

ABSTRAK

PENGARUH TEMAN SEBAYA, KONTROL DIRI, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU EKONOMI KONSUMEN GENERASI Z DI KATAMA COFFEE & SPACE BANDAR LAMPUNG

Oleh

NAZWA BUNGA LESTARI

Perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung menunjukkan kecenderungan konsumsi yang impulsif. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh simultan teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif menggunakan pendekatan *ex post facto* dan survei. Populasi dalam penelitian ini berjumlah sekitar 11.700 konsumen Generasi Z. Setelah dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh sampel sebanyak 99 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *accidental sampling*.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya serta dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z. Temuan ini mengindikasikan pentingnya peran kontrol diri dan literasi keuangan dalam membentuk perilaku ekonomi konsumen Generasi Z yang lebih rasional.

Kata Kunci: kontrol diri, literasi keuangan, perilaku ekonomi, teman sebaya.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PEER GROUPS, SELF CONTROL, AND FINANCIAL LITERACY ON THE ECONOMIC BEHAVIOR OF GENERATION Z CONSUMERS AT KATAMA COFFEE & SPACE BANDAR LAMPUNG

By

NAZWA BUNGA LESTARI

The economic behavior of Generation Z consumers at Katama Coffee & Space Bandar Lampung shows a tendency toward impulsive consumption. Based on this issue, this study aims to examine the simultaneous influence of peer influence, self-control, and financial literacy on the economic behavior of Generation Z consumers at Katama Coffee & Space Bandar Lampung. This study employs a quantitative approach using descriptive-verification methods with an ex post facto and survey design. The population of this study consists of approximately 11,700 Generation Z consumers. Using the Slovin formula with a 10% margin of error, a sample of 99 respondents was obtained. The sampling technique used was non-probability sampling with an accidental sampling approach. Data were collected through questionnaires that had been tested for validity and reliability and were analyzed using multiple linear regression analysis. The results indicate that peer influence, self-control, and financial literacy simultaneously have a significant effect on the economic behavior of Generation Z consumers. These findings indicate the important role of self-control and financial literacy in shaping more rational economic behavior among Generation Z consumers.

Key words: economic behavior, financial literacy, peer influence, self control.