

Pengaruh *Cashless Society* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang

Rahmatika¹, Fatma Ariani², Rini Susanti³

¹ Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, e-mail: rahmatika@upiypk.ac.id

² Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, e-mail: fatmariansi6@upiypk.ac.id

³ Politeknik Negeri Padang, e-mail: rinisusanti@pnp.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
31-06-24

Direvisi:
01-08-2024

Diterima:
18-08-2024

Keywords

ABSTRACT

The purpose of this quantitative research is to understand how the cashless society that has emerged in recent years and financial literacy influence the consumptive behavior of generation z, especially in Padang, West Sumatra. The population chosen was generation z students from Universitas Putra Indonesia YPTK Padang and Politeknik Negeri Padang with a total of 178 respondents. This research applies descriptive statistical analysis techniques through classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing. Based on the results of the study, it can be seen that cashless society and financial literacy, both partially and simultaneously, are able to influence the consumptive behavior of generation z.

: *Cashless Society; Financial Literacy; Consumptive Behavior*

ABSTRAK

Tujuan penelitian kuantitatif ini adalah untuk memahami bagaimana *cashless society* yang muncul dalam beberapa tahun belakangan ini serta literasi keuangan memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi z, khususnya di Padang, Sumatera Barat. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa selaku generasi z dari Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan Politeknik Negeri Padang dengan total sebanyak 178 responden. Penelitian ini mengaplikasikan teknik analisis statistik deskriptif melalui uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa *cashless society* dan literasi keuangan, baik secara parsial maupun simultan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z.

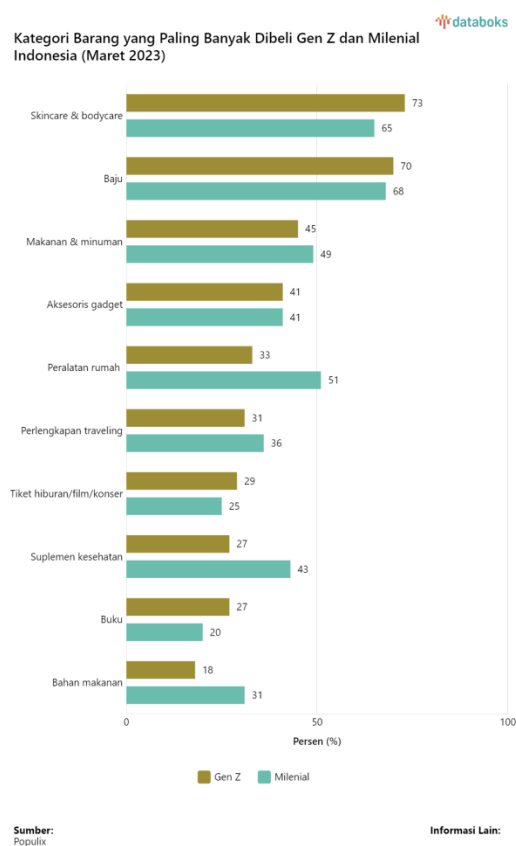
Kata Kunci : *Cashless Society; Literasi Keuangan; Perilaku Konsumtif*

Corresponding Author : Rahmatika, e-mail: rahmatika@upiypk.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan pergeseran budaya telah membawa perubahan pada gaya hidup. Kini, publik lebih condong mengonsumsi atau membeli produk yang tidak penting dengan harga yang relatif mahal, tanpa mempertimbangkan kondisi keuangan. Akses pembayaran yang mudah dan cepat semakin mendorong mereka untuk terus menerus melakukan pembelian. Konsumsi berlebihan atas barang-barang tersebut lambat laun akan mendorong perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan penyimpangan gaya hidup yang memicu seseorang untuk bersifat impulsif saat belanja dan menghabiskan uang dalam waktu yang singkat. Semua generasi, mulai dari generasi x hingga generasi z berpotensi melakukan perilaku konsumtif, terutama generasi z yang sering khawatir dan takut ketinggalan oleh mode terbaru atau istilah lainnya *fear of missing out* (fomo).

Berikut ini adalah survei Databoks mengenai kelompok produk yang paling banyak dibeli secara *online* oleh generasi z dan milenial di awal tahun 2023.



Gambar 1. Kelompok Barang yang Paling Banyak Dibeli Generasi Z dan Milenial Indonesia

Survei tersebut membuktikan bahwa *skincare* dan *bodycare* menempati posisi teratas pembelian produk terbanyak oleh 73% gen z dan 65% milenial. Selanjutnya, sebanyak 70% gen z dan 68% milenial membeli baju (*fashion*). Lalu, makanan dan minuman dengan persentase 45% dan 49%. Aksesoris *gadget* berada di posisi keempat dengan persentase pembelian yang sama antara gen z dan milenial yaitu 41%. Posisi berikutnya adalah produk peralatan rumah, perlengkapan *traveling*, tiket hiburan seperti film atau konser, suplemen kesehatan, buku, dan bahan makanan (Databoks, 2024). Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa gen z sering membelanjakan uang mereka untuk barang-barang di luar

kebutuhan pokok. Hal ini dapat menimbulkan perilaku konsumtif dan menyebabkan masalah finansial di kemudian hari.

Fenomena *cashless society* yang terjadi beberapa tahun ke belakang, menjadi salah satu faktor pendorong perilaku konsumtif. *Cashless society* adalah transformasi sistem pembayaran tunai ke non tunai atau pembayaran digital. *Cashless society* dapat dilihat dengan semakin meningkatnya penggunaan uang elektronik dalam setiap transaksi belanja, baik *online* maupun *offline*. Sistem pembayaran digital yang cepat dan mudah, serta banyaknya promo dan *cashback* yang ditawarkan, membuat masyarakat rela mengeluarkan uangnya tanpa pikir panjang. Bank Indonesia menyatakan bahwa nilai transaksi uang elektronik meningkat 33,30% dan mencapai Rp238 triliun pada triwulan IV 2023. Selain itu, nominal transaksi QRIS tumbuh 170% dan mencapai Rp82,70 triliun dengan jumlah pengguna sebanyak 45,78 juta (Bank Indonesia, 2024). Peningkatan transaksi uang elektronik dan nominal transaksi QRIS tersebut mendukung *financial technology* dan pertumbuhan ekonomi, namun menimbulkan efek negatif bagi masyarakat yang sulit mengendalikan diri saat berbelanja.

Perilaku konsumtif bisa dihindari dengan menambah pengetahuan mengenai literasi keuangan. Pengetahuan literasi keuangan menandakan bahwa seseorang sanggup untuk mengelola keuangan dan menentukan keputusan investasi. Pemahaman seputar literasi keuangan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat, terutama gen z mengenai pentingnya perencanaan dan pengalokasian keuangan yang benar. Gen z dapat memahami literasi keuangan melalui pendidikan, pelatihan, dan seminar. Penelitian Muhammad Fadhil Rasyid dan Sekar Mayangsari tahun 2022 menjelaskan bahwa pengendalian diri, literasi keuangan, dan *cashless society* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif secara parsial maupun simultan (Rasyid & Mayangsari, 2022). Penelitian Priscilla Irene Sudiro dan Nadia Asandimitra tahun 2022 juga menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan menyebabkan penurunan perilaku konsumtif (Sudiro & Asandimitra, 2022). Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Vivia Aegea Indriyani, Saparuddin, dan Harya Kuncara Wiralaga tahun 2022 menyatakan bahwa tingkat literasi ekonomi memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui gaya hidup (Indriyani et al., 2022). Berdasarkan fenomena di atas dan penelitian sebelumnya, maka penulis ingin menggali lebih dalam mengenai bagaimana *cashless society* dan literasi keuangan mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z di kota Padang.

METODE PENELITIAN

Metode kuantitatif yang diterapkan dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hipotesis dan teori-teori sebelumnya. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang berisi item-item pernyataan terkait variabel yang diukur yaitu *cashless society*, literasi keuangan, dan perilaku konsumtif. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi z, khususnya mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi di Padang. Penulis memilih mahasiswa Prodi S1 Akuntansi Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan mahasiswa Prodi D4 Akuntansi Politeknik Negeri Padang angkatan 2022 sebagai sampel. Hal ini dilakukan untuk memudahkan akses dalam menyebarkan kuesioner melalui *google forms*, karena kedua perguruan tinggi tersebut merupakan tempat di mana penulis bekerja atau mengabdikan. Selanjutnya, mahasiswa yang diminta kesediannya untuk menjadi responden berjumlah 205 orang, namun yang mengisi kuesioner hanya 178 orang. Jadi, sampel yang dapat digunakan lebih lanjut untuk pengolahan data adalah sebanyak 178. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif yang terdiri dari uji validitas dan reliabilitas, uji

asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi (*Adjusted R²*), dan uji hipotesis.

LANDASAN TEORI

A. *Theory of Planned Behaviour*

Theory of planned behavior adalah teori yang ditemukan oleh Icek Ajzen dan Martin Fishbein pada tahun 1975 untuk memprediksi niat seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku melalui determinan perilaku tersebut. Teori ini berpendapat bahwa perilaku seseorang membutuhkan ketersediaan sumber daya serta keterampilan, tidak hanya pengendalian dari diri sendiri (Boston University, 2022). *Theory of planned behavior* memiliki enam konstruk yang secara kolektif merepresentasikan pengendalian aktual seseorang atas perilaku, antara lain:

1. Sikap yang mengarah pada penilaian positif atau negatif seseorang terhadap perilaku yang diinginkan.
2. Niat berperilaku yang mengarah pada faktor motivasi yang memengaruhi perilaku tertentu, di mana perilaku dipengaruhi oleh niat yang kuat untuk melakukan perilaku tersebut.
3. Norma subjektif yang mengarah pada keyakinan mengenai apakah sebagian besar orang mengakui atau tidak mengakui perilaku tersebut.
4. Norma sosial yang mengarah pada perilaku yang wajar dalam suatu kelompok masyarakat atau konteks budaya.
5. Kekuasaan yang mengarah pada keberadaan faktor-faktor yang dapat mendukung dan menghambat kinerja suatu perilaku.
6. Kontrol perilaku yang dirasakan mengarah pada tanggapan seseorang mengenai peluang dan hambatan dalam berperilaku yang sesuai dengan keinginan.

B. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sifat yang mementingkan kepuasan semata dan tidak mengikuti pertimbangan yang rasional. Sifat ini mengarah pada dorongan untuk membeli produk yang tidak dibutuhkan dan munculnya rasa tidak puas jika produk tersebut belum dimiliki. Perilaku konsumtif juga cenderung terjadi karena suatu produk belum pernah digunakan sama sekali atau karena sebagian besar orang menggunakan produk tersebut (Fatmawatie, 2022).

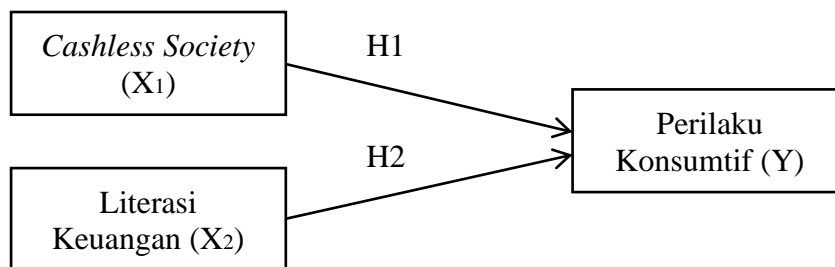
C. *Cashless Society*

Cashless society adalah perpindahan sistem pembayaran tunai ke non tunai (transaksi digital). *Cashless society* ditandai dengan banyaknya penggunaan uang elektronik dan dompet digital atau *e-wallet* seperti Dana, Gopay, LinkAja, ShopeePay, dan OVO. Transaksi digital banyak diminati oleh masyarakat karena lebih mudah, praktis, cepat, dan efisien (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Transaksi ini juga lebih aman di tengah banyaknya tindak kejahatan. Promo contohnya *cashback* 20% dari pedagang (*merchant*), semakin mendorong minat masyarakat untuk melakukan transaksi digital. Namun dibalik kelebihan transaksi digital tersebut, terdapat beberapa risiko yang mungkin terjadi. Salah satunya adalah risiko gaya hidup yang menimbulkan dampak negatif secara psikologis bagi penggunanya. Pengguna transaksi digital (*cashless*) menjadi lebih konsumtif, karena banyaknya tawaran promo serta kemudahan dalam proses transaksi. Beberapa *merchant* akan memberikan potongan harga, apabila pengguna membayar melalui akun *e-wallet* tertentu. Kondisi ini mampu memancing pengguna untuk bertransaksi secara terus-menerus, karena tidak ingin kehilangan peluang untuk menikmati promo tersebut (Andriani et al., 2022).

D. Literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan pengetahuan dan keterampilan yang mendukung seseorang dalam menentukan keputusan yang tepat dengan segala sumber daya keuangan yang dimilikinya (Arianti, 2021). Tingkat literasi keuangan dapat dilihat dari kemampuan dalam memahami tentang bagaimana uang bekerja. Literasi keuangan juga tampak dari sikap bijak dalam mengelola keuangan melalui implementasi manajemen keuangan, seperti membuat perencanaan keuangan dan pertimbangan sebelum membeli sebuah produk. Setiap pembelian yang dilakukan harus memiliki alasan yang jelas, bukan sekadar keinginan saja (Djamhari et al., 2022). Pertimbangan untuk membeli barang sesuai dengan kebutuhan ini dapat mencegah pembelian impulsif yang mengundang perilaku konsumtif.

KERANGKA KONSEPTUAL



Gambar 2. Kerangka Konseptual

PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Secara Parsial

Hipotesa 1:

Ho1: *Cashless society* tidak mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Ha1: *Cashless society* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Hipotesa 2:

Ha2: Literasi keuangan tidak mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Ha2: Literasi keuangan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Secara Simultan

Hipotesa 3:

Ho3: *Cashless society* dan literasi keuangan secara bersama-sama tidak mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

Ha3: *Cashless society* dan literasi keuangan secara bersama-sama mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Penelitian kuantitatif ini mengambil sampel 178 responden dari Universitas Putra Indonesia YPTK Padang dan Politeknik Negeri Padang. Responden terdiri atas 21,3% mahasiswa dan 78,7% mahasiswi yang rata-rata berusia < 21 tahun dengan tingkat persentase 66,3% serta sisanya berusia 21-30 tahun dengan persentase 33,7%. Hal ini sesuai dengan kriteria sampel penelitian yaitu generasi z.

B. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1.1	0,396	0,147	Valid
	Y1.2	0,542	0,147	
	Y1.3	0,289	0,147	
	Y1.4	0,344	0,147	
	Y1.5	0,344	0,147	
	Y1.6	0,206	0,147	
	Y1.7	0,370	0,147	
	Y1.8	0,247	0,147	
	Y1.9	0,399	0,147	
	Y1.10	0,369	0,147	
	Y1.11	0,439	0,147	
	Y1.12	0,449	0,147	
	Y1.13	0,609	0,147	
	Y1.14	0,556	0,147	
	Y1.15	0,535	0,147	
	Y1.16	0,348	0,147	
	Y1.17	0,391	0,147	
Cashless Society (X ₁)	X1.1	0,640	0,147	Valid
	X1.2	0,661	0,147	
	X1.3	0,745	0,147	
	X1.4	0,583	0,147	
	X1.5	0,757	0,147	
	X1.6	0,696	0,147	
	X1.7	0,749	0,147	
	X1.8	0,504	0,147	
Literasi Keuangan (X ₂)	X2.1	0,704	0,147	Valid
	X2.2	0,685	0,147	
	X2.3	0,665	0,147	
	X2.4	0,631	0,147	
	X2.5	0,597	0,147	
	X2.6	0,594	0,147	
	X2.7	0,717	0,147	

Sumber: Data dari *output* SPSS

Berdasarkan *output* pada tabel 1. dengan menggunakan 178 responden, diperoleh nilai r hitung > nilai r tabel. Nilai r tabel adalah 0,147 atau *degree of freedom* (df) = $n-2$, df = 178-2. Seluruh pernyataan dalam variabel perilaku konsumtif (Y), *cashless society* (X₁), dan literasi keuangan (X₂) dinyatakan valid.

C. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Reliability Standard	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	17 pernyataan	0,669	0,60	Reliabel
Cashless Society (X ₁)	8 pernyataan	0,817		
Literasi Keuangan (X ₂)	7 pernyataan	0,774		

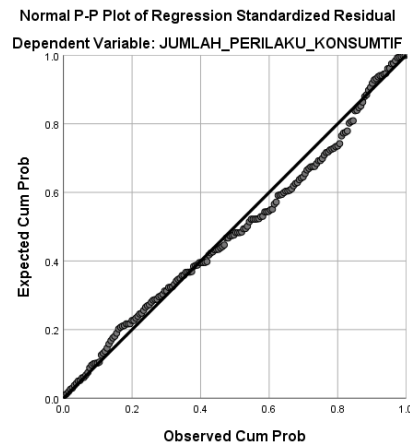
Sumber: Data dari *output* SPSS

Tabel 2. menampilkan nilai *cronbach's alpha* perilaku konsumtif (Y), *cashless society* (X₁), dan literasi keuangan (X₂) yang lebih besar dari 0,60. Jadi, pernyataan yang terdapat dalam variabel dependen dan variabel independen adalah reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat distribusi data melalui kurva *normal p-plot*. Sebuah variabel dikatakan normal, jika titik-titik data menyebar sepanjang garis diagonal dan penyebarannya searah dengan garis diagonal.



Gambar 3. Normal P-Plot

Sumber: *Output SPSS*

Output di atas menggambarkan bahwa distribusi titik-titik data menyebar sepanjang dan searah dengan garis diagonal, sehingga data dalam variabel dapat dikatakan normal.

Tabel 3. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		178
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.47195229
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.043
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan *output* tersebut, dapat diketahui nilai Asymp.Sig. 0,051 > taraf sig. 0,05, sehingga data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi yang memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 akan bebas dari multikolinearitas.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	30.711	2.805		10.950	.000		
JUMLAH_CASHLESS_SOCIETY	.441	.094	.338	4.715	.000	.881	1.135
JUMLAH_LITERASI_KEUANGAN	.329	.111	.213	2.973	.003	.881	1.135

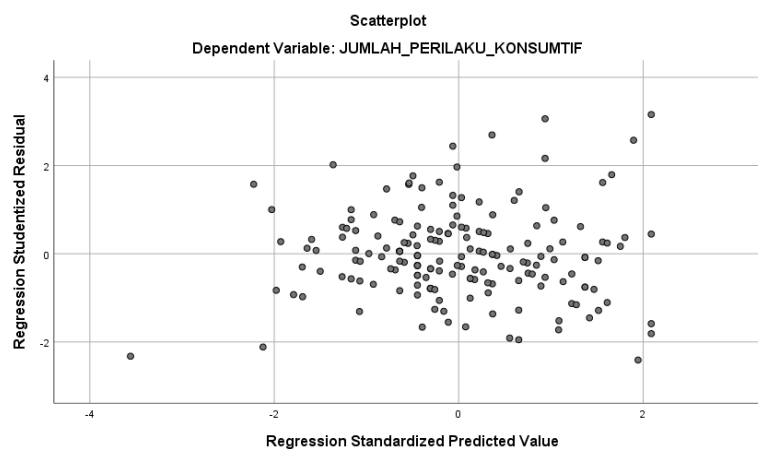
a. Dependent Variable: JUMLAH_PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: *Output SPSS*

Tabel 4 di atas menampilkan kedua variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10, sehingga tidak terdapat multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat penyebaran titik-titik pada gambar *scatterplot*. Apabila titik-titik pada gambar membentuk sebuah pola khusus, maka terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)

Sumber: *Output SPSS*

Gambar tersebut memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk suatu pola. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

E. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel independen (X) terdiri dari *cashless society* (X₁) dan literasi keuangan (X₂), sedangkan variabel dependen (Y) yaitu perilaku konsumtif. Analisis regresi linier berganda

digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	30.711	2.805		10.950	.000
JUMLAH_CASHLESS_SOCIETY	.441	.094	.338	4.715	.000
JUMLAH_LITERASI_KEUANGAN	.329	.111	.213	2.973	.003

a. Dependent Variable: JUMLAH_PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: *Output SPSS*

Di bawah ini adalah persamaan regresi linier berganda dari *output* pada tabel 5:

$$Y = 30,711 + 0,441X_1 + 0,329X_2 + e$$

Beberapa kesimpulan dari persamaan regresi tersebut, antara lain:

1. Nilai konstanta (a) adalah 30,711. Apabila *cashless society* (X_1) dan literasi keuangan (X_2) memiliki nilai 0%, maka perilaku konsumtif (Y) bernilai 30,711.
2. Nilai koefisien regresi untuk *cashless society* (X_1) adalah 0,441 mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif *cashless society* terhadap perilaku konsumtif. Apabila nilai variabel *cashless society* (X_1) naik 1% dan variabel independen lain bernilai tetap, maka nilai perilaku konsumtif (Y) akan naik 0,441.
3. Nilai koefisien regresi untuk literasi keuangan (X_2) sebesar 0,329 mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh positif literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Apabila nilai variabel literasi keuangan (X_2) naik 1% dan variabel independen lain bernilai tetap, maka nilai perilaku konsumtif (Y) akan naik 0,329.

F. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R*²)

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.457 ^a	.209	.200	4.497

a. Predictors: (Constant), JUMLAH_LITERASI_KEUANGAN, JUMLAH_CASHLESS_SOCIETY

b. Dependent Variable: JUMLAH_PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: *Output SPSS*

Berdasarkan *output* di atas, nilai *Adjusted R Square* adalah 0,200. Artinya *cashless society* (X_1) serta literasi keuangan (X_2) memberikan pengaruh 20% terhadap perilaku konsumtif (Y), sedangkan variabel-variabel lain di luar penelitian ini memberikan pengaruh sebanyak 80%.

G. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan dari uji parsial adalah untuk menentukan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial melalui taraf signifikansi 0,05.

Tabel 7. Uji Parsial (Uji T)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	30.711	2.805		10.950	.000
JUMLAH_CASHLESS_SOCIETY	.441	.094	.338	4.715	.000
JUMLAH_LITERASI_KEUANGAN	.329	.111	.213	2.973	.003

a. Dependent Variable: JUMLAH_PERILAKU_KONSUMTIF

Sumber: *Output SPSS*

Hasil uji parsial di atas menyatakan bahwa:

1. Pengaruh *Cashless Society* (X₁) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel *cashless society* memiliki nilai t hitung 4,715 > nilai t tabel 1,974 (0,025, 175) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005. Hasil ini menunjukkan bahwa Ho₁ ditolak dan Ha₁ diterima, sehingga *cashless society* secara signifikan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Literasi Keuangan (X₂) terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel literasi keuangan memiliki nilai t hitung 2,973 > nilai t tabel 1,974 (0,025, 175) serta tingkat signifikansi 0,003 < 0,005, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho₂ ditolak dan Ha₂ diterima. Artinya literasi keuangan secara signifikan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

H. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 8. Uji Simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^a				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	935.302	2	467.651	23.120	.000 ^b
Residual	3539.709	175	20.227		
Total	4475.011	177			

a. Dependent Variable: JUMLAH_PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), JUMLAH_LITERASI_KEUANGAN, JUMLAH_CASHLESS_SOCIETY

Sumber: *Output SPSS*

Tabel ANOVA^a tersebut menampilkan nilai f 23,120 > nilai f tabel 3,05 atau df 2 (n-k-1), 178-2-1 = 175 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005. Hasil pengujian tersebut membuktikan bahwa *cashless society* dan literasi keuangan secara bersama-sama mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.

I. Diskusi

Pengaruh *Cashless Society* terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t), dapat dinyatakan bahwa *cashless society* memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai t hitung 4,715 > nilai t tabel 1,974 dan tingkat sig. 0,000 < 0,005 menggambarkan hubungan yang positif antara *cashless society* dan perilaku konsumtif. Peningkatan perilaku konsumtif disebabkan oleh munculnya *cashless society*. Promo diskon dan *cashback* yang ditawarkan oleh berbagai aplikasi pembayaran digital menarik minat generasi z untuk melakukan transaksi non tunai. Penggunaan aplikasi dompet digital seperti OVO, Dana, ShopeePay, Gopay, dan LinkAja dirasa lebih mudah, lebih praktis serta lebih efisien untuk berbagai transaksi. Ketersediaan

sistem pembayaran digital tersebut semakin mendorong implementasi *cashless society*. *Cashless society* di satu sisi membawa dampak positif melalui berbagai kemudahan yang diberikan, namun di sisi lain mengubah gaya hidup menjadi lebih konsumtif. Konsumen khususnya generasi muda, dapat berbelanja dalam jumlah tertentu tanpa pikir panjang, karena tidak langsung melihat bukti fisik uang pada saat melakukan pembayaran. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Mariesa Giswandhani dan Amalia Zul Hilmi tahun 2020 yang menyatakan bahwa kemudahan transaksi digital berpengaruh signifikan terhadap sikap konsumtif masyarakat kota Makassar. Kemudahan transaksi ini mengarah pada dimensi jelas dan mudah dipahami, mudah digunakan, mudah dikendalikan, mudah menjadi terampil, tidak memerlukan pemikiran panjang, dan fleksibel (Giswandhani & Hilmi, 2020). Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mahammad Rafee, Vijayalaxmi Ramesh, S. Jaber Asan, Amzad Basha Kolar dan S. Mohammed Zaheed tahun 2022 menunjukkan bahwa adanya pengeluaran yang berlebihan, kurang menabung, dan beban utang yang besar sebagai dampak dari *cashless payments* seperti pembayaran digital, penggunaan kartu kredit, dan opsi *pay later* (Rafee et al., 2022). Penelitian Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, dan Sunan Trioko tahun 2023 menyatakan hal yang sama bahwa *cashless society* mampu meningkatkan perilaku konsumtif. Sistem pembayaran non tunai menggeser sistem pembayaran tunai melalui indikator persepsi kegunaan, persepsi kepercayaan, persepsi kemudahan penggunaan, pengaruh sosial, kondisi yang memfasilitasi, dan kesesuaian gaya hidup (Mawardi et al., 2023). Terakhir, penelitian Hinata Sasaki dan Kozo Ueda tahun 2024 mengindikasikan bahwa *cashless payments* melalui pembayaran *QR code* yang dipicu oleh kampanye *QR code* mampu meningkatkan pengeluaran (biaya) (Sasaki & Ueda, 2024).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai t hitung $2,973 >$ nilai t tabel $1,974$ serta tingkat sig. $0,003 < 0,005$ memperlihatkan hubungan yang positif antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Tingginya literasi keuangan berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif. Hasil uji tersebut berbeda dengan teori, di mana literasi keuangan dapat mendorong proses pembuatan keputusan yang efektif terkait penggunaan uang, sehingga pemahaman tentang literasi keuangan dapat mengurangi perilaku konsumtif. Tingkat literasi keuangan secara tidak langsung mempengaruhi perilaku seseorang saat membeli suatu produk. Pemahaman mengenai literasi keuangan tanpa adanya pengendalian diri yang kuat, menyebabkan literasi keuangan tersebut tidak mampu mengurangi perilaku konsumtif. Selain itu, kenyamanan yang dirasakan sebagai dampak kemajuan teknologi juga dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif saat berbelanja. Situasi ini didukung oleh salah satu konstruk dari *theory of planned behavior* yang menjelaskan bahwa pengendalian perilaku yang dirasakan mengarah pada persepsi mengenai peluang dan hambatan dalam berperilaku yang sesuai keinginan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Diary Prihatini dan Agus Irianto tahun 2021 yang mengungkapkan bahwa literasi keuangan memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa belum mampu mengimplementasikan pengetahuan literasi keuangan dan pengelolaan keuangan yang telah dipelajari saat perkuliahan (Prihatini & Irianto, 2021). Penelitian Ni Made Wike Widiyanti, I Made Sara, Ita Sylvia Azita Aziz, Ketut Darma, dan I Gusti Ayu Athina Wulandari tahun 2022 menunjukkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif (Widiyanti et al., 2022). Selanjutnya, penelitian Nur Fadhilah dan Muhammad Taufiq Abadi tahun 2023 menyatakan bahwa secara parsial literasi keuangan membawa pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa sudah terlanjur nyaman dengan kecanggihan teknologi yang mendukung segala

kebutuhan mereka (Fadhilah & Abadi, 2023). Terakhir, penelitian Monica Oktaviani, Merisa Oktaria, Rinto Alexandro, Eriawaty, dan Rahman tahun 2023 menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z. Mereka belum memahami bagaimana konsep pengelolaan keuangan yang baik. Selain itu, kurangnya pengendalian diri menyebabkan perilaku konsumtif terus meningkat (Oktaviani et al., 2023).

Pengaruh *Cashless Society* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil uji simultan (uji f) menunjukkan bahwa *cashless society* dan literasi keuangan mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari nilai f 23,120 > nilai f tabel 3,05 dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,005$. Penelitian ini didukung oleh penelitian Muhammad Fadhil Rasyid dan Sekar Mayangsari tahun 2022 yang menyatakan bahwa pengendalian diri, literasi keuangan, dan *cashless society* memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif, terutama kebiasaan belanja mahasiswa (Rasyid & Mayangsari, 2022). Penelitian Muhammad Adib Mawardi, Faridatu Fakhriyya, dan Sunan Trioko tahun 2023 juga menjelaskan bahwa literasi keuangan dan *cashless society* memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif generasi z (Mawardi et al., 2023).

PENUTUP

Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan. Pertama, *cashless society* secara signifikan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z, dengan nilai t hitung 4,715 > nilai t tabel 1,974 dan tingkat sig. $0,000 < 0,005$. Maraknya fenomena *cashless society* melalui penggunaan aplikasi pembayaran digital meningkatkan minat generasi z dalam bertransaksi non tunai. Kemudahan sistem pembayaran digital dan banyaknya penawaran promo serta *cashback* mengakibatkan gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Kedua, literasi keuangan mampu mempengaruhi perilaku konsumtif generasi z, dengan nilai t hitung 2,973 > nilai t tabel 1,974 dan tingkat sig. $0,003 < 0,005$. Hasil t hitung yang bernilai positif mengindikasikan masih kurangnya pemahaman gen z mengenai konsep literasi keuangan yang benar dan kurangnya pengendalian diri yang menyebabkan perilaku konsumtif meningkat. Gen z yang sebagian besar adalah mahasiswa, sebaiknya mengikuti pelatihan atau seminar untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan terkait literasi keuangan, serta mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, *cashless society* dan literasi keuangan secara bersama-sama mampu mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini dibuktikan dari nilai f yaitu 23,120 yang lebih besar dibandingkan nilai f tabel 3,05 dan tingkat sig. $0,000 < 0,005$. Penelitian ini masih jauh dari sempurna dan memiliki keterbatasan di antaranya, *cashless society* dan literasi keuangan hanya mampu memberikan pengaruh 20% terhadap perilaku konsumtif. Penelitian lebih lanjut masih dibutuhkan untuk menemukan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, sampel dalam penelitian ini hanya generasi z yang berasal dari dua perguruan tinggi di kota Padang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, A. D., Yuniawati, I. R., Pandriadi, P., Hamidin, D., Priambodo, A., Suhardi, S., Sulaeman, M., Susanti, L., Darmawan, A., & Martono, S. (2022). *Transformasi Indonesia Menuju Cashless Society* (L. R. Harahap & A. M. Dawis, Eds.). CV Tohar Media. <https://www.researchgate.net/publication/362645887>
- Arianti, B. F. (2021). *Literasi Keuangan (Teori dan Implementasinya)* (W. Kurniawan, Ed.). CV Pena Persada.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Perekonomian Indonesia 2023*.
- Boston University. (2022, November 3). *The Theory of Planned Behavior*. <https://sphweb.bumc.bu.edu/otlt/mph-modules/sb/behavioralchangetheories/BehavioralChangeTheories3.html>
- Databoks. (2024). *Kategori Barang yang Paling Banyak Dibeli Gen Z dan Milenial Indonesia (Maret 2023)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/06/08/barang-barang-yang-paling-banyak-dibeli-online-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- Djamhari, E. A., Ningrum, D. R., & Nurmansyah, R. (2022). *Konsumen Cerdas Produk Keuangan Digital. Perkumpulan PRAKARSA*.
- Fadhilah, N., & Abadi, M. T. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141–156. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fatmawatie, N. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. In Naning Fatmawatie. IAIN Kediri Press.
- Giswandhani, M., & Hilmi, A. Z. (2020). Pengaruh Kemudahan Transaksi Non-Tunai terhadap Sikap Konsumtif Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 239–250.
- Indriyani, V. A., Saparuddin, S., & 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 (Romeo)*, 1(3), 37–52. <https://ojs.transpublika.com/index.php/ROMEO/>
- Mawardi, M. A., Fakhriyya, F., & Trioko, S. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Blitar. *Eco-Entrepreneur*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.21107/ee.v9i1.22095>
- 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>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Hidup Praktis Ala Cashless Society*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/20557>
- Prihatini, D., & Irianto, A. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EcoGen*, 4(1), 25–34. <http://ejournal.unp.ac.id/students/index.php/pek/index>
- Rafee, B. M., Ramesh, V., Asan, S. J., Kolar, A. B., & Zaheed, S. M. (2022). A Survey on Implications of Cashless Payments on the Spending Patterns of Urbanites in the Era of Digital India. *IJFANS International Journal of Food and Nutritional Science*, 11(3), 989–1005.
- Rasyid, M. F., & Mayangsari, S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, dan Cashless Society terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Akuntansi di Universitas Trisakti. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1251–1260. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14695>

- Sasaki, H., & Ueda, K. (2024). Do Cashless Payments Stimulate Spending? Evidence from QR Code Payment Campaigns and Bank Transaction Data in Japan. *CIGS Working Paper Series*, 1–32.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Uang Elektronik, Demografi, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Widiyanti, N. M. W., Sara, I. M., Aziz, I. S. A., Darma, K., & Wulandari, G. A. A. (2022). The Effect of Financial Literature, Electronic Money, Self-Control, and Lifestyle on Student Consumption Behavior. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 2(1), 1–10. <https://journalkeberlanjutan.com/index.php/jtep>