dan *paylater* semakin meluas di kalangan Gen Z.

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan mampu menghadirkan temuan empiris terbaru mengenai bagaimana interaksi literasi syariah, gaya hidup hedonisme, dan pinjaman *online* memengaruhi perilaku konsumtif Gen Z di era digital pasca pandemi. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan baik dari sisi teori maupun praktik, yakni dengan memperluas khazanah literatur mengenai perilaku konsumtif Gen Z dalam perspektif lokal dan syariah, serta menjadi landasan bagi penyusunan kebijakan dan program edukasi terkait fintech dan keuangan syariah guna mengatasi kecenderungan konsumsi berlebihan pada generasi muda.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu pendekatan sistematis untuk mengkaji suatu fenomena melalui pengumpulan data yang bersifat terukur, yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik, matematis, atau komputasional. Dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas yaitu Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Hedonisme, Pinjaman *Online*, serta variabel terikat yaitu Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Bandar Lampung (Paramita et al., 2021, p. 12). Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari responden sebagai objek penelitian, sehingga data berasal dari hasil pengukuran langsung dan bukan melalui pihak ketiga (Hutahaean & Perdini, 2023, p. 43). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bandar Lampung dengan sasaran Generasi Z yang menetap di wilayah tersebut, karena kota ini memiliki jumlah Gen Z yang cukup besar serta perkembangan gaya hidup dan teknologi keuangan yang pesat, dengan waktu penelitian dimulai pada bulan

November hingga penelitian selesai. Populasi penelitian adalah seluruh Gen Z di Kota Bandar Lampung berusia 17–24 tahun atau kelahiran 2001–2008, dengan jumlah populasi usia 15–24 tahun sebanyak 172.261 jiwa berdasarkan data BPS (Paramita et al., 2021, p. 59). Sampel penelitian merupakan bagian dari populasi Gen Z yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling (Kumara, 2018, p. 4) dan *Accidental sampling* (Fauzy, 2019, p. 1.27). Dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner *google form* karena dianggap efisien dan sesuai dengan karakteristik variabel penelitian sedangkan teknik analisis data meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi, dan uji hipotesis (Malay, 2022, p. 119), yang diolah menggunakan *Microsoft Excel* dan SPSS versi 26.

C. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini melibatkan 100 responden yaitu Gen Z Kota Bandar Lampung berumur 17-24 tahun atau kelahiran 2001-2008, Aktif dalam penggunaan internet serta mengetahui tentang menggunakan layanan keuangan digital, termasuk layanan pinjaman *online*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, kemudian dilakukan serangkaian pengujian untuk memastikan kelayakan instrumen sebelum dianalisis secara statistik guna melihat pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pinjaman *Online* terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Bagian Ini Memaparkan penelitian ini Uji Instumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi serta pembahasan temuan yang didukung oleh pandangan beberapa peneliti Indonesia.

1. Uji Validitas

Berdasarkan Tabel 1, hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner memiliki nilai r hitung yang melebihi r tabel (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item tersebut valid dan layak digunakan sebagai alat ukur untuk setiap variabel penelitian

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	X1.1	0,742	0,361	Valid
	X1.2	0,820	0,361	Valid
	X1.3	0,577	0,361	Valid
	X1.4	0,639	0,361	Valid
	X1.5	0,720	0,361	Valid
	X1.6	0,562	0,361	Valid
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	X2,1	0,668	0,361	Valid
	X2.2	0,702	0,361	Valid

	X2.3	0,674	0,361	Valid
	X2.4	0,713	0,361	Valid
	X2.5	0,594	0,361	Valid
	X2.6	0,608	0,361	Valid
Pinjaman <i>Online</i> (X3)	X3.1	0,754	0,361	Valid
	X3.2	0,891	0,361	Valid
	X3.3	0,510	0,361	Valid
	X3.4	0,890	0,361	Valid
	X3.5	0,764	0,361	Valid
	X3.6	0,407	0,361	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1.1	0,719	0,361	Valid
	Y1.2	0,775	0,361	Valid
	Y1.3	0,769	0,361	Valid
	Y1.4	0,795	0,361	Valid
	Y1.5	0,892	0,361	Valid
	Y1.6	0,363	0,361	Valid

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2 memperlihatkan nilai *Cronbach's Alpha* pada masing-masing variabel. Seluruh nilai *alpha* tercatat di atas 0,60, sehingga instrumen yang digunakan dapat dinyatakan memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1.	Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,766	Reliabel
2.	Gaya Hidup Hedonisme (X2)	0,735	Reliabel
3.	Pinjaman <i>Online</i> (X3)	0,807	Reliabel
4.	Perilaku Konsumtif (Y)	0,812	Reliabel

Koefisien reliabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa responden memberikan jawaban yang cenderung konsisten di setiap butir pertanyaan dalam variabel yang sama.

3. Uji Normalitas

Tabel 3 menyajikan hasil uji normalitas menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* terhadap residual model, jika nilai tingkat *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0.05 maka data terdistribusi normal, Sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih kecil dari 0.05 maka dikatakan tidak normal.

Tabel 3. Uji Normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*)

Statistik	Nilai
N	100

<i>Mean (residual)</i>	0,000
<i>Std. Deviation (residual)</i>	3,283
<i>Most Extreme Differences (Absolute)</i>	0,063
<i>Test Statistic</i>	0,063
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,200

Normalitas residual diperlukan agar hasil uji t dan uji F dapat diinterpretasikan secara tepat dan memiliki dasar yang kuat secara statistik.

4. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 menampilkan nilai *tolerance* dan *VIF* untuk masing-masing variabel independen. Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0.10 dapat diartikan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas dan jika nilai *Variance Infation Factor (VIF)* Dibawah 10.0 dapat diartikan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolance	VIF
Literasi Keuangan Syariah (X1)	0,976	1,025
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	0,985	1,015
Pinjaman <i>Online</i> (X3)	0,990	1,010

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa **tidak terdapat multikolinearitas** antar variabel bebas. Dengan kata lain, setiap variabel independen berdiri sendiri dan tidak saling memengaruhi secara berlebihan.

5. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 menampilkan uji heteroskedastisitas dengan melihat signifikansi koefisien pada model pengujian terhadap varians residual. Seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas (Coefficients)

Model	B	Std. Error	t	Sig
(Constant)	2,748	2,227	1,234	0,220
Literasi Keuangan Syariah (X1)	-0,034	0,064	-0,529	0,598
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	0,097	0,065	1,506	0,135
Pinjaman <i>Online</i> (X3)	-0,096	0,054	-1,783	0,078

Ketiadaan heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians kesalahan bersifat konsisten atau seragam pada seluruh rentang nilai variabel independen.

6. Analisis Linier berganda

Tabel 6 memuat hasil analisis regresi. Persamaan regresi yang diperoleh

$$Y = 3,594 - 0,120 X_1 + 0,597 X_2 + 0,290 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X_1 = Literasi Keuangan Syariah

X_2 = Gaya Hidup Hedonisme

X_3 = Pinjaman *Online*

Tabel 6. Koefisien Regresi

Model	<i>Unstandardized Coefficients (B)</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Standardized Coefficients (Beta)</i>	t	Sig.
<i>(Constant)</i>	3,594	4,012		0,896	0,373
Literasi Keuangan Syariah (X_1)	-0,120	0,116	-0,092	-1,039	0,301
Gaya Hidup Hedonisme (X_2)	0,597	0,116	0,450	5,131	0,000
Pinjaman <i>Online</i> (X_3)	0,290	0,097	0,263	3,002	0,003

Hasil regresi menunjukkan bahwa X_2 dan X_3 memiliki koefisien positif dan nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, semakin tinggi gaya hidup hedonisme dan penggunaan pinjaman *online*, semakin meningkat perilaku konsumtif responden. Sebaliknya, X_1 (literasi keuangan syariah) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, sehingga tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap perilaku konsumtif.

7. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7 menyajikan hasil uji F yang digunakan untuk menguji pengaruh ketiga variabel secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai F bersifat sangat signifikan.

Tabel 7. Uji Simultan (ANOVA)

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
<i>Regression</i>	398,780	3	132,927	11,953	0,000
<i>Residual</i>	1067,580	96	11,121		
Total	1466,360	99			

Tabel anova di atas diperoleh nilai F sebesar 11,953 dengan nilai Sig. 0,000. Karena nilai sig. Lebih kecil dari pada 0,05, maka tolak H_0 terima H_1 , koefisien persamaan regresi signifikan. Dengan demikian Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pinjaman *Online* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

8. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 8 menunjukkan bahwa hasil pengujian, dapat diketahui bahwa dari tiga variabel bebas yang diteliti, variabel Gaya Hidup Hedonisme (X_2) dan Pinjaman *Online* (X_3) terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku

Konsumtif, sementara variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Tabel 8. Uji Parsial (Ringkasan t)

Variabel	t	Sig.	Kesimpulan
Literasi Keuangan Syariah (X1)	-1,039	0,301	Tidak Berpengaruh Signifikan
Gaya Hidup Hedonisme (X2)	5,131	0,000	Berpengaruh Positif Signifikan
Pinjaman Online (X3)	3,002	0,003	Berpengaruh Positif Signifikan

9. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 9 menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi dalam Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung.

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of Estimate
1	0,521	0,272	0,249	3,33476

Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* 0,249, variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan 24,9% dari variasi Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Sedangkan 75,1% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian, seperti tingkat pendapatan, usia, pendidikan, gaya hidup, pengaruh media sosial, dan lingkungan sosial.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial atau hasil uji t pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar -1,039 dengan nilai signifikan yaitu $0,301 > 0,05$ maka H_1 ditolak, artinya secara parsial variabel Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman responden terhadap prinsip keuangan syariah belum cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumsi mereka.

Temuan ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) (Adzen, 1991, p. 13), yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Literasi keuangan syariah membentuk sikap negatif terhadap perilaku konsumtif, memperkuat norma keagamaan untuk hidup sederhana, serta meningkatkan kontrol diri dalam mengelola pengeluaran. Dengan demikian, individu yang memiliki literasi keuangan

syariah yang baik lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif sesuai dengan nilai-nilai Islam.

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme (X2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial atau hasil uji t pada variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 5,131 dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ maka H2 diterima, artinya secara parsial variabel Gaya Hidup Hedonisme berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif Gen Z.

Keterkaitan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) (Adzen, 1991, p. 13), yang menegaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Dalam konteks ini, gaya hidup hedonisme membentuk sikap positif terhadap konsumsi berlebih, memperkuat norma sosial di kalangan Gen Z yang menganggap konsumsi sebagai bentuk aktualisasi diri, serta melemahkan kontrol diri dalam mengelola pengeluaran. Akibatnya, individu dengan gaya hidup hedonis lebih cenderung menunjukkan perilaku konsumtif karena perilaku tersebut sejalan dengan sikap dan norma yang dianut.

3. Pengaruh Pinjaman Online (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial atau hasil uji t pada variabel Pinjaman Online (X3) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,002 dengan nilai signifikan yaitu $0,003 < 0,05$ maka H3 diterima, artinya secara parsial variabel Pinjaman Online berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan akses pinjaman online mendorong Gen Z untuk melakukan pembelian secara konsumtif.

Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) oleh Davis (1989) (Ammenwerth, 2019, p. 17), yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Dalam konteks ini, kemudahan pengajuan serta pencairan dana pinjaman online meningkatkan penerimaan pengguna terhadap layanan tersebut, sementara manfaat berupa dana cepat mendorong perilaku konsumtif karena sering digunakan untuk kebutuhan non-produktif.

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup Hedonisme (X2), Pinjaman Online (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Berdasarkan hasil uji parsial atau hasil uji t, dapat diketahui bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar -1,039 dengan nilai signifikan yaitu $0,301 > 0,05$, dengan demikian H1 ditolak, artinya variabel Literasi Keuangan Syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Sementara itu, variabel Gaya Hidup Hedonisme (X2) memperoleh nilai t hitung sebesar 5,131 dengan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$, dengan demikian H2 diterima, artinya variabel Gaya Hidup Hedonisme secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Selanjutnya, variabel Pinjaman Online (X3) memperoleh nilai t hitung sebesar 3,002 dengan nilai signifikan yaitu $0,003 < 0,05$, dengan demikian H3 diterima, artinya variabel Pinjaman Online secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Kota Bandar Lampung. Dengan demikian, dari ketiga variabel independen yang diuji, hanya Gaya Hidup Hedonisme dan Pinjaman Online yang berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan Literasi Keuangan Syariah tidak berpengaruh signifikan.

5. Bagaimana Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Ekonomi Islam merupakan suatu sistem perekonomian yang didasarkan pada prinsip-prinsip syariah dengan sasaran mewujudkan kemakmuran umat melalui pembagian harta yang berkeadilan dan bermoral. Landasan fundamental ekonomi Islam mengutamakan nilai keadilan, keseimbangan, serta ketaatan terhadap ketentuan yang telah ditetapkan Allah SWT dalam Al-Qur'an dan hadis. Salah satu dimensi penting dalam ekonomi Islam adalah pola konsumsi yang bertanggung jawab. Umat Islam diarahkan untuk mengonsumsi sesuatu yang halal dan baik (thayyib), serta menghindari sikap pemborosan atau tabdzir (menghambur-hamburkan harta) karena tindakan tersebut diharamkan dalam Islam. Al-Qur'an menegaskan bahwa orang-orang yang berperilaku boros merupakan teman-teman syaitan dan Allah tidak menyukai perbuatan yang melampaui batas (Santiaji & Rarawahyuni, 2025, p. 4). Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Isra ayat 26-27 dan QS. Al-A'raf Ayat 31

﴿وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ۚ ٢٦ إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۚ ٢٧﴾ (الاسراء/١٧: ٢٦-٢٧)

Artinya:

"Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya". (Al-Isra'/17:26-27)

﴿يَبْنَىٰٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ﴾
(الاعراف/٧: ٣١)

Artinya:

"Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan". (Al-A'raf/7:31).

Perilaku konsumsi yang sejalan dengan nilai-nilai Islam adalah konsumsi yang proporsional, menggunakan harta untuk membeli produk yang berkualitas dan halal, serta menghindari sikap israf (berlebihan) dan tabdzir (pemborosan). Dasar hukum lain adalah hadis Rasulullah yang diriwayatkan oleh Miqdam bin Ma'dikarib tentang larangan bersikap berlebihan dalam konsumsi (Anshori et al., 2023, p. 181).

مَا مَلَآ اَدَمِيٌّ وِعَاءَ شَرًّا مِنْ بَطْنٍ، بِحَسْبِ ابْنِ اٰدَمَ لُقَيْمَاتٍ يُتِمَّنْ صُلْبُهُ، فَاِنْ كَانَ لَا حَالَةَ فُتِلَتْ لِبَطْنِهِ، وَتُلْتُ لِشَرَابِهِ، وَتُلْتُ لِنَفْسِهِ

Artinya:

"Tidak ada wadah yang diisi oleh manusia yang lebih buruk daripada perutnya. Cukuplah bagi anak Adam beberapa suapan untuk menegakkan tulang punggungnya. Namun jika ia harus makan lebih, maka sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk napasnya". (H.R Tarmidzi)

Individu yang mampu menjalani hidup dengan sikap ekonomis dan hemat mendapat pujian tinggi dalam Islam. Sikap pengelolaan ekonomi seperti ini sangat dianjurkan dalam ajaran Islam sehingga dapat menjadi fondasi moral keagamaan yang mendasar sekaligus menjadi karakter pribadi yang melekat pada setiap Muslim (Nurzianti, 2022, p. 51). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa perilaku konsumtif pada gen z sudah sesuai dengan ketentuan perspektif ekonomi islam.

D. Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah, gaya hidup hedonisme, dan pinjaman *online* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Bandar Lampung dengan nilai F sebesar

11,953 dan signifikansi 0,000. Secara parsial, gaya hidup hedonisme dan pinjaman *online* terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, dengan nilai *t* masing-masing sebesar 5,131 dan 3,002, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup hedonisme dan penggunaan pinjaman *online*, maka semakin meningkat perilaku konsumtif Gen Z. Sebaliknya, literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai *t* sebesar -1,039 dan signifikansi 0,301, mengindikasikan bahwa pemahaman responden terhadap prinsip keuangan syariah belum cukup kuat untuk mempengaruhi perilaku konsumsi mereka. Ketiga variabel independen mampu menjelaskan 24,9% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 75,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif Gen Z perlu diarahkan pada konsumsi yang proporsional, halal, dan menghindari sikap israf serta tabdzir sesuai dengan prinsip syariah yang mengutamakan keadilan, keseimbangan, dan ketaatan terhadap ketentuan Allah SWT.

Daftar Rujukan

- Adzen, I. (1991). The theory of planned behavior. In *Organizational Behavior and Human Decision Processes* (Vol. 50, Issue 2). [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Al Rahma, N. Z., & Wibowo, P. A. (2025). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Terhadap Niat Menggunakan Pinjaman Online. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 6(3), 408–416. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v6i3.6665>
- Ammenwerth, E. (2019). Technology Acceptance Models in ealth nformatics: TAM and UTAUT. *Studies in Health Technology and Informatics*, 263(March), 64–71. <https://doi.org/10.3233/SHTI190111>
- Anshori, M., Tahliani, H., & Renaldi, R. (2023). *Konsumsi Dalam Perspektif Islam*. 6(2), 180–192.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling*. Universitas Terbuka.
- Gunawan, B. P., & Herlina, H. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(5), 4917–4924. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i5.7873>
- Hutahaeen, E. S., & Perdini, T. A. (2023). *Metode penelitian kuantitatif: Untuk Mahasiswa Psikologi*. pena persada kerta utama.
- Kumara, A. R. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Universitas Ahmad Dahlan*. BKPI universitad Ahmad Dahlan.
- Malay, N. (2022). *Belajar Mudah & Praktis Analisis Data dengan SPSS dan JASP*. CV. Madani Jaya Bandar Lampung.
- Mustofa. (2021). Literasi Keuangan Syariah Dan Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 18(2), 183–191.

- <https://doi.org/10.21831/jep.v18i2.49299>
- Nathania, Y., & Amalia, D. (2023). Analisis Penerimaan Generasi Z terhadap Gaya Hidup Hedonisme dalam Konten "How Much I Spend In A Day" pada Akun TikTok @Skincareans. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6817–6825. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2830>
- Nurzianti, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon. *Gorontalo Development Review (GOLDER)*, 5(1), 49–58.
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama.
- Perdana, N., & Gonsaga A, A. (2025). OJK Sebut Gen Z Rentan Terjerat Pinjol, Mayoritas demi Gaya Hidup Konsumtif. *Kompos.Com*.
- Santiaji, D. S., & Rarawahyuni, I. (2025). *Robbani: Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Ekonomi Islam*. 3(1), 1–15.
- Saragih, S. S. S., Nasution, A. W., & Zuhirsyan, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z Muslim Pengguna Spaylater Dikota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Social & Engineering Polmed (KONSEP)*, 5(1), Konferensi-Nasional. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/KONSEP2021/article/view/1805>
- Sari, Y. I., Bakti, I. T., & Hapsari, V. (2024). Edukasi Risiko Pinjol dan Paylater Generasi Z di SMA Muhammadiyah Cileungsi. *Jurnal PkM (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(5), 662. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v7i5.25520>
- Sintawati, D., Nizar, M., Fahmul Iltiham, M., & Farida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Perilaku Konsumtif terhadap Minat Jasa Pinjaman Online. *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(1), 75–87. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2023.2.1.75-87>
- Wahyudi, A. (2024). Survei: 34% Gen Z Memanfaatkan Pinjaman Online untuk Gaya Hidup Konsumtif. *PlanetBerita.Com*.
- Widiana, W., & Hartini, H. (2023). PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TEKNOLOGI SUMBAWA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 67–73. <https://jurnal.uts.ac.id/in>