



ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF DAN PENGELOLAAN KEUANGAN MAHASISWA GEN Z UNIVERSITAS DI MAKASSAR

Romansyah Sahabuddin

romansyah@unm.ac.id

Universitas Negeri Makassar

Azlan Azhari

azlanazhari77@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Jessica Evanjelista Samba

jessica.samba@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Sri Wahyuni Nengsi

akuayuuu2805@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Rezki Amalia Putri

rezkiameliaputri255@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Muh Alqadri

muhalqadri03@gmail.com

Universitas Negeri Makassar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar

Alamat: Jalan A. P. Pettarani, Tidung, Kec. Rappocini, Kota Makassar, Sulawesi Selatan

Korespondensi penulis: romansyah@unm.ac.id

Abstrak: *This study examines the influence of social factors and consumer habits on the financial management of Gen Z students in Makassar. The results of the structural model analysis show that Social Influence (PS) has the most significant direct impact on Financial Management (PK), in accordance with the Social Influence Theory which states that environmental norms shape financial behavior. Meanwhile, Consumer Habits (KK) have a lower influence, indicating that although students are susceptible to shopping impulses, their influence is not as strong as social factors. The strongest PK indicator is budget planning, while other aspects such as debt control are less significant. These findings confirm that Gen Z financial literacy is highly influenced by the social ecosystem, including peers and the media. Therefore, financial education interventions are recommended to utilize community-based approaches and digital platforms, as well as strengthen self-management skills (mental accounting) to reduce the negative impacts of consumerism.*

Keywords: *Financial management, social influence, consumer habits, Gen Z students, financial literacy.*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh faktor sosial dan kebiasaan konsumtif terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Gen Z di Makassar. Hasil analisis model struktural menunjukkan bahwa Pengaruh Sosial (PS) memiliki dampak langsung paling signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan (PK), sesuai dengan teori *Social Influence Theory* yang menyatakan bahwa norma lingkungan membentuk perilaku keuangan. Sementara itu, Kebiasaan Konsumtif (KK) berpengaruh lebih rendah, mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa rentan terhadap impuls belanja, pengaruhnya tidak sekuat faktor sosial. Indikator PK terkuat adalah perencanaan anggaran, sementara aspek lain seperti pengendalian utang kurang signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan Gen Z sangat dipengaruhi oleh ekosistem sosial, termasuk teman sebaya dan media. Oleh karena itu, intervensi edukasi keuangan disarankan untuk memanfaatkan pendekatan berbasis komunitas dan platform digital, serta memperkuat kemampuan manajemen diri (*mental accounting*) untuk mengurangi dampak negatif konsumerisme.

Kata Kunci: Pengelolaan keuangan, pengaruh sosial, kebiasaan konsumtif, mahasiswa Gen Z, literasi keuangan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap orang memiliki kebutuhan hidupnya sendiri, dan setiap orang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan cara yang berbeda-beda. Orang-orang tertentu memenuhi kebutuhan mereka secara wajar, sementara orang lain memenuhinya terlalu banyak. Hal ini menyebabkan seseorang menjadi konsumtif. Konsumtif adalah ketika seseorang mengonsumsi, memakai, dan menggunakan sesuatu secara berlebihan atau mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, menghilangkan hal-hal yang menarik bagi ahli pemasaran karena mereka sering terpengaruh oleh iklan, tertarik dengan teman, dan lebih mementingkan gengsinya untuk membeli barang-barang bermerk atau pusat mode di kampus mereka agar dianggap tidak ketinggalan zaman. Karena lebih sering terpapar iklan online dan konten media sosial, Generasi Z di seluruh dunia cenderung lebih tertarik pada pengalaman seketika dan produk berbasis teknologi, sehingga perilaku konsumtif mereka menjadi perhatian utama. Tren belanja dan konsumsi global cenderung berubah secara signifikan. Indonesia juga melihat fenomena ini karena pertumbuhan ekonomi digital dan peningkatan pembelian online. Perilaku konsumtif Gen Z ditunjukkan oleh peningkatan transaksi e-commerce dan minat pada merek terkenal di Jawa Tengah, salah satu wilayah Indonesia.

Generasi Z atau Gen-Z, yang merupakan generasi dengan angka kelahiran direntang tahun 1995-2010 hingga sekarang. Generasi Z, yang tumbuh di era digital dengan akses informasi yang luas, tetap sangat dipengaruhi oleh pendidikan dan contoh yang diberikan oleh orang tua mereka. Orang tua yang memiliki pemahaman yang baik tentang keuangan mampu memberikan bimbingan dan nasihat yang efektif, membantu anak-anak mereka mengembangkan keterampilan manajemen keuangan yang baik. Sebaliknya, kurangnya pendidikan keuangan pada orang tua dapat mengakibatkan kurangnya pengetahuan keuangan pada generasi Z, yang dapat mempengaruhi perilaku keuangan mereka secara negatif.

Dalam era modern yang penuh dengan produk dan layanan, perilaku konsumtif dapat menjadi masalah besar bagi banyak orang. Ini karena perilaku ini sering mendorong orang untuk menghabiskan lebih banyak uang daripada yang sebenarnya mereka butuhkan. Menurut Luas, Irawan, dan Windrawanto 2023, perilaku konsumtif adalah ketika seseorang menghabiskan banyak uang tanpa mempertimbangkan apa yang mereka butuhkan, yang sering menyebabkan utang besar dan ketidakstabilan keuangan di masa depan. Menurut definisi sebelumnya, perilaku konsumtif adalah ketika orang membeli atau menggunakan barang tanpa mempertimbangkan alasan apa pun. Ini seringkali merupakan kecanduan konsumerisme dan berfokus pada keinginan daripada kebutuhan (Rahmatika and Kusmaryani 2020). Selain itu, perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan untuk membeli dan menggunakan barang tanpa mempertimbangkan alasan yang masuk akal. Perilaku ini juga sering disertai dengan gaya hidup mewah yang berlebihan (Mahrunnisya, Indriayu, and Wardani 2018). Karena itu, berdasarkan analisis para ahli, perilaku konsumen mengutamakan keinginan daripada kebutuhan karena mereka membeli dan memanfaatkan barang tanpa melakukan evaluasi logis.

Perilaku konsumtif tumbuh dengan cepat, terutama di kalangan remaja. Orang cenderung membeli lebih banyak produk dari pada yang sebenarnya mereka butuhkan. Perilaku konsumtif terjadi karena manusia memiliki banyak keinginan. Era modern membawa dampak yang baik terutama di bidang ekonomi, karena mampu membentuk produktivitas dan inovasi bagi pelaku ekonomi di Indonesia, supaya produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lainnya. Era modern juga membawa dampak yang buruk, karena dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang tersedia dapat menimbulkan sifat konsumtif di kalangan masyarakat khususnya untuk kalangan remaja (Enrico, A et al, 2014). Mahasiswa yang seharusnya menghabiskan waktunya

belajar, memperoleh keterampilan, dan bahkan menggunakan waktu luang mereka untuk berbagai tugas produktif yang berorientasi pada masa depan mereka sebagai anggota masyarakat dan bernegara yang bermanfaat, namun kehidupan perguruan tinggi telah mengubah dan mempengaruhi gaya hidup mahasiswa, sehingga mengalami perubahan kehidupan social yang tinggi dan mempertahankan kebiasaan konsumsi mereka (Maulana Ali Musthofa 2023). Perubahan gaya hidup mahasiswa menjadi cepat berubah dan lebih rumit. Ini jelas dalam cara mereka menggunakan barang-barang atau dalam pakaian yang mereka kenakan, agar selalu terlihat kekinian.

Rumusan Masalah

1. Apa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di kalangan Gen Z, khususnya kalangan mahasiswa Universitas di Makassar?
2. Bagaimana peran media sosial, iklan, dan lingkungan sosial dalam mendorong perilaku konsumtif mahasiswa?
3. Apa dampak dari perilaku konsumtif terhadap kondisi keuangan dan gaya hidup mahasiswa?

Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Gen Z di Makassar.
2. Untuk menganalisis pengaruh media sosial, iklan, dan lingkungan pertemanan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa.
3. Untuk mengkaji dampak perilaku konsumtif terhadap kondisi keuangan dan keseharian mahasiswa.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoretis:
 - a. Memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori tentang perilaku konsumtif pada generasi muda, khususnya Generasi Z di era digital.
 - b. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengangkat tema serupa.
2. Manfaat Praktis:
 - a. Bagi mahasiswa: Sebagai bahan refleksi dan edukasi dalam mengatur keuangan serta menyadari dampak dari gaya hidup konsumtif.
 - b. Bagi lembaga pendidikan: Sebagai dasar pertimbangan untuk mengembangkan program literasi keuangan di kalangan mahasiswa.
 - c. Bagi pembuat kebijakan dan pelaku bisnis: Menyediakan data dan informasi mengenai pola konsumsi generasi muda yang dapat dimanfaatkan untuk kebijakan ekonomi atau strategi pemasaran yang lebih etis.

LITERATURE REVIEW

Menurut Kamus Besar Indonesia perilaku dapat diartikan sebagai respons individu atau respons terhadap stimulus atau lingkungan. Perilaku konsumtif adalah fenomena yang memiliki banyak terjadi saat ini. Misalnya, kebiasaan dan gaya hidup saat ini berubah dengan cepat dalam waktu yang relatif singkat, terhubung sekarang penampilan yang dapat mempromosikan perilaku konsumtif. Pada prinsipnya, perilaku konsumtif ini tidak membantu memenuhi kebutuhan, tetapi

harus membayar biaya yang lebih tinggi untuk memenuhi kebutuhan yang bukan menjadi kebutuhan prioritas (Lestarina et al., 2017).

Pelaku dari perilaku konsumtif biasanya berbelanja karena melihat barang bagus yang dimiliki oleh orang lain dan mudah tertarik ketika ditawarkan barang yang bagus. Selain itu pelaku dari perilaku konsumtif sering berbelanja tanpa direncanakan sebelumnya karena keinginannya untuk berbelanja biasanya muncul ketika melihat suatu barang yang bagus, lucu dan menarik sehingga dia membeli barang tersebut. Pelaku dari perilaku konsumtif juga tidak mampu mengelola hasrat dan godaan untuk belanja. Hal ini disebabkan pelaku dari perilaku konsumtif cenderung tidak bisa mengontrol dirinya karena ketidakmampuannya dalam memajemen diri dengan baik (Mujahidah, 2020)

Pengelolaan keuangan didefinisikan sebagai proses sistematis untuk mengalokasikan sumber daya finansial melalui perencanaan, penganggaran, dan pemantauan berkala. Dalam konteks mahasiswa, keterampilan ini mencakup kemampuan mengatur uang saku, menghindari utang konsumtif, dan membangun dana darurat. Teori *Mental Accounting* (Mafo et al., 2024) menjelaskan bagaimana individu cenderung mengkategorikan dana berdasarkan tujuan spesifik, suatu fenomena yang teramati pada 68% partisipan dalam studi (Prisnadena et al., 2025).

Pengelolaan keuangan seseorang sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, terutama melalui interaksi dengan keluarga, teman sebaya, dan media sosial (Yanto et al., 2021). Pengaruh sosial dapat memperkuat atau bahkan mengubah perilaku keuangan seseorang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan sosial yang erat dan penuh kepercayaan, seperti persahabatan jangka panjang, lebih berpengaruh dalam keputusan keuangan dibandingkan hubungan yang lemah. Hal ini terjadi karena ikatan emosional dan pemahaman mendalam antarindividu menciptakan ruang untuk berbagi pengalaman, saran, dan dukungan finansial yang lebih jujur dan relevan. Sebagai contoh, teman dekat atau keluarga cenderung memberikan rekomendasi investasi atau pengelolaan uang berdasarkan pengetahuan akan kebutuhan dan risiko yang sesuai dengan profil seseorang. Selain itu, hubungan yang kuat juga mengurangi kecenderungan untuk terpengaruh oleh impuls atau tren sesaat, karena pertimbangan kolektif yang lebih matang sering kali muncul dari diskusi dengan orang-orang terpercaya. Namun, penting untuk tetap kritis dan tidak sepenuhnya bergantung pada jaringan sosial, karena keputusan keuangan yang baik tetap memerlukan analisis objektif dan pemahaman literasi finansial yang memadai (Olajide et al., 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian (Field Research). Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur hubungan antar variabel secara numerik dan melakukan pengujian hipotesis berdasarkan data yang diperoleh dari responden. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data yang diambil langsung oleh responden, yaitu mahasiswa Gen Z di seluruh universitas di Makassar.

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi itu (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, artinya setiap individu digunakan sebagai sampel dipilih dengan sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu, pertimbangan tersebut antara lain karakteristik dari responden itu sendiri.

Karakteristik yang diterapkan pada penelitian ini untuk memilih sampel dalam penelitian kali ini adalah responden pada mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan dikalangan Gen Z.

Analisis data dilakukan dalam dua tahap, yaitu analisis statistik deskriptif untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data sehingga dapat disajikan (Ghozali 2016). dan analisis inferensial menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan bantuan software LISREL 8.5 untuk menilai validitas konstruk, kecocokan model (fit indices), dan estimasi hubungan kausal antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif dan literasi keuangan mahasiswa Gen Z di Universitas di Makassar dengan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) menggunakan LISREL.

1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	SLF	Keterangan
KK	X1	0.72	Valid
	X2	0.30	
	X3	0.67	
	X4	0.33	
	X5	0.52	
	X6	0.55	
PS	X7	0.46	Valid
	X8	0.57	
	X9	0.66	
PK	Y1	0.61	Valid
	Y2	0.77	
	Y3	0.66	
	Y4	0.44	

Semua indikator untuk konstruk Kebiasaan Konsumsi (KK), Pengaruh Sosial (PS), dan Pengelolaan Keuangan (PK). Hasil Pengelolaan data Lisrel menunjukkan bahwa semua indikator ini dianggap valid secara konvergen.

2. Analisis Model Persamaan Struktural (SEM)

Schumacker & Whitettaker (2022), menyebutkan bahwa kekhasan SEM terletak pada adanya beberapa hal yang spesifik diantaranya : variabel yang teramati dan tidak teramati; pengaruh langsung, tidak langsung dan pengaruh total; adanya 4 kondisi yang menyangkut hubungan kasualitas: 1) urutan temporal dalam hubungan variabel, 2) kovariansi dan korelasi yang ada di hubungan antar variabel, 3) penyebab – penyebab lain yang dikontrol secara statistik dan dengan menggunakan rancangan riset, 4) variabel bebas (X) yang dimanipulasi sehingga

menyebabkan perubahan nilai paa variabel tergantung (Y). Itulah sebabnya indeks kecocokan model dalam SEM menjadi kompleks.

Nilai Acuan Indeks Kecocokan Model

Chi-Square (CMIN) : CMIN adalah singkatan dari nilai Chi-square untuk membandingkan apakah variabel yang diobservasi dengan model empiris signifikan secara statistik. Dengan kata lain, CMIN menunjukkan apakah data sampel dan model hipotetis dapat diterima dalam analisis.

```

Goodness of Fit Statistics
Degrees of Freedom = 62
Minimum Fit Function Chi-Square = 152.4079 (P = 0.00)
Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 139.9643 (P = 0.0000)
Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 77.9643
90 Percent Confidence Interval for NCP = (47.4217 ; 116.2347)

Minimum Fit Function Value = 0.7292
Population Discrepancy Function Value (FO) = 0.3730
90 Percent Confidence Interval for FO = (0.2269 ; 0.5561)
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.07757
90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.06049 ; 0.09471)
P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.005080

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.9472
90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.8011 ; 1.1303)
ECVI for Saturated Model = 0.8708
ECVI for Independence Model = 3.1021

Chi-Square for Independence Model with 78 Degrees of Freedom = 622.3315
Independence AIC = 648.3315
Model AIC = 197.9643
Saturated AIC = 182.0000
Independence CAIC = 704.8439
Model CAIC = 324.0305
Saturated CAIC = 577.5868

Normed Fit Index (NFI) = 0.7551
Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.7910
Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.6002
Comparative Fit Index (CFI) = 0.8339
Incremental Fit Index (IFI) = 0.8387
Relative Fit Index (RFI) = 0.6919

Critical N (CN) = 125.5196

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.06352
Standardized RMR = 0.06352
Goodness of Fit Index (GFI) = 0.9066
Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.8629
Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.6177
    
```

Tabel 2. Indeks Goodness Of Fit pada Full

Goodness of Fit Measure	Value	Cut-off Value	Keterangan
Chi-Square (X ²)	139.9643		
Degrees of Freedom (df)	62		
P-value	0.0000	> 0.05	Tidak Fit
RMSEA	0.078	< 0.08 (Marginal Fit)	Marginal Fit
CFI	0.8339	> 0.90	Kurang Fit
GFI	0.9066	> 0.90	Fit
AGFI	0.8629	> 0.90	Kurang Fit
TLI (NNFI)	0.7910	> 0.90	Kurang Fit
SRMR	0.06352	< 0.08	Fit

Berdasarkan hasil analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), model pengukuran yang diuji menunjukkan beberapa indikator kesesuaian (goodness of fit) yang beragam. Nilai Chi-Square (X² = 139.96; df = 62; p = 0.000) signifikan secara statistik, mengidentifikasi bahwa bahwa model tidak sepenuhnya sesuai dengan data empiris. Namun, karena uji Chi-Square sangat sensitif terhadap ukuran sampel, evaluasi dilengkapi dengan indeks fit lainnya untuk penilaian yang lebih komprehensif.

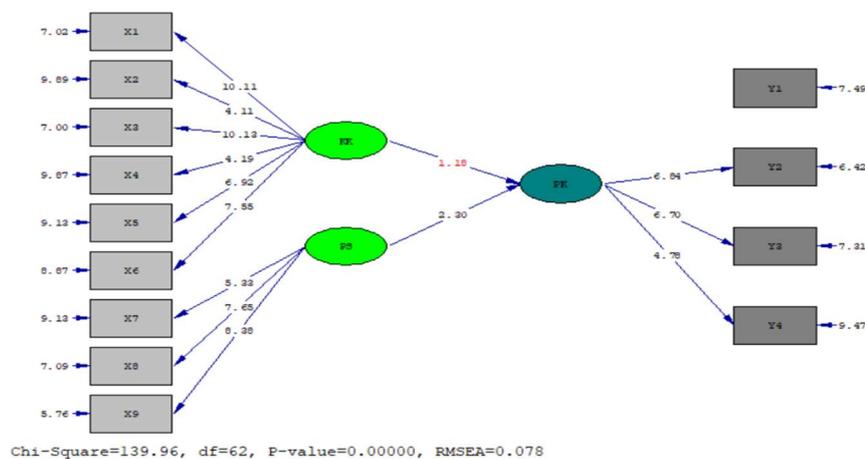
Nilai RMSEA (0.078) berada pada ambang batas toleransi (Browne & Cudeck, 1993), di mana nilai < 0.08 dianggap sebagai *marginal fit*. Interval kepercayaan 90% untuk RMSEA (0.060

– 0.095) mencakup nilai di atas 0.05, sehingga model belum mencapai tingkat kesesuaian yang sangat baik. Selain itu, CFI (0.834) dan TLI/NNFI (0.791) masih di bawah rekomendasi > 0.90 (Hu & Bentler, 1999), menunjukkan bahwa model memerlukan perbaikan untuk meningkatkan kesesuaiannya.

Di sisi lain, GFI (0.907) dan SRMR (0.064) memenuhi kriteria cut-off (GFI > 0.90; SRMR < 0.08), mengindikasikan bahwa model masih dapat diterima meskipun belum optimal. AGFI (0.863) yang sedikit di bawah 0.90 juga mendukung perlunya penyempurnaan spesifikasi model, seperti menambahkan *error covariance* atau merevisi indikator yang memiliki loading faktor rendah.

UJI HIPOTESIS

Langkah selanjutnya adalah menentukan koefisien jalur untuk pengaruh total dan pengaruh tidak langsung, untuk Full Path Diagram SEM Standardized Solution pada gambar 1 sebagai berikut.



Gambar 1. Hasil Pengujian Hipotesis Model

Gambar di atas menunjukkan hasil pengujian hipotesis pada hubungan pengaruh langsung antar variabel laten. Nilai pada tanda panah menunjukkan P value dari hubungan variabel laten yang berkaitan. Berdasarkan gambar, diketahui bahwa hubungan antara Kebiasaan Konsumsi (KK) dan Pengelolaan Keuangan (PK) memiliki P value sebesar 1,18. Sementara hubungan antara Pengaruh Sosial (PS) dan Pengeloaan Keuangan (PK) memiliki P value sebesar 2.30.

Tabel 3. Hasil pengujian Hipotesis Penelitian

No	Hipotesis	t_{hitung}	Keputusan
1.	Kebiasaan konsumtif berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan	0.09	Ditolak
2.	Pengaruh Sosial berpengaruh terhadap pengelolaan Pengelolaan Keuangan	0.38	Diterima

Hasil analisis hubungan antar variabel menunjukkan bahwa kebiasaan konsumtif tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan, dengan nilai koefisien sebesar 0,09, yang berada jauh di bawah ambang batas signifikansi. Ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa Gen Z menunjukkan kecenderungan konsumtif seperti membeli barang karena

keinginan, mengikuti tren, atau terpengaruh media sosial, hal tersebut tidak secara langsung memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari.

Dalam jurnal dijelaskan bahwa *“meskipun mahasiswa memiliki kebiasaan konsumtif, pengaruhnya terhadap pengelolaan keuangan tidak sebesar pengaruh sosial”*. Temuan ini diperkuat oleh pendapat Mowen dan Minor (2002) yang menyatakan bahwa *“perilaku konsumtif bersifat situasional dan emosional, sehingga tidak selalu berkorelasi dengan pengambilan keputusan keuangan yang rasional dan terencana.”*

Selain itu, indikator dari variabel kebiasaan konsumtif juga menunjukkan nilai loading factor yang rendah, seperti membeli barang mahal dan bermerek (0,30) dan membeli barang secara online (0,33), yang memperkuat kesimpulan bahwa aspek-aspek tertentu dari perilaku konsumtif kurang mampu membentuk konstruk variabel secara utuh.

Sebaliknya, variabel pengaruh sosial menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa dengan nilai koefisien sebesar 0,38, yang berarti hubungan tersebut diterima. Mahasiswa lebih cenderung mengatur dan mengalokasikan keuangannya berdasarkan tekanan sosial, pengaruh teman sebaya, atau ekspektasi yang berkembang di lingkungan kampus. Penelitian ini menegaskan bahwa *“semakin kuat pengaruh sosial maka semakin baik pula kecenderungan mahasiswa dalam mengelola keuangannya”*.

Temuan ini sejalan dengan Social Influence Theory yang dikemukakan oleh Kelman (1958), yang menjelaskan bahwa *“individu mengubah sikap dan perilaku mereka sebagai hasil dari pengaruh sosial, baik dalam bentuk kepatuhan, identifikasi, maupun internalisasi.”* Indikator pengaruh sosial seperti dorongan untuk meningkatkan status sosial (loading factor 0,66) semakin memperkuat validitas pengaruh ini terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

Oleh karena itu, pendekatan yang berbasis sosial dinilai lebih efektif dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat di kalangan mahasiswa. Peneliti menyarankan adanya intervensi edukatif yang dilakukan melalui komunitas mahasiswa, pemanfaatan influencer kampus, serta integrasi media digital untuk membentuk norma keuangan yang positif. Hal ini sejalan dengan pendapat Bandura (1986) dalam teori pembelajaran sosialnya, bahwa *“perilaku manusia banyak dipelajari melalui observasi terhadap orang lain dalam lingkungan sosial.”* Dengan demikian, strategi intervensi berbasis pengaruh sosial menjadi pilihan yang lebih relevan dan berpotensi menghasilkan dampak yang lebih kuat dalam meningkatkan literasi dan manajemen keuangan mahasiswa Gen Z.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. **Pengaruh Sosial (PS)** memiliki dampak signifikan ($*\beta = 0.38, p < 0.05*$) terhadap Pengelolaan Keuangan (PK) mahasiswa Gen Z di Makassar, sesuai dengan *Social Influence Theory*. Teman sebaya, media sosial, dan norma lingkungan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan.
2. **Kebiasaan Konsumtif (KK)** tidak berpengaruh signifikan ($*\beta = 0.09, p > 0.05*$) terhadap PK, menunjukkan bahwa impuls belanja atau gaya hidup konsumtif tidak secara langsung merusak kemampuan manajemen keuangan.
3. **Literasi Keuangan** mahasiswa Gen Z lebih dipengaruhi oleh ekosistem sosial (seperti komunitas dan media digital) daripada kebiasaan belanja individual. Indikator terkuat PK adalah perencanaan anggaran, sedangkan pengendalian utang masih lemah.

Saran

1. **Bagi Mahasiswa dan Universitas**
 - a. **Edukasi Keuangan Berbasis Komunitas:** Mengembangkan program literasi keuangan melalui organisasi kampus atau *peer group* untuk memanfaatkan pengaruh sosial positif.
 - b. **Pelatihan *Mental Accounting*:** Melatih mahasiswa mengkategorikan dana berdasarkan prioritas (misalnya, tabungan, kebutuhan darurat) untuk mengurangi belanja impulsif.
2. **Bagi Pembuat Kebijakan**
 - a. **Integrasi Kurikulum Keuangan Digital:** Memasukkan modul literasi keuangan berbasis digital dalam kurikulum perguruan tinggi, termasuk dampak media sosial pada konsumerisme.
 - b. **Kolaborasi dengan Fintech:** Membangun kemitraan dengan platform keuangan digital untuk menyediakan tools manajemen keuangan yang ramah mahasiswa.
3. **Bagi Penelitian Selanjutnya**
 - a. **Memperluas Sampel dan Variabel:** Menambahkan variabel seperti financial anxiety atau pengaruh keluarga untuk analisis lebih komprehensif.
 - b. **Metode Kualitatif:** Melengkapi data kuantitatif dengan wawancara mendalam untuk memahami konteks sosial yang tidak terukur.
4. **Bagi Pelaku Bisnis**
 - a. **Pemasaran Etis:** Menghindari strategi pemasaran yang mengeksploitasi kerentanan konsumtif Gen Z, seperti diskon berlebihan atau iklan manipulatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, N., & Rusdarti, R. (2017). Pengaruh lingkungan keluarga, teman sebaya, pengendalian diri dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4).
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2). <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Mafo, S., Prasasti, N. D., & Abella, P. (2024). Implikasi *mental accounting*, *prospect theory*, *framing* dan *overconfidence* terhadap pengambilan keputusan investasi bagi. *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(4), 862–872.
- Mujahidah, A. N. (2020). *Analisis perilaku konsumtif dan penanganan* (Studi kasus pada satu peserta didik di SMK Negeri 8 Makassar). 1–18.
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat perilaku konsumtif Generasi Z pada mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27.
- Narimawati, U., & Sarwono, J. (2022). Kajian tentang indeks kecocokan model dalam pemodelan persamaan struktural berbasis kovarian dalam LISREL dan AMOS serta berbasis partial least square dalam PLS SEM. *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 20(2), 85–94.
- Olajide, O., Pandey, S., & Pandey, I. (2024). Social media for investment advice and financial satisfaction: Does generation matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 17(9), 410. <https://doi.org/10.3390/jrfm17090410>

- Prisnadela, P., Prasaja, M. G., & Utomo, A. S. (2025). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan jenis kelamin terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo). *Volatilitas Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2).
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N., & Baroroh, N. (2021). The roles of peers and social media in building financial literacy among the millennial generation: A case of Indonesian economics and business students. *Cogent Social Sciences*, 7. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1947579>