

ANALISIS PENGARUH HEDONISME, TINGKAT PENDAPATAN DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GEN Z DI KOTA BATAM

Glaedisya

Universitas Putera Batam, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia

ARTICLE INFO

Keywords:

Hedonisme, Tingkat Pendapatan, Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Generasi Z.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana hedonisme, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan perempuan Generasi Z yang berdomisili di Kota Batam. Latar belakang penelitian ini berangkat dari realitas sosial ekonomi yang menunjukkan bahwa banyak perempuan muda menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan akibat gaya hidup konsumtif, keterbatasan pendapatan, serta rendahnya pemahaman terhadap konsep keuangan. Studi ini menerapkan metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden perempuan Generasi Z yang berstatus sebagai mahasiswa maupun karyawan sektor swasta di Batam. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonisme memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku keuangan, menandakan bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin buruk perilakunya. Sebaliknya, pendapatan dan literasi keuangan berpengaruh positif secara signifikan, yang menunjukkan bahwa peningkatan penghasilan dan pemahaman finansial dapat memperbaiki perilaku keuangan individu. Secara bersamaan, ketiga variabel tersebut terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Hasil temuan penelitian ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan kemampuan dalam mengelola pendapatan memegang peranan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bijak dan berkelanjutan.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Corresponding Author:

Glaedisya
Universitas Putera Batam, Batam, Kepulauan Riau, Indonesia.
Email: glaedisya@gmail.com

PENDAHULUAN

Dewasa ini, permasalahan keuangan menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan seseorang. Terdapat kecemasan masyarakat terhadap masa depan terkait dengan kurangnya pemahaman persepsi keuangan dalam perencanaan, pengetahuan keuangan dan pembiayaan pribadi (Alqurnia et al., 2023). Hal yang memotivasi tabungan individu dan pilihan investasi individu telah menarik perhatian para pakar keuangan dan pelaku pasar. Ilmu sosial telah banyak menekankan pada pemahaman nilai-nilai keuangan dan bagaimana setiap orang memahami sistem nilai mereka sendiri. Nilai-nilai digunakan untuk menggambarkan masyarakat dan orang-orang, serta untuk menuntun kekuatan pendorong di balik sikap dan perilaku (Brilianti & Lutfi, 2020). Perilaku keuangan merupakan komponen penting dalam kehidupan sehari-hari setiap orang. Tentu saja, setiap orang harus memiliki

nilai-nilai, pengetahuan dan keterampilan finansial yang memadai agar dapat membuat keputusan finansial yang tepat baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, seperti melakukan transaksi finansial, meminjam, menabung, berinvestasi, dan merencanakan masa depan (Neni Nurlelasari, 2022). Perilaku keuangan merupakan suatu pandangan terhadap uang yang ditunjukkan dengan kemampuan dalam mengendalikan pengeluaran keuangan, menyusun rencana keuangan, anggaran keuangan untuk mewujudkan keputusan keuangan yang tepat. Perilaku keuangan dapat memainkan peran penting dalam memengaruhi kesejahteraan individu (Putri et al., 2023). Upaya untuk memahami apa yang mendorong perilaku keuangan sangat penting – terutama mengingat munculnya krisis finansial dan fenomena ekonomi yang umumnya berdampak negatif pada kesejahteraan individu di seluruh kesenjangan sosial (Mishkin, 2020).

Di era digital saat ini, kemajuan teknologi telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan termasuk ekonomi keuangan. Salah satu perkembangan yang paling berdampak adalah meluasnya penggunaan internet. Lingkungan daring dapat berkontribusi pada pembelian impulsif karena individu dalam hal ini pelanggan memiliki akses ke berbagai macam produk atau jasa yang berpotensi sesuai dengan keadaan emosional mereka saat mereka sedang menjelajah (Sylvia et al., 2023). Pembelian impulsif merujuk pada suatu paham yang disebut dengan istilah *'hedonisme'*. Hedonisme adalah aktivitas pembelanjaan atau mengeluarkan uang secara berlebihan bukan karena mereka ingin membeli produk atau menggunakan jasa tertentu, tetapi untuk memenuhi kepuasan diri, gaya hidup, atau status sosial (Caruana et al., 2020). Nilai seperti hedonisme tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap perilaku keuangan seseorang. Jika hedonisme didasarkan pada nilai dan keinginan, di sisi lain pola pikir akan keterbatasan finansial yang dimiliki juga menjadi tolak ukur dalam menentukan keputusan (Sholihah & Isbanah, 2022). Hidayati (Hidayati et al., 2021) menemukan bahwa orang-orang dari tingkat pendapatan rendah dan tinggi menilai atau tidak menilai situasi keuangan subjektif mereka. Penilaian menimbulkan perilaku pengabaian dan penyempitan perhatian pada situasi tertentu yang relevan. Misalnya, seseorang yang kesulitan membayar belanjaan minggu ini memiliki fokus yang sempit pada kunjungan berikutnya ke toko dan akan mengabaikan sewa bulan depan untuk sementara waktu (Suyadi et al., 2023). Tekanan finansial yang berkaitan dengan status sosial dan persepsi tingkat pendapatan yang lebih rendah dapat berdampak negative pada pola perilaku dan sosial. Apalagi ketimpangan ekonomi dan kesenjangan pendapatan di Indonesia saat ini terus meningkat disebabkan oleh berbagai faktor mulai dari pendidikan, gaya hidup, kualitas sumber daya manusia, kelompok ras, dan sebagainya (Yuardi Aprilian et al., 2023). Dalam masyarakat konsumerisme modern, hidup dalam kemiskinan memiliki stigma negative. Ini berarti harus bekerja beberapa kali pekerjaan untuk melunasi hutang yang berlebihan. Nguyen (Nguyen, 2023) menyiratkan pandangan jangka pendek dan penipisan sumber daya kognitif akibat dari tingkat pendapatan ini dapat mendorong perilaku impulsif yang tidak sehat. Perasaan tidak kompeten, keraguan diri, dan ketidakmampuan pribadi merupakan sumber perilaku kompulsif (misalnya pembelian kronis dan berulang).

Bertolak dari hedonisme dan tingkat pendapatan, mengikuti tren yang mendorong orang untuk meningkatkan perilaku keuangan mereka, para peneliti menemukan bahwa literasi keuangan memainkan peran mendasar dalam memungkinkan keputusan yang bertanggung jawab dan kesejahteraan finansial. Menurut Jumpstart Coalition for Personal Financial Literacy (Çera et al., 2021), literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai “kemampuan untuk menggunakan pengetahuan dan keterampilan untuk mengelola sumber daya keuangan secara efektif untuk mencapai keamanan keuangan seumur hidup” (Morris et al., 2022). Namun, (Tambun et al., 2022) berpendapat bahwa literasi keuangan “bukan hanya pengetahuan dan pemahaman tentang konsep keuangan, tetapi juga mencakup keterampilan,

motivasi, dan kepercayaan diri untuk menerapkan pengetahuan tersebut guna membuat keputusan yang efektif (Djou & Lukiastuti, 2021). Studi oleh (Iramani & Lutfi, 2021) memproyeksikan bahwa literasi keuangan menimbulkan keyakinan perilaku seseorang yang memfasilitasi transformasi perilaku melalui sikap positif, yaitu toleransi risiko keuangan. Literasi keuangan memainkan peran penting dalam membantu individu memperoleh wawasan tentang sistem keuangan sehingga membekali mereka dengan informasi yang cukup untuk membuat penilaian yang tepat mengenai keuangan mereka (Widyastuti et al., 2020). Dalam hal ini, literasi keuangan dapat mengurangi kerentanan individu terhadap pilihan investasi yang buruk mengenai sumber daya keuangan yang diperoleh dengan susah payah, terutama di dunia skema *Ponzi* yang tidak ada habisnya atau dikenal sebagai skema cepat kaya (Banthia & Dey, 2022). Meskipun literasi keuangan diasumsikan dapat mendorong perilaku keuangan yang diinginkan dan meningkatkan kesejahteraan finansial, banyak individu tampaknya tidak memiliki literasi keuangan yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang tepat dan hemat biaya (Sholihah & Isbanah, 2023). Para peneliti telah menemukan bahwa buta literasi keuangan merupakan fenomena internasional yang tersebar luas, yang sering kali ditandai dengan perilaku keuangan yang buruk seperti tingkat tabungan pribadi yang rendah atau negatif, gagal berinvestasi dengan bijak, dan kehabisan uang – dan kesalahan langkah ini dapat menyebabkan kesalahan keuangan yang serius dan sering kali tidak dapat diubah (Sampoerno & Haryono, 2021). Walaupun temuan penelitian sebelumnya hampir bulat menyatakan kurangnya literasi keuangan di kalangan penduduk global dan perlunya perbaikan perilaku keuangan, penyebab buta literasi keuangan dan strategi intervensi yang dibutuhkan untuk mengatasinya masih kurang jelas.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif kausal yang bertujuan untuk menemukan hubungan sebab dan akibat antara variabel yang independen, yaitu hedonisme, pendapatan, dan pemahaman mengenai keuangan, terhadap variabel dependen yang berupa perilaku finansial. Data dikumpulkan dengan membagikan kuesioner ber-skala Likert kepada 100 wanita Generasi Z yang bekerja di sektor swasta di Batam. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden mencakup wanita berusia antara 18 hingga 27 tahun dan tinggal di kawasan Batam.

RESULTS AND DISCUSSION

Identitas Responden

Berdasarkan data yang diperoleh, responden dalam penelitian ini memiliki variasi tahun kelahiran yang mencerminkan rentang usia Generasi Z. Sebagian besar responden lahir pada rentang tahun 2000 hingga 2005, yaitu sebanyak 88 orang (88,0%) yang terdiri dari 44 orang (44,0%) lahir pada tahun 2000–2002 dan 44 orang (44,0%) lainnya lahir pada tahun 2003–2005. Sementara itu, terdapat 9 orang (9,0%) yang lahir pada tahun 1997–1999, 2 orang (2,0%) yang lahir pada tahun 2006 ke atas, dan 1 orang (1,0%) yang termasuk dalam kategori lainnya di luar kelompok tahun tersebut. Distribusi ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia produktif awal dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang menjadi fokus penelitian ini.

Hasil Analisis Data

Setelah proses penyebaran kuesioner, diperoleh data dari 100 responden perempuan. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan perangkat lunak

SPSS versi 29. Adapun hasil analisis data disajikan sebagai berikut:

Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen dinyatakan valid apabila setiap indikator dalam kuesioner memiliki nilai korelasi (Pearson Correlation) yang signifikan terhadap total skor konstruknya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Data

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1.13	Y
Y1.1 Pearson Correlation	1	.688*	.481*	.443*	.398*	.311*	.526*	.389*	.314*	.294*	.371*	.379*	.389*	.316*
N	100	<.001	<.001	<.001	.808	.876	<.001	<.001	<.001	.801	.890	<.001	<.001	<.001
Y1.2 Pearson Correlation	.688*	1	.581*	.414*	.398*	.411*	.431*	.384*	.319*	.316*	.385*	.382*	.383*	.383*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.382	<.001	<.001	<.001	.888	<.001	<.001	<.001
Y1.3 Pearson Correlation	.481*	.581*	1	.788*	.414*	.473*	.384*	.531*	.348*	.334*	.451*	.483*	.443*	.483*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Y1.4 Pearson Correlation	.443*	.414*	.788*	1	.491*	.413*	.441*	.533*	.358*	.439*	.419*	.411*	.416*	.416*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Y1.5 Pearson Correlation	.398*	.398*	.414*	.491*	1	.316*	.389*	.384*	.314*	.319*	.343*	.318*	.362*	.368*
N	.808	.876	<.001	<.001	<.001	.819	<.001	.004	<.001	.808	.833	.311*	<.001	<.001
Y1.6 Pearson Correlation	.311*	.431*	.473*	.413*	.316*	1	.311*	.483*	.398*	.413*	.386*	.374*	.376*	.388*
N	.876	<.001	<.001	<.001	.819	.801	<.001	.004	<.001	.804	.311*	<.001	<.001	<.001
Y1.7 Pearson Correlation	.526*	.431*	.384*	.443*	.398*	.311*	1	.381*	.362*	.398*	.326*	.416*	.489*	.478*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.801	<.001	<.001	.801	.801	<.001	<.001	<.001	<.001
Y1.8 Pearson Correlation	.389*	.384*	.531*	.358*	.384*	.483*	.381*	1	.418*	.314*	.241*	.371*	.318*	.388*
N	<.001	.801	<.001	<.001	.804	.801	<.001	<.001	<.001	.804	<.001	<.001	<.001	<.001
Y1.9 Pearson Correlation	.314*	.319*	.348*	.343*	.316*	.381*	.362*	.418*	1	.421*	.343*	.411*	.443*	.416*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.801	.801	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Y1.10 Pearson Correlation	.294*	.316*	.334*	.318*	.316*	.413*	.386*	.314*	.319*	1	.381*	.341*	.311*	.444*
N	.801	<.001	<.001	<.001	.808	<.001	.807	<.001	<.001	<.001	.801	.382	<.001	<.001
Y1.11 Pearson Correlation	.294*	.413*	.443*	.318*	.398*	.386*	.301*	.243*	.343*	.301*	1	.273*	.361*	.416*
N	.808	<.001	<.001	<.001	.803	.804	.801	.004	<.001	.802	.388	<.001	<.001	<.001
Y1.12 Pearson Correlation	.379*	.385*	.383*	.411*	.334*	.314*	.413*	.371*	.413*	.394*	.373*	1	.388*	.416*
N	<.001	.808	<.001	<.001	.801	.811	.801	<.001	<.001	.803	.806	<.001	<.001	<.001
Y1.13 Pearson Correlation	.383*	.382*	.443*	.414*	.362*	.376*	.489*	.318*	.443*	.377*	.331*	.446*	1	.478*
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
Y Pearson Correlation	.876*	.441*	.489*	.413*	.416*	.446*	.476*	.489*	.478*	.444*	.376*	.489*	.436*	1
N	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001

Pada Tabel 1. memproyeksikan variabel perilaku keuangan (Y) sebagai variabel independen, semua indikator Y1.1 sampai Y1.13 memiliki nilai Pearson Correlation yang signifikan terhadap skor total Y. Nilai korelasi berkisar antara 0,500 hingga 0,875, dan nilai signifikansi < 0,001, yang menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel ini valid.

Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengukur konsistensi hasil yang diberikan oleh instrumen apabila digunakan dalam pengukuran berulang. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha, di mana nilai lebih dari 0,70 dianggap menunjukkan tingkat reliabilitas yang memadai, sedangkan nilai yang melebihi 0,90 dikategorikan sebagai sangat reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	13

Variabel Perilaku Keuangan (Y) yang terdiri dari 13 item memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899, yang juga menunjukkan kategori sangat reliabel.

Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dalam analisis regresi linier klasik (Usmadi, 2020, hal. 8).

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		4.86266964
Most Extreme Differences	Absolute		.088
	Positive		.088
	Negative		-.056
Test Statistic			.088
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.056
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.		.058
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.052
		Upper Bound	.064
a. Test distribution is Normal. b. Calculated from data. c. Lilliefors Significance Correction. d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sesuai dengan hasil yang terlihat di **Tabel 3**, nilai signifikansi (Asymp. Sig. (2-tailed)) untuk pengujian *Kolmogorov-Smirnov* tercatat di angka 0,056, yang melampaui batas signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa residual dalam model mengikuti distribusi normal. Temuan ini didukung oleh nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* yang tercatat 0,058, yang juga lebih tinggi daripada ambang batas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas, sehingga model regresi yang digunakan dianggap sesuai untuk analisis selanjutnya.

Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam studi ini bertujuan untuk menentukan dampak variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara terpisah melalui uji t maupun secara bersamaan melalui uji F. Variabel bebas yang diteliti terdiri dari hedonisme (X1), pendapatan (X2), dan literasi keuangan (X3), dengan perilaku keuangan (Y) sebagai variabel terikat.

1. Uji t (Uji Parsial)

Untuk mengetahui pengaruh secara parsial masing-masing variable digunakan uji t. Berikut ini hasil ujinya:

Tabel 4. Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.916	3.479		4.287	<.001
	X1	-.322	.067	-.301	-4.817	<.001
	X2	1.047	.115	.622	9.108	<.001
	X3	.426	.089	.329	4.794	<.001

a. Dependent Variable: Y

Hasil yang terdapat pada tabel *Coefficients* menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memberikan dampak yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). Ini terlihat dari angka signifikansi ketiga variabel, yaitu X1 (hedonisme), X2 (tingkat pendapatan), dan X3 (literasi keuangan), yang semuanya berada di bawah 0,001. Selengkapnya, variabel X1 menunjukkan *Coefficients* regresi sebesar -0,322 dengan nilai t yang mencapai -4,817, yang menunjukkan ada pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Variabel X2 mencatat *Coefficients* regresi sebesar 1,047 dan nilai t sebesar 9,108, yang menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Sementara itu, variabel X3 memiliki *Coefficients* regresi sebesar 0,426 dengan nilai t 4,794, yang juga merepresentasikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji ini mengukur pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel independen.

Tabel 5. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4247.930	3	1415.977	58.069	<.001 ^b
	Residual	2340.910	96	24.384		
	Total	6588.840	99			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Signifikansi dari model regresi secara keseluruhan dapat dilihat dalam hasil yang terdapat pada tabel ANOVA, di mana angka signifikansi (Sig.) tercatat < 0,001 dengan nilai F yang dihitung sebesar 58,069. Karena angka signifikansi berada di bawah batas 0,05, maka bisa disimpulkan bahwa model regresi ini signifikan secara keseluruhan. Ini mengindikasikan bahwa variabel hedonisme (X1), tingkat pendapatan (X2), dan literasi keuangan (X3) secara bersamaan mempengaruhi perilaku keuangan (Y). Oleh karena itu, baik secara individual maupun kolektif, ketiga variabel independen dalam model ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

Pengaruh Hedonisme Terhadap Perilaku Keuangan

Penelitian ini mengidentifikasi perilaku belanja sebagai pola baru yang banyak dilakukan oleh remaja. Hedonisme adalah gangguan perilaku yang ditandai dengan faktor-faktor tertentu, seperti kehilangan kontrol dan motivasi, serta dampak waktu dan keuangan secara keseluruhan. Peneliti menemukan prevalensi hedonisme yang signifikan (36%) di antara 100 responden. Sementara perempuan Gen Z yang aktif secara hedonisme merasa ia perlu memusatkan seluruh perhatiannya pada tugas yang sedang dikerjakan, namun setelah menyelesaikan tugasnya, ia dapat menikmati keberhasilannya dan menikmati pencapaiannya dengan mengejar apa yang memberi mereka kesenangan dan kepuasan ketika terlibat dalam aktivitas seperti berbelanja. Hedonisme hanya dapat terjadi akibat keputusan spontan untuk membeli suatu produk, yang tidak memikirkan keuangan hingga saat pembelian. Hasil hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa hedonisme berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan dengan koefisien regresi sebesar -0,322 dengan nilai t sebesar -4,817, yang menunjukkan pengaruh negatif dan signifikan. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat hedonisme seseorang, semakin cenderung ia memiliki perilaku keuangan yang tidak sehat. Gaya hidup yang mementingkan kesenangan sesaat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkontrol dan mengabaikan aspek perencanaan keuangan jangka panjang. Individu melakukan pembelian impulsif untuk menghilangkan perasaan negatif berupa kebosanan,

depresi, dan frustrasi. Demikian pula, bahwa individu yang umumnya lebih dipengaruhi oleh perasaan positif dan depresi cenderung membeli barang secara impulsif. Kelompok responden ini tidak dapat menggunakan kemampuan kognitif mereka untuk mengelola pembelian mereka.

Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan

Tingkat pendapatan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Yang dibuktikan dengan hasil hipotesis koefisien regresi sebesar 1,047 dengan nilai t sebesar 9,108, menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hasil temuan ini membuktikan bahwa pendapatan seseorang sangat berpengaruh terhadap bagaimana mereka mengelola keuangan. Semakin tinggi pendapatan yang dimiliki oleh responden, maka semakin baik kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Dengan pendapatan yang lebih tinggi, responden memiliki kapasitas lebih untuk menabung, menghindari utang, dan melakukan investasi. Penelitian ini mengidentifikasi saat berbelanja online, sebagian besar responden menyesuaikan pengeluaran mereka dengan pendapatan/gaji mereka. Sebanyak 68,2% mengaku tidak pernah melakukan pembelian yang melebihi uang saku atau gaji bulanan. Sedangkan responden berjumlah 26,4% mengaku pernah, namun jarang melakukan pembelian yang melebihi uang saku atau gaji bulanan, dan hanya 5,4% responden yang mengaku sering membeli produk secara langsung/ online sehingga mereka melebihi uang saku atau pendapatan bulanan mereka.

Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan

Literasi keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Berdasarkan pada uji hipotesis yang memunculkan hasil koefisien regresi sebesar 0,426 dengan nilai t sebesar 4,794, yang juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Responden yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep keuangan (seperti budgeting, investasi, dan pengelolaan utang) menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bijak. Mereka cenderung lebih terencana dalam membelanjakan uang dan memiliki prioritas keuangan yang jelas. Dijelaskan kembali bahwa literasi keuangan mengacu pada pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukan pengelolaan keuangan. Literasi keuangan yang memadai membantu seseorang menjaga kondisi keuangan yang stabil, aman, dan sejahtera dalam jangka panjang. Secara teori, individu dengan literasi keuangan yang memadai akan sulit ditipu karena mereka cenderung membelanjakan dan menggunakan uang mereka dengan hati-hati dan rasional. Cara individu, termasuk perempuan Generasi Z mengelola uang mereka mencerminkan tingkat literasi keuangan mereka. Orang-orang yang ceroboh cenderung menghabiskan semua uang mereka. Studi ini menemukan bahwa responden memiliki perilaku keuangan yang mampu, ditunjukkan dengan literasi keuangan mereka. Sebagian besar responden (94,4%) mengaku selalu menjaga pengeluaran lebih rendah dari pendapatan, sedangkan 93,8% menghindari utang sebagai cara memenuhi kebutuhan konsumtif. Meskipun capaian variabel yang ditunjukkan pada statistik signifikansi tersebut, namun belum diterapkan secara optimal terhadap variabel Y. Kondisi literasi keuangan dan edukasi keuangan terhadap perilaku keuangan sehat perempuan Gen Z masih dapat ditingkatkan.

Pengaruh Hedonisme, Tingkat Pendapatan dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan

Secara simultan, ketiga variabel independen ini memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Gen Z tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, tetapi merupakan hasil dari interaksi antara gaya hidup,

kemampuan ekonomi, dan tingkat pemahaman finansial. Oleh karena itu, upaya untuk memperbaiki perilaku keuangan harus mencakup peningkatan literasi keuangan dan pengendalian gaya hidup konsumtif, disertai dengan dorongan peningkatan kesejahteraan ekonomi. Berdasarkan temuan penelitian, hedonisme, tingkat pendapatan, dan literasi keuangan merupakan tiga variabel yang saling berkaitan dan secara simultan memengaruhi perilaku keuangan perempuan Generasi Z. Ketiganya membentuk dinamika yang kompleks dalam proses pengambilan keputusan finansial sehari-hari. Hedonisme, yang mencerminkan kecenderungan individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan instan melalui konsumsi, dapat mendorong perilaku keuangan yang kurang sehat, seperti pembelian impulsif dan gaya hidup konsumtif. Dorongan ini sering kali tidak mempertimbangkan prioritas jangka panjang atau kondisi keuangan aktual, apalagi jika tidak dibarengi dengan kesadaran dan pengendalian diri yang memadai. Namun, pengaruh hedonisme ini dapat diperkuat atau dilemahkan oleh dua faktor penting lainnya, yaitu tingkat pendapatan dan literasi keuangan. Perempuan Gen Z dengan tingkat pendapatan yang tinggi memiliki kemampuan finansial lebih besar untuk memenuhi gaya hidup hedonistik tanpa secara langsung membahayakan kondisi keuangannya dalam jangka pendek. Akan tetapi, jika tidak diiringi dengan literasi keuangan yang baik, pendapatan yang tinggi justru dapat mendorong konsumsi berlebihan dan pengambilan keputusan keuangan yang tidak bijak. Sebaliknya, perempuan dengan pendapatan rendah namun memiliki literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengendalikan dorongan konsumtif karena mereka memiliki pengetahuan dan kesadaran akan pentingnya pengelolaan keuangan, seperti menyusun anggaran, menabung, dan memprioritaskan kebutuhan dibanding keinginan. Keterkaitan antara ketiga variabel ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memegang peran sebagai faktor penyeimbang. Literasi keuangan yang baik dapat menjadi penyangga terhadap dampak negatif hedonisme dan membantu individu dari berbagai tingkat pendapatan untuk mengelola keuangan secara lebih bijaksana. Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki gaya hidup hedonistik atau pendapatan yang terbatas, pemahaman yang baik tentang keuangan dapat mengarahkan pada perilaku keuangan yang lebih rasional dan sehat. Oleh karena itu, perilaku keuangan perempuan Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor secara terpisah, tetapi oleh interaksi ketiganya secara simultan, di mana literasi keuangan menjadi kunci utama dalam menciptakan keseimbangan antara kebutuhan konsumsi, kemampuan ekonomi, dan pengelolaan finansial yang bertanggung jawab.

KESIMPULAN

Temuan dari analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hedonisme berdampak negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat hedonisme yang dimiliki seseorang, semakin besar kemungkinan mereka menunjukkan perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti berbelanja berlebihan, mengabaikan perencanaan keuangan jangka panjang, dan menempatkan pemenuhan keinginan di atas kebutuhan. Di sisi lain, pendapatan terbukti memberikan dampak positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, yang menunjukkan bahwa individu dengan penghasilan lebih tinggi cenderung memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola keuangan, termasuk menabung, menghindari utang untuk konsumsi, dan berinvestasi untuk masa depan. Selain itu, literasi keuangan juga menunjukkan dampak positif dan signifikan, yang berarti individu yang memiliki pemahaman dan keterampilan finansial yang baik cenderung dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana, terencana, dan rasional terkait keuangan. Secara keseluruhan, ketiga variabel—hedonisme, pendapatan, dan literasi keuangan—berkontribusi secara signifikan dalam mempengaruhi perilaku keuangan perempuan Generasi Z di Kota Batam. Ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan adalah

hasil dari interaksi yang kompleks antara cara hidup, situasi ekonomi individu, dan tingkat literasi yang mereka miliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Alqurnia, F., Sari, I. P., & Rizqiyani, R. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Keuangan Terhadap Perilaku Perencanaan Keuangan Mahasiswa*. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(3), 1–12.
- Banthia, A., & Dey, P. (2022). *Ponzi Schemes and Financial Literacy: The Need for Policy Interventions*. *Journal of Financial Crime*, 29(1), 101–115.
- Brilianti, K. S., & Lutfi, L. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 18(2), 123–132.
- Caruana, A., Gloaguen, P., & Guèvremont, A. (2020). *Consumer Hedonism and Financial Behavior: An Empirical Analysis*. *Journal of Consumer Marketing*, 37(3), 261–273.
- Çera, G., Belas, J., Marousek, J., & Hasanaj, P. (2021). *Financial Capability and Financial Behavior: Empirical Evidence from Eastern Europe*. *Economics and Sociology*, 14(2), 102–115.
- Djou, M., & Lukiastuti, F. (2021). *The Effect of Financial Literacy on Financial Behavior Among College Students*. *Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 45–52.
- Hidayati, A. N., Budiyananti, H., & Puspitasari, I. (2021). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pendapatan terhadap Perilaku Keuangan*. *Jurnal Manajemen*, 10(1), 30–40.
- Iramani, R., & Lutfi, L. (2021). *Financial Literacy and Financial Behavior Intention among Gen Z*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1), 24–35.
- Mishkin, F. S. (2020). *The Economics of Money, Banking, and Financial Markets* (12th ed.). Pearson Education.
- Morris, A., Järvinen, M., & Kaufman, B. (2022). *Understanding Financial Capability and Behavior in Young Adults*. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 33(2), 189–204.
- Nguyen, N. (2023). *The Impact of Income Level and Cognitive Depletion on Financial Impulsiveness*. *Journal of Economic Psychology*, 94, 102562.
- Neni Nurlelarsari. (2022). *Perilaku Keuangan Mahasiswa: Literasi Keuangan dan Gaya Hidup*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 7(1), 59–68.
- Putri, M. A., Wijaya, D., & Hartono, Y. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 22(2), 88–95.
- Sampoerno, A., & Haryono, S. (2021). *Financial Literacy and Risk Behavior in Millennial Generation*. *Journal of Behavioral Economics and Finance*, 12(3), 233–244.
- Sholihah, M., & Isbanah, Y. (2022). *Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z*. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 8(2), 144–156.
- Sholihah, M., & Isbanah, Y. (2023). *Financial Literacy Among Young Adults and Their Impact on Spending Behavior*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 50–61.
- Suyadi, S., Wibowo, M., & Oktaviani, D. (2023). *Persepsi Tingkat Pendapatan dan Kesejahteraan Keuangan*. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 20(1), 72–81.
- Sylvia, S., Santoso, B., & Gunawan, H. (2023). *Digital Environment and Impulsive Buying Behavior*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(1), 77–89.
- Tambun, M., Herlina, & Yuliana. (2022). *Financial Literacy and Its Impact on Spending and Saving Habits*. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(3), 476–488.
- Usmadi, U. (2020). *Statistika Ekonomi: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Widyastuti, D., Wijaya, A., & Gunarto, M. (2020). *Pentingnya Literasi Keuangan dalam Mengelola Keuangan Pribadi*. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(4), 589–598.
- Yuardi Aprilian, R., Hakim, A., & Pradipta, D. (2023). *Ketimpangan Pendapatan dan Dampaknya terhadap Kesejahteraan Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 21(2), 110–122.