

Pengaruh Kemudahan Layanan Bank Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kabupaten Kudus

Rudianto Saputro^{1*}, Isna Laila Fitriyani², Kharis Fadlullah Hana³

^{1,2,3}Program Studi Perbankan Syariah, UIN Sunan Kudus

*Corresponding Author: rudianto271103@gmail.com

Article History

Received: 23-09-2024

Revised: 07-10-2024

Published: 15-10-2024

ABSTRAK

Fenomena maraknya penggunaan layanan bank digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari telah memberikan dampak yang positif salah satunya kemudahan dalam bertransaksi. Menurut riset Lokadata.id, pada tahun 2024 sebesar 73% penggunaan layanan bank digital di dominasi oleh generasi Z dan milenial. Namun, maraknya penggunaan layanan bank digital oleh generasi muda ini menimbulkan kekhawatiran terhadap pola konsumsi mereka yang semakin impulsif jika tidak dibekali dengan tingkat literasi keuangan yang cukup. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan layanan bank digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan metode purposive sampling 50 responden yaitu Generasi Z (usia 15-27 tahun) di Kabupaten Kudus yang telah menggunakan layanan bank digital. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis diharapkan akan memberi informasi terkait kemudahan layanan bank digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif. Temuan dari penelitian ini akan mengindikasikan faktor-faktor seperti kemudahan akses layanan bank digital dan tingkat pemahaman keuangan terhadap pola konsumsi Generasi Z. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi aspek penting untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijak di era digital.

ABSTRACT

The phenomenon of the widespread use of digital banking services to meet daily needs has had a positive impact, one of which is the ease of transactions. According to research by Lokadata.id, in 2024, 73% of digital banking service usage will be dominated by Generation Z and millennials. However, the widespread use of digital banking services by young people raises concerns about their increasingly impulsive consumption patterns if they are not equipped with sufficient financial literacy. This study aims to analyze the influence of the ease of

Keywords:

**Fintech; Literasi Keuangan;
Perilaku Konsumtif; Generasi Z**

digital banking services and financial literacy on the consumption behavior of Generation Z in Kudus Regency. The research method used is an associative quantitative approach. Data was collected through a questionnaire distributed using purposive sampling to 50 respondents, namely Generation Z (aged 15-27 years) in Kudus Regency who have used digital banking services. The data analysis technique used is multiple linear regression to determine the influence of independent variables on the dependent variable. The analysis results are expected to provide information related to the ease of digital banking services and financial literacy on consumptive behavior. The findings from this study will indicate factors such as the ease of access to digital banking services and the level of financial understanding on the consumption patterns of Generation Z. Therefore, improving financial literacy is an important aspect in shaping wiser consumption behavior in the digital era.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi saat ini telah mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan. Dalam dunia perbankan sendiri terdapat inovasi baru yang memberikan kemudahan akses hanya dengan menggunakan smartphone dan jaringan internet yaitu bank digital. Bank digital adalah lembaga perbankan yang memberikan layanan perbankan secara elektronik, tanpa kantor fisik atau dengan kantor fisik terbatas. Hadirnya bank digital memberikan cara baru dalam bertransaksi dan sangat diminati oleh masyarakat. Keuntungan dari menggunakan bank digital antara lain masyarakat atau nasabah dapat mengakses layanan perbankan tanpa batas setiap hari selama 24 jam, biaya transfer dan admin yang lebih terjangkau, serta kemudahan dan kenyamanan dalam menggunakan layanan karena dapat mengontrol setiap transaksi finansial secara mandiri.

Kemudahan dalam penggunaan bank digital merujuk pada seberapa besar keyakinan seseorang bahwa teknologi ini akan menambah kepercayaan bahwa sistem informasi dapat digunakan dengan mudah, sehingga mendorong mereka untuk memanfaatkannya. Sebaliknya, jika individu merasa bahwa sistem informasinya sulit untuk digunakan, maka mereka cenderung tidak akan memanfaatkannya. Hal ini juga berlaku untuk mobile banking; jika sistemnya dianggap sederhana, orang akan percaya dan berpotensi menggunakannya.(Ananda and Fasa 2024).

Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 76 Tahun 2016 Bab 1 Pasal 1 ayat 6 menambahkan pengertian: Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan. Oleh Karena itu, sebagai seorang generasi z, penting untuk memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola

keuangan agar tidak menghadapi kesulitan dalam hal keuangan. Oleh sebab itu, seorang gen z perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai mengenai aspek keuangan. Pemahaman tentang keuangan sangat terkait dengan cara mengelola keuangan, di mana semakin tinggi kemampuan literasi keuangan individu, semakin mendalam pula pemahaman individu tersebut (gen z) mengenai finansial. Pengelolaan keuangan pribadi adalah salah satu penerapan dari prinsip pengelolaan keuangan pada tingkat individu.(Veriwati, Relita, and Pelipa 2021)

Menurut riset Populix bertajuk "Studi Analisis Ekosistem dan Persepsi terhadap Bank Digital di Indonesia" mayoritas pengguna bank digital di dominasi oleh kalangan generasi Z. Generasi Z, juga dikenal sebagai "gen Z", terdiri dari individu yang lahir dari tahun 1995 hingga 2012. Gen Z memilih menggunakan bank digital karena menawarkan fitur-fitur inovatif seperti pembukaan rekening online, transfer dana instan, pembayaran tagihan belanja, investasi, dan pinjaman, semuanya ada dalam satu aplikasi. Namun, di balik kemudahan layanan tersebut, terdapat pula tantangan dan risiko yang perlu untuk diperhatikan oleh generasi Z. Dengan mudahnya akses ke layanan keuangan digital tentunya jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik, dapat menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Menurut (Ritonga et al. 2021) perilaku konsumtif adalah sikap seseorang yang cenderung berlebihan dalam berbelanja suatu produk dan menggunakannya secara tidak wajar atau dengan kata lain membeli suatu produk dengan mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan. Ciri-ciri dari perilaku konsumtif dapat dengan mudah diidentifikasi pada diri seseorang, yaitu adanya perilaku pembelian yang tidak didasari oleh pertimbangan, kepuasan pembelian hanya bersifat sesaat, konsumen merasa bersalah dan menyesal setelah membeli (Harkim et al. 2023). Perilaku konsumtif ini akan menyebabkan pemborosan bagi gen Z, oleh karena itu tingkat literasi keuangan juga memiliki peran penting dalam menghindari perilaku konsumtif ini.

Faktor pertama yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif generasi z adalah kemudahan layanan bank digital hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dandy Kurnia 2020) dan (Batubara and Anggraini 2022) fitur, kemudahan, keamanan, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan penggunaan bank digital oleh generasi Z, Wati (2020) juga mengungkapkan bahwa penggunaan digital payment berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. (Safira, Sugianto, and Harahap 2023) juga menyatakan bahwa variabel seperti kepercayaan, kemudahan, manfaat digital payment dan digital savvy mampu mempengaruhi perilaku konsumtif Gen Z.

Faktor kedua yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif generasi z adalah literasi keuangan hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fariana, Surindra, and Arifin 2021), (Maulidina and Kurniawati 2022), (Nurjanah, Ilma, and Suparno 2018), (Sudiro and Asandimitra 2022), dan (Zahra and Anoraga 2021), (Oktaviani et al. 2023) juga menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi z. Hal ini berbeda dengan penelitian (Dwi Ambarsari and Asandimitra 2023), (WIDYANTI et al. 2022) dan (Yahya 2021) yang menyatakan jika financial literacy tidak

berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya tingkat financial literacy tidak selalu berdampak pada perilaku mengonsumsi, dikarenakan kondisi setiap individu akan berbeda-beda berdasarkan faktor seperti kebutuhan, lingkungan, maupun budaya dari masing-masing individu.

Berdasarkan uraian dan hasil penelitian-penelitian sebelumnya, terdapat kekurangan di mana terdapat perbedaan hasil tentang bagaimana pengaruh kemudahan bank digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif gen Z khususnya di daerah semi perkotaan seperti Kabupaten Kudus. Dengan demikian, tulisan ini ditujukan untuk melengkapi kekurangan dari studi yang terdahulu dengan menganalisis pengaruh antar variabel.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data diperoleh dengan menyebar kuesioner dengan skala Likert (1–5) kepada 50 responden kemudian diolah dan dianalisis dengan SPSS versi 27. Tahap selanjutnya akan dilakukan Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji Asumsi Klasik dan terakhir dilakukan Uji Hipotesis dengan regresi linear berganda untuk mengetahui hubungan antar variabel. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling (purposive sampling). Populasi dalam penelitian ini adalah para Generasi Z (usia 15–27 tahun), berdomisili di Kabupaten Kudus, serta memiliki pengalaman menggunakan layanan bank digital seperti mobile banking, e-wallet, atau aplikasi digital banking lainnya. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling (purposive sampling).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian validitas ditujukan untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner. Kriteria dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan hasil uji validitas pada setiap variabel nilai r hitung $>$ r table (0,2787), jadi semua pernyataan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid sebagai berikut :

Tabel 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan	Cronbach Alpa	Keterangan
Kemudahan Layanan Bank Digital (X1)	X1.1	0,781	0,2787	Valid	0,819	Reliabel
	X1.2	0,839	0,2787	Valid		
	X1.3	0,690	0,2787	Valid		
	X1.4	0,655	0,2787	Valid		
	X1.5	0,665	0,2787	Valid		
	X1.6	0,732	0,2787	Valid		

Literasi Keuangan (X2)	X2.1	0,616	0,2787	Valid	0,680	Reliabel
	X2.2	0,638	0,2787	Valid		
	X2.3	0,542	0,2787	Valid		
	X2.4	0,704	0,2787	Valid		
	X2.5	0,528	0,2787	Valid		
	X2.6	0,713	0,2787	Valid		
Perilaku Konsumtif (Y)	Y1	0,829	0,2787	Valid	0,880	Reliabel
	Y2	0,604	0,2787	Valid		
	Y3	0,794	0,2787	Valid		
	Y4	0,680	0,2787	Valid		
	Y5	0,919	0,2787	Valid		
	Y6	0,890	0,2787	Valid		

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung setiap indikator dengan r-tabel sebesar 0,2787 ($n = 50$, $\alpha = 5\%$). Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Kemudahan Layanan (X1), Literasi Keuangan (X2), dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki r-hitung $>$ r-tabel, sehingga dinyatakan valid. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menunjukkan bahwa seluruh variabel juga reliabel, dengan nilai masing-masing sebesar 0,819 (X1), 0,680 (X2), dan 0,880 (Y). Dengan demikian, instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 2. Uji Normalitas

Tests of Normality

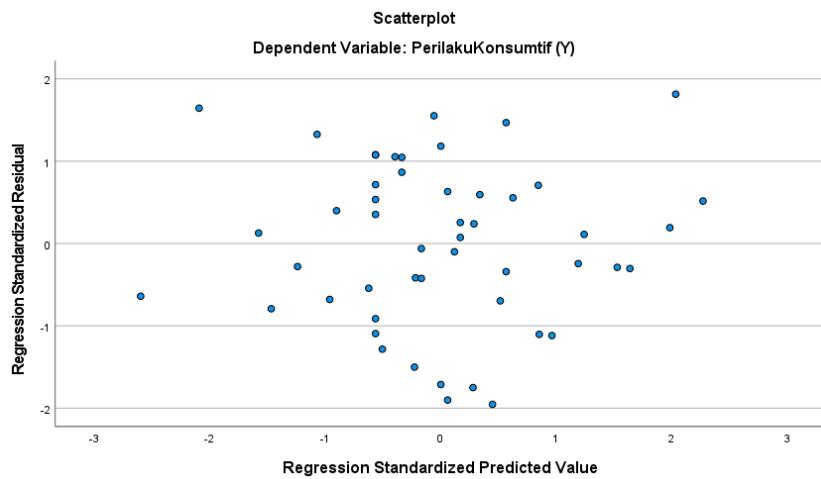
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
PerilakuKonsumtif (Y)	,091	50	,200*	,975	50	,379
KemudahanLayanan (X1)	,123	50	,055	,959	50	,085
LiterasiKeuangan (X2)	,132	50	,029	,977	50	,442

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai sig Y (0.379), X1 (0.085), X2 (0.442) > 0.05 , maka disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Heterokedastisitas

**Gambar 1** Grafik Perilaku Konsumtif**Tabel 3.** Uji Heterokedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	-1,569	3,432		,650
	KemudahanLayanan (X1)	-,137	,232	-,133	,558
	LiterasiKeuangan (X2)	,406	,203	,453	,051

a. Dependent Variable: Abs_Res

Berdasarkan hasil analisis di grafik 1 diatas menunjukkan tidak terdapat pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, dari hasil analisis tabel 6 diatas juga diperoleh nilai sig X1 (0.558) dan X2 (0.051) > 0.05 maka disimpulkan tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas**Tabel 4.** Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	15,041	6,590		2,282	,027		
KemudahanLayanan (X1)	,419	,446	,225	,939	,352	,363	2,757
LiterasiKeuangan (X2)	-,294	,390	-,181	-,754	,455	,363	2,757

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumentif (Y)

Berdasarkan hasil analisis tabel diatas diperoleh nilai tolerance X1 (0.363) dan X2 (0.363) > 0.100 sedangkan nilai VIF X1(2,757) dan X2 (2,757) < 10.00 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Uji Koefisien Berganda

		Model Summary		
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,136 ^a	,018	-,023	5,526

a. Predictors: (Constant), LiterasiKeuangan (X2), KemudahanLayanan (X1)

Berdasarkan hasil analisis diatas, diperoleh persentase keragaman variabel perilaku konsumtif (Y) yang dapat dijelaskan oleh variabel kemudahan layanan bank digital (X1) dan literasi keuangan (X2) adalah 1,8% sedangkan 99,2% sisanya dijelaskan variabel lain diluar model regresi.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghazali Analisis regresi berganda adalah penyelidikan dimana untuk membuktikan ada ataupun tidak pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah bentuk pemodelan yang digunakan dalam penelitian ini :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y : Pengeluaran

A : Konstanta (Nilai tetap)

b₁, b₂ : Koefisien regresi (Nilai pendugaan)

X₁ : Kemudahan Layanan

X₂ : Literasi Keuangan

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	15,041	6,590			2,282	,027
KemudahanLayanan (X1)	,419	,446	,225		,939	,352
LiterasiKeuangan (X2)	-,294	,390	-,181		-,754	,455

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif (Y)

$$Y = 15,041 + 0,419X_1 - 0,294X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 15,041 menunjukkan bahwa jika variabel Kemudahan Layanan dan Literasi Keuangan bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif diperkirakan sebesar 15,041 satuan.
- Berdasarkan variabel Kemudahan Layanan (X1) sebesar 0,419 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Kemudahan Layanan akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,419 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Berdasarkan variabel Literasi Keuangan (X2) sebesar -0,294 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada Literasi Keuangan akan menurunkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,294 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap.
- Uji T (Parsial)

Tabel 7. Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
1	(Constant)	15,041	6,590	2,282	,027
	KemudahanLayanan (X1)	,419	,446	,939	,352
	LiterasiKeuangan (X2)	-,294	,390	-,754	,455

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif (Y)

H1: Kemudahan layanan bank digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus.

H2 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil analisis tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar (0,939) < t tabel (2,01063) dan sig (0.352) > (0.05), maka dapat disimpulkan variabel Kemudahan Layanan Bank Digital berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus. H1 ditolak dan H0 diterima.

Berdasarkan hasil analisis tabel di atas diperoleh nilai t hitung sebesar (-0.754) < t tabel (2.01063) dan sig (0.445) > (0.05), maka dapat disimpulkan Literasi Keuangan berpengaruh Negatif dan tidak signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus. H2 ditolak dan H0 diterima.

Pengaruh Kemudahan Layanan Bank Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa kemudahan layanan bank digital tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus. Secara teoritis, akses layanan yang mudah, praktis, dan dilengkapi dengan berbagai fitur menarik seharusnya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi kalangan muda dalam memanfaatkan bank digital pada berbagai aktivitas transaksi sehari-hari. Fitur-fitur seperti transfer instan, pembayaran tagihan, dompet digital, hingga cashback dan reward poin sering kali diasosiasikan dengan pola perilaku konsumtif. Namun, hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa faktor kemudahan layanan saja belum mampu mendorong generasi Z untuk melakukan konsumsi berlebihan.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji T), diperoleh nilai T hitung variabel kemudahan layanan bank digital (X_1) sebesar 0,939 pada taraf signifikansi 0,352. Angka ini lebih kecil dibandingkan T tabel sebesar 2,01063 dan nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Artinya, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kemudahan layanan bank digital terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui beberapa kemungkinan. Pertama, generasi Z di Kabupaten Kudus lebih menekankan pada faktor lain seperti kondisi ekonomi pribadi, pola asuh keluarga, nilai budaya, serta preferensi terhadap kebutuhan dibandingkan dengan sekadar kemudahan akses layanan digital. Kedua, walaupun bank digital memberikan kemudahan transaksi, generasi Z tampaknya masih memiliki tingkat kontrol diri yang cukup baik dalam mengatur keuangan, sehingga tidak serta-merta terjebak dalam perilaku konsumtif. Ketiga, adanya kecenderungan generasi muda yang lebih sadar finansial dan terpapar informasi literasi keuangan melalui media sosial maupun edukasi formal juga menjadi faktor yang dapat mereduksi potensi perilaku konsumtif.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa meskipun kemudahan layanan bank digital merupakan salah satu inovasi penting dalam sistem keuangan modern, variabel ini belum cukup untuk menjelaskan kecenderungan konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus. Peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti gaya hidup hedonis, pengaruh peer group, literasi keuangan, dan promosi digital marketing, yang kemungkinan lebih relevan dalam memengaruhi pola konsumsi generasi muda.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kabupaten Kudus

Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus. Secara teoritis, rendahnya literasi keuangan sering kali dikaitkan dengan meningkatnya kecenderungan konsumtif akibat kurangnya pemahaman dalam mengelola pendapatan, menabung, maupun mengendalikan pengeluaran. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan sebaliknya, yakni

tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh generasi Z di Kabupaten Kudus belum terbukti secara statistik memengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Berdasarkan uji parsial (uji T), diperoleh nilai T hitung variabel literasi keuangan (X2) sebesar -0,754 dengan taraf signifikansi 0,455. Nilai tersebut lebih kecil dari T tabel sebesar 2,01063, sementara nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif (H_1) ditolak. Artinya, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus.

Temuan ini dapat dijelaskan dari beberapa aspek. Pertama, meskipun tingkat literasi keuangan generasi Z mungkin belum sempurna, sebagian besar sudah memiliki pengetahuan dasar mengenai pengelolaan uang, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan, memahami risiko penggunaan kredit, serta pentingnya menabung. Pengetahuan dasar ini cukup untuk menjadi pengendali dalam aktivitas konsumtif sehari-hari. Kedua, faktor lain di luar literasi keuangan, seperti pengaruh media sosial, gaya hidup, atau dorongan kelompok sebaya, kemungkinan lebih dominan dalam membentuk perilaku konsumsi generasi Z dibandingkan sekadar aspek literasi. Ketiga, adanya akses terhadap informasi finansial melalui platform digital dan edukasi nonformal dapat membantu generasi muda membuat keputusan finansial lebih bijak, sehingga tidak hanya bergantung pada literasi keuangan formal.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi keuangan bukanlah faktor penentu utama perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus. Untuk memahami perilaku konsumtif lebih komprehensif, penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel lain, seperti pengaruh gaya hidup hedonis, promosi digital, atau bahkan faktor psikologis yang mungkin lebih erat kaitannya dengan pola konsumsi generasi muda. Namun, penerapan digitalisasi juga membawa tantangan tersendiri. Berbagai penelitian menekankan pentingnya kesiapan organisasi dalam hal infrastruktur digital dan kemampuan literasi sumber daya manusia.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan layanan bank digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kabupaten Kudus. Analisis dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 27.0 untuk menguji hubungan antar variabel melalui uji parsial (uji T). Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai T hitung variabel kemudahan layanan bank digital (X1) sebesar 0,939 lebih kecil dibandingkan dengan T tabel sebesar 2,01063, dengan taraf signifikansi 0,352 yang lebih besar dari 0,05. Sementara itu, variabel literasi keuangan (X2) memiliki nilai T hitung sebesar -0,754 yang juga lebih kecil dari T tabel sebesar 2,01063, dengan taraf signifikansi 0,455 yang lebih besar dari 0,05.

Berdasarkan hasil uji T tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik kemudahan layanan bank digital maupun literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif

generasi Z di Kabupaten Kudus. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun layanan bank digital menawarkan berbagai kemudahan dan generasi muda memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang cukup, kedua faktor tersebut belum terbukti menjadi pendorong utama munculnya perilaku konsumtif.

Hal ini mengindikasikan adanya variabel lain yang lebih dominan dalam memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z, seperti faktor gaya hidup, pengaruh media sosial, lingkungan pertemanan, maupun strategi pemasaran digital. Dengan demikian, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian agar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai determinan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, A. S., & Fasa, M. I. (2024). Kemudahan dan efisiensi M-Banking sebagai solusi praktis di era digital [Convenience and efficiency of M-Banking as a practical solution]. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, (November), 7725–7729.
- Batubara, M. C., & Anggraini, T. (2022). Analisis pengaruh layanan digital terhadap minat generasi Z dalam menggunakan produk perbankan syariah. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 7(2), 706–725. Retrieved from <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Mas/index>
- Kurnia, D. (2020). Pengaruh fitur, kemudahan penggunaan, keamanan, dan promosi terhadap keputusan penggunaan digital banking Jenius PT Bank Tabungan Pensiun Nasional. *UG Jurnal*, 14, 1–10.
- Ambarsari, M. D., & Asandimitra, N. (2023). Pengaruh financial literacy, lifestyle, konformitas, money attitude, dan e-money terhadap perilaku konsumtif generasi Z penggemar K-Pop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 550–564. Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim>
- Fariana, R. E., Surindra, B., & Arifin, Z. (2021). The influence of financial literacy, lifestyle and self-control on the consumption behavior of economic education students. *Journal of Economics Education*, 8(August), 496–503.
- Harkim, B. S., Simanungkalit, R. V., Siregar, I., & Andriani, M. (2023). Effect of financial literacy at consumptive behavior of “X” university students in Medan City. *Enrichment: Journal of Management*, 13(2), 1321–1325.
- Maulidina, Y., & Kurniawati, T. (2022). The effect of e-money, economic literacy and parents' income on consumptive behavior. *Economic Education Analysis Journal*, 11(2), 191–200. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v1i2.54254>
- Nurjanah, S., Ilma, R. Z., & Suparno, S. (2018). Effect of economic literacy and conformity on student consumptive behaviour. *Dinamika Pendidikan*, 13(2), 198–207. <https://doi.org/10.15294/dp.v13i2.18330>

- 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>
- Ritonga, M., Windari, F., Sihite, T. H., Al Ihsan, M. A., & Siregar, M. (2021). The influence of financial literacy, financial inclusion and consumptive behavior on student interests in management department, Faculty of Economics and Business, Labuhanbatu University in using financial institution products and services. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 4005–4013. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i3.2168>
- Safira, R., Sugianto, S., & Harahap, R. D. (2023). Pengaruh kepercayaan, kemudahan, dan manfaat digital payment sebagai alat pembayaran terhadap perilaku konsumtif individu dengan digital savvy sebagai variabel moderating. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 2859–2878. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.3694>
- 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.
- Veriwati, S., Relita, D. T., & Pelipa, E. D. (2021). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa program studi pendidikan ekonomi. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(1), 43–53. <https://doi.org/10.31932/jpe.v6i1.1150>
- Widiyanti, N. M. W., Sara, I. M., Aziz, I. S. A., & Wulandari, I. G. A. A. (2022). The effect of financial literacy, electronic money, self-control, and lifestyle on student consumption behavior. *Journal of Tourism Economics and Policy*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.38142/jtep.v2i1.200>
- Yahya, A. (2021). Determinan perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37–48. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>