

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

**Skripsi**

**Oleh:**

**Nazwa Bunga Lestari  
NPM 2213031040**



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

## **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.

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

**Oleh**

**NAZWA BUNGA LESTARI**

**Skripsi**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar  
SARJANA PENDIDIKAN**

**Pada**

**Program Studi Pendidikan Ekonomi  
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**



**FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
BANDAR LAMPUNG  
2026**

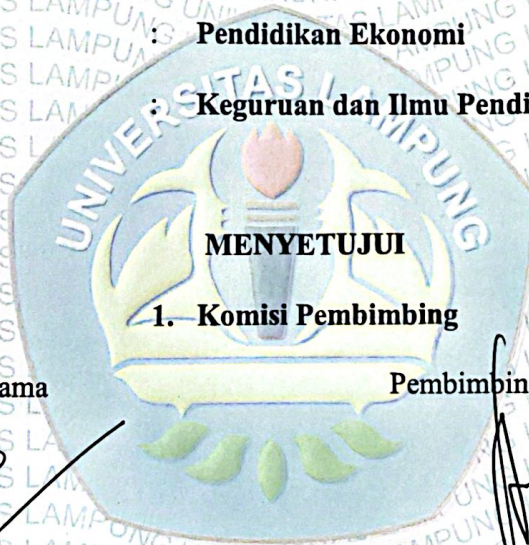
**Judul Skripsi** : **PENGARUH TEMAN SEBAYA, KONTROL DIRI, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU EKONOMI KONSUMEN GENERASI Z DI KATAMA COFFEE & SPACE BANDAR LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa** : **Nazwa Bunga Lestari**

**Nomor Pokok Mahasiswa** : **2213031040**

**Program Studi** : **Pendidikan Ekonomi**

**Fakultas** : **Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**1. Komisi Pembimbing**

**Pembimbing Utama**

**Pembimbing Pembantu**

**Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19770808 200604 2 001

**Rahmawati, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19890716 202521 2 064

**2. Mengetahui**

**Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**


**Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi**


**Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd.**  
NIP 19741108 200501 1 003


**Suroto, S.Pd., M.Pd.**  
NIP 19930713 201903 1 016

**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

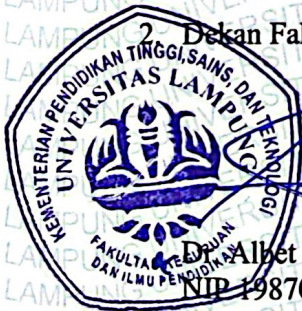
**Ketua** : Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd. 

**Sekretaris** : Rahmawati, S.Pd., M.Pd. 

**Penguji  
Bukan Pembimbing** : Widya Hestiningtyas, S.Pd., M.Pd. 



**Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**



**Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd.**  
NIP. 19870504 201404 1 001

**Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 11 Maret 2026**



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS  
DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMPUNG  
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL**  
Jl. Prof. Dr. Sumantri Brojonegoro No.1 Gedung Meneng - Bandarlampung Telp./Fax: (0721) 704624  
e-mail: [fkp@unila.ac.id](mailto:fkp@unila.ac.id), laman: <http://fkp.unila.ac.id>

---

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nazwa Bunga Lestari  
NPM : 2213031040  
Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan  
Jurusan/Program Studi : Pendidikan Ekonomi

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali disebutkan di dalam daftar pustaka.

Bandar Lampung, 11 Maret 2026



Nazwa Bunga Lestari

2213031040

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Nazwa Bunga Lestari, yang akrab disapa Nazwa, lahir di Bandung Baru pada tanggal 21 April 2004. Penulis merupakan anak pertama dari pasangan Sugiyantoro (alm.) dan Nur Hamimah. Saat ini, penulis berada dalam asuhan Ismu Mahin dan Nur Hamimah, yang berperan sebagai figur orang tua dalam kehidupan penulis sehari-hari.

Pendidikan formal penulis dimulai pada jenjang sekolah dasar di SD Negeri 1 Sendang Ayu pada tahun 2010-2016. Setelah menyelesaikan pendidikan dasar, penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Muhammadiyah 2 Kalirejo pada tahun 2016-2019. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMA Negeri 1 Kalirejo pada tahun 2019-2022 dan berhasil menyelesaikannya dengan baik. Pada tahun 2022, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SNMPTN). Selama menjalani masa perkuliahan, penulis mengikuti berbagai kegiatan akademik yang mendukung pengembangan kompetensi di bidang pendidikan dan ekonomi.

Kegiatan akademik yang pernah diikuti oleh penulis antara lain Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilaksanakan di Desa Menggala Kota serta kegiatan Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) yang dilaksanakan di SMP Negeri 1 Menggala pada tahun 2025. Melalui kegiatan tersebut, penulis memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan pengetahuan akademik ke dalam praktik di lingkungan masyarakat dan sekolah.

Selain kegiatan akademik, penulis juga aktif dalam berbagai kegiatan nonakademik, khususnya di bidang organisasi kemahasiswaan. Penulis pernah menjadi anggota Departemen Pengembangan Sumber Daya Manusia (PSDM) Assets pada periode 2022–2023, kemudian melanjutkan keikutsertaan sebagai anggota Departemen Kaderisasi KNPI Lampung pada periode 2023–2024. Pada tahun 2024, penulis dipercaya untuk mengemban amanah sebagai Wakil Bendahara Umum Assets. Selain itu, penulis juga terlibat aktif sebagai panitia dan koordinator dalam berbagai program kerja yang diselenggarakan oleh organisasi Assets.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillah Wa Syukurillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, serta ridho-Nya yang senantiasa menyertai penulis dalam setiap proses. Atas izin dan kemudahan-Nya pula, penulis dapat menyelesaikan karya ini, yang penulis persembahkan sebagai ungkapan rasa syukur dan kasih sayang kepada:

### **Orang Tuaku**

Terima kasih telah merawat, membesarkan, serta mendidik penulis dengan penuh kasih dan sayang hingga saat ini. Terima kasih atas peran, doa, dan dukungan yang senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi penulis dalam setiap langkah kehidupan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, perlindungan, dan keberkahan, baik di dunia maupun di akhirat.

### **Adikku**

Terima kasih atas semangat, kebahagiaan, dan motivasi yang senantiasa diberikan kepada penulis. Kehadiran dan dukungan adik menjadi pengingat bagi penulis untuk terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik dan bertanggung jawab.

### **Bapak Ibu Guru dan Dosen Pengajarku**

Terima kasih atas segala ilmu pengetahuan, bimbingan, dan arahan yang diberikan selama ini dengan penuh kesabaran dan ketulusan. Semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan serta kemudahan dalam segala hal.

### **Keluarga Besardan Sahabat-Sahabatku**

Terima kasih sudah senantiasa memberikan doa, dukungan moral, kebersamaan, serta semangat dalam setiap fase kehidupan penulis. Kehadiran keluarga dan sahabat menjadi penguat serta pengingat akan pentingnya nilai kebersamaan dan kekeluargaan dalam perjalanan akademik penulis.

## **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan yang diperbuatnya)”

**(QS. Al-Baqarah: 286)**

“Sebab Tuhan telah berjanji, setelah sempit ada kemudahan”

**(Raim Laode-Bersenja Gurau)**

“Menjadi diri sendiri adalah bentuk keberanian yang paling jujur, dan menikmati hidup adalah cara paling tulus untuk mensyukurinya.”

**(Nazwa Bunga Lestari)**

## SANWACANA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Teman Sebaya, Kontrol Diri, dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Ekonomi Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya, yang keteladanannya senantiasa menjadi pedoman bagi penulis dalam menjalani kehidupan dan proses pembelajaran.

Pada kesempatan ini, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, motivasi, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M. selaku Rektor Universitas Lampung, beserta para Wakil Rektor, pimpinan, dan seluruh jajaran Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Albet Maydiantoro, S.Pd., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung.
3. Bapak Dr. Riswandi, M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerja Sama FKIP Universitas Lampung.
4. Bapak Bambang Riyadi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan FKIP Universitas Lampung.

5. Bapak Hermi Yanzi, S.Pd., M.Pd., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni FKIP Universitas Lampung.
6. Bapak Dr. Dedy Miswar, S.Si., M.Pd., selaku Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial FKIP Universitas Lampung.
7. Bapak Suroto, S.Pd., M.Pd., selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
8. Ibu Dr. Pujiati, S.Pd., M.Pd. selaku dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti selama proses penyusunan skripsi ini. Ketelitian, kedisiplinan, dan saran yang diberikan menjadi pedoman penting bagi penulis dalam menyusun dan menyempurnakan penelitian ini. Penulis mendoakan semoga Ibu senantiasa diberikan kesehatan, kelancaran dalam setiap aktivitas, serta keberkahan ilmu yang terus bermanfaat bagi banyak pihak.
9. Ibu Rahmawati, S.Pd., M.Pd. selaku dosen Pembimbing II sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan perhatian, arahan, serta dukungan kepada penulis tidak hanya dalam bidang akademik, tetapi juga dalam menghadapi berbagai kendala selama proses penyusunan skripsi. Penulis sangat menghargai kesediaan ibu untuk mendengarkan setiap cerita, kebingungan, dan permasalahan yang penulis hadapi, serta memberikan pandangan dan jalan keluar yang membantu penulis untuk terus melangkah dan menyelesaikan skripsi ini dengan lebih tenang dan terarah. Bimbingan dan kepedulian yang diberikan menjadi motivasi besar bagi penulis untuk tetap berproses dan tidak menyerah. Penulis mendoakan semoga Ibu selalu diberikan kesehatan, kemudahan dalam menjalankan setiap amanah, serta keberkahan ilmu yang terus mengalir dan membawa manfaat.
10. Ibu Widya Hestingtyas, S.Pd., M.Pd. selaku dosen Pembahas dan Penguji Utama, yang telah memberikan saran, masukan, serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap arahan yang diberikan turut membantu penulis dalam menyempurnakan penelitian dan penulisan skripsi ini. Penulis berharap semoga segala kebaikan dan ilmu yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT serta menjadi amal jariyah yang terus mengalir.

11. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan selama proses perkuliahan. Penulis mengucapkan terima kasih atas dedikasi dan ketulusan Bapak dan Ibu dalam mendidik, sehingga menjadi bekal berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan menjalani kehidupan ke depan. Semoga seluruh ilmu yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan senantiasa membawa keberkahan bagi Bapak dan Ibu Dosen.
12. Terima kasih kepada Katama Coffee & Space atas kesempatan, izin, serta dukungan yang diberikan selama pelaksanaan penelitian. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada Kak Ade Riyanto selaku Head Operational Katama Coffee & Space atas keramahan, kesediaan meluangkan waktu untuk berdiskusi dan memberikan informasi, sehingga penelitian dapat berjalan dengan lancar. Semoga segala kebaikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa.
13. Orang tuaku, Ibu Nur Hamimah, Bapak Ismu Mahin, dan Bapak Sugiyantoro (alm.), penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga atas kasih sayang, perhatian, doa, dan pengorbanan yang senantiasa mengiringi setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih kepada Ibu Nur yang senantiasa menjadi sosok perempuan yang kuat, tegar, dan penuh ketulusan, memberikan cinta, doa, serta ketulusan tanpa henti dalam mendampingi perjalanan hidup penulis. Terima kasih kepada Bapak Ismu yang telah mengisi peran bapak dengan penuh tanggung jawab, kesabaran, dan keikhlasan, serta senantiasa memberikan dukungan, perhatian, dan pengorbanan dalam kehidupan penulis sehari-hari. Kepada Bapak Yanto (alm.), penulis menyampaikan rasa terima kasih atas nilai-nilai kehidupan, keteladanan, dan kebaikan yang diwariskan, meskipun tidak sepenuhnya dapat penulis kenal secara langsung, namun tetap hidup melalui cerita-cerita baik yang dikenang oleh banyak orang. Terima kasih atas segala upaya untuk menghadirkan kehidupan yang layak, penuh cinta, dan kasih sayang bagi penulis. Penulis memohon doa agar senantiasa diberi kekuatan, kesehatan, dan kelapangan hati, serta berharap agar orang tua selalu kebersamai setiap langkah penulis dalam menjalani kehidupan.

Penulis sangat mencintai dan menyayangi kalian. Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan dengan pahala terbaik serta memberikan perlindungan dan keberkahan di dunia dan di akhirat, Aamiin.

14. Adikku tercinta, Syafa Indah Hapsari, terima kasih atas kehadiranmu yang selalu membawa kehangatan dan kebahagiaan dalam hidup penulis. Pelukan-pelukan tulus yang mungkin belum sepenuhnya kamu pahami maknanya, justru menjadi sumber kekuatan dan motivasi tersendiri bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiranmu mengajarkan penulis untuk terus berusaha menjadi pribadi yang lebih baik, lebih dewasa, dan lebih bertanggung jawab, tidak hanya dalam dunia akademik, tetapi juga dalam kehidupan. Kamu adalah bagian penting dalam perjalanan hidup penulis, dan penulis akan senantiasa berusaha memberikan yang terbaik untukmu. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga langkahmu, memberikan kesehatan dan kebahagiaan, serta kebersamaan kita dalam setiap fase kehidupan. Penulis sangat menyayangimu.
15. Almarhumah Nenek tercinta, Mbok Simi, penulis menyampaikan terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan kehangatan yang telah diberikan semasa hidup. Terima kasih atas setiap doa, pelukan, pijatan penuh kasih, serta masakan sederhana yang selalu menjadi sumber kenyamanan dan kebahagiaan bagi penulis. Penulis juga memohon maaf karena belum dapat menemani di akhir kehidupan. Semoga almarhumah Mbok Simi mendapatkan tempat terbaik di sisi Allah SWT, diampuni segala khilaf, dan diterima seluruh amal kebajikannya. Kenangan bersamamu akan selalu hidup di hati penulis.
16. Keluarga Ibu Eliyana dan Bapak Agus Hairullah, serta keponakan tersayang Kakak Daffa, Mba Khansa, dan Adik Nafisa, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas kehangatan, perhatian, dan kasih sayang yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan S1. Terima kasih telah menerima penulis dengan begitu baik sebagai bagian dari keluarga, menghadirkan rasa nyaman layaknya berada di rumah sendiri. Kebersamaan saat makan bersama dengan masakan Ibu yang penuh cinta, canda tawa yang sederhana, serta waktu berbincang yang hangat menjadi penguat langkah penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini. Setiap perhatian kecil yang diberikan memiliki

makna besar dan akan selalu penulis kenang sebagai bagian berharga dalam perjalanan hidup. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan dalam setiap langkah keluarga ibu bapak, serta membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.

17. Mba Widia Catur Wahyuni, penulis mengucapkan terima kasih yang tulus atas kehadiran dan perannya sebagai pendengar yang baik, pemberi nasihat, serta sosok yang mengajarkan arti konsekuensi dan tanggung jawab dalam menjalani kehidupan. Terima kasih atas dukungan dan kepercayaan yang senantiasa diberikan kepada penulis, baik dalam perjalanan pendidikan maupun dalam proses tumbuh sebagai pribadi. Bersamamu, penulis merasa tidak pernah sendiri dan tidak sepenuhnya memikul peran sebagai anak pertama. Selamat atas kehidupan baru sebagai seorang istri, semoga senantiasa dilimpahi kebahagiaan, keberkahan, dan ketenteraman. Kepada Om Ferdiansyah Ilyas penulis menitipkan doa dan harapan agar senantiasa menjaga, menyayangi, dan kebersamai Mba Idi dalam setiap langkah kehidupan.
18. Keluarga besar penulis, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, perhatian, dan dukungan yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup penulis. Secara khusus, penulis menyampaikan terima kasih kepada sepupu tercinta Vuri Fajar Indriyani, Istiqomah, dan Gias Anindila yang tidak hanya menjadi keluarga, tetapi juga sahabat. Terima kasih telah menjadi pendengar yang baik, pemberi semangat, serta sumber dukungan dalam berbagai proses kehidupan yang penulis jalani.
19. Sahabat penulis yang tergabung dalam kelompok belajar Nabung, yaitu Septiani Putri, Abhinaya Putri Sabila, dan Ika Yuliana, penulis mengucapkan terima kasih atas persahabatan, kebersamaan, dan dukungan yang terjalin sejak masa awal perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih telah tumbuh dan berproses bersama sejak menjadi mahasiswa baru, berbagi cerita, perjuangan, serta pengalaman dalam perjalanan menempuh pendidikan S1. Terima kasih telah selalu hadir dalam suka dan duka, menerima penulis apa adanya dengan segala keunikan, kepanikan, dan dinamika yang menyertai, serta menunjukkan kesabaran yang luar biasa dalam setiap proses yang dilalui bersama.

Secara khusus kepada Ika Yuliana, meskipun saat ini tidak lagi berada dalam satu perjalanan akademik, penulis tetap berterima kasih atas dukungan dan semangat yang tidak pernah terputus. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga dan terus mengiringi langkah kita di masa depan.

20. Eka Arinda, partner 5 M ku sekaligus Bendahara Umum Assets Tahun 2024, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kepercayaan, kebersamaan, dan dukungan yang diberikan. Berawal dari pertemuan yang tidak disengaja pada masa awal perkuliahan, persahabatan ini tumbuh hingga menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis sampai saat ini. Ebook Arinda terima kasih telah menemani setiap proses, bersedia meluangkan waktu, serta dengan tulus hadir ketika penulis membutuhkan kebersamaan. Kesediaan untuk selalu ada dan membantu menjadi bentuk dukungan yang sangat berarti bagi penulis. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga dan terus mengiringi langkah kita ke depan.
21. Nurti Laban Ponjot, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah menemani penulis dalam setiap tahap pengerjaan, memberikan semangat, serta dengan sabar mengingatkan agar penulis tidak malas dan tidak menyerah dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiranmu menjadi bentuk pertolongan dan penguat yang diberikan Tuhan kepada penulis di masa akhir perkuliahan. Terima kasih telah berusaha untuk selalu ada. Semoga Tuhan senantiasa memberikan kesehatan, kelancaran dalam setiap urusan, serta membalas segala kebaikan dengan keberkahan yang berlipat.
22. Barisan Aisyah + Joko, yang terdiri dari Eka Arinda, Okta Saputri, Deswita Larasati, dan M. Zinedine Yazid Zidan Siregar selaku Presidium Inti Assets Kabinet Aksara Cita Tahun 2024, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, kepercayaan, dan proses berharga yang telah dijalani bersama. Dukungan dan dinamika yang dilalui dalam organisasi menjadi pembelajaran penting yang turut membentuk penulis dalam kehidupan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan dan kelancaran dalam setiap langkah.

23. Sahabat-sahabat SMA penulis yang tergabung dalam grup Rendom, yaitu Citra Tri Sardita, Fatimah Azzahra, dan Presti Saraswati, terima kasih atas persahabatan yang terus terjaga hingga saat ini. Terima kasih atas dukungan, doa, tawa, dan semangat yang selalu kalian berikan di setiap proses yang penulis lalui. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa penulis tidak pernah berjalan sendiri. Semoga persahabatan ini senantiasa terjaga, dipenuhi keberkahan, dan membawa kita pada kesuksesan di jalan masing-masing.
24. Kakak tingkat angkatan 2021 dan adik tingkat angkatan 2023, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta berbagai pengalaman yang telah dibagikan selama masa perkuliahan. Kehadiran kalian memberikan warna tersendiri dalam perjalanan akademik penulis, baik melalui diskusi, bantuan, maupun semangat yang saling menguatkan. Semoga silaturahmi ini tetap terjaga dan kita semua senantiasa diberikan kelancaran serta kesuksesan dalam setiap langkah ke depan.
25. Assets, terkhusus Kabinet Aksara Cita, penulis mengucapkan terima kasih atas kepercayaan, kebersamaan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama perjalanan kehidupan kampus. Proses berorganisasi menjadi ruang pembelajaran yang bermakna bagi penulis dalam mengembangkan tanggung jawab, kedewasaan, dan nilai-nilai kebersamaan.
26. Keluarga KKN Menggala Kota, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan selama pelaksanaan KKN. Tiga puluh hari yang kita lalui bersama menjadi pengalaman yang sangat berharga dan tidak akan terlupakan. Terima kasih karena selalu berusaha hadir, saling menguatkan, dan menjadi penyemangat dalam setiap proses yang dijalani. Terkhusus kepada keluarga besar Kelurahan Menggala Kota atas segala dukungan, kebaikan, serta penerimaan yang begitu hangat selama kegiatan berlangsung. Kehangatan dan kebersamaan yang diberikan menjadi kenangan indah yang akan selalu penulis ingat. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda, melimpahkan kesehatan, keberkahan, dan kemudahan dalam setiap langkah kita semua.

27. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas segala bantuan, doa, perhatian, dan dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Semoga seluruh kebaikan mendapatkan balasan terbaik dari Tuhan Yang Maha Esa.
28. Terakhir, ucapan terima kasih yang paling dalam penulis persembahkan untuk diri penulis sendiri, Nazwa Bunga Lestari. Terima kasih karena telah bertahan sejauh ini, meskipun tidak selalu dalam keadaan kuat dan baik-baik saja. Terima kasih karena tetap memilih melangkah walau sering ragu, lelah, dan ingin berhenti. Dalam proses menempuh pendidikan S1 ini, tidak sedikit hari yang terasa berat, penuh tangisan, kelelahan mental, dan perasaan merasa tidak cukup. Namun, penulis tetap bertahan, tetap bangun, dan tetap mencoba menjalani semuanya dengan versi terbaik yang dimiliki. Terima kasih atas kesabaran yang terus dilatih, atas keberanian untuk menghadapi kegagalan, serta atas keikhlasan untuk menerima setiap proses, termasuk proses yang tidak berjalan sesuai harapan. Penulis menyadari bahwa perjalanan ini tidak selalu rapi dan sempurna, tetapi justru dari ketidaksempurnaan itulah penulis belajar menjadi lebih kuat, lebih dewasa, dan lebih mengenal diri sendiri. Semoga segala lelah, doa, dan usaha yang telah dilalui menjadi amal kebaikan dan membawa keberkahan di masa depan. Penulis berharap dapat terus tumbuh menjadi pribadi yang lebih baik, lebih berani bermimpi, dan tidak mudah menyerah dalam menghadapi kehidupan selanjutnya. Terima kasih telah bertahan sampai titik ini. Kamu sudah melakukan yang terbaik.

Bandar Lampung, 11 Maret 2026

Nazwa Bunga Lestari

2213031040

## DAFTAR ISI

Halaman

<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>I. PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	13
C. Pembatasan Masalah.....	14
D. Rumusan Masalah .....	14
E. Tujuan Penelitian.....	15
F. Manfaat Penelitian.....	15
G. Ruang Lingkup Penelitian .....	16
<b>II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>18</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	18
1. Perilaku Ekonomi (Y).....	18
2. Teman Sebaya (X1).....	24
3. Kontrol Diri (X2).....	30
4. Literasi Keuangan (X3) .....	34
B. Penelitian Relevan .....	39
C. Kerangka Pikir.....	46
D. Hipotesis .....	49
<b>III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>50</b>
A. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian.....	50
B. Populasi dan Sampel.....	51
1. Populasi .....	51
2. Sampel .....	52
C. Teknik Pengambilan Sampel.....	53
D. Variabel Penelitian .....	54
1. Variabel Independen (Bebas) .....	54
2. Variabel Dependen (Terikat).....	54

E.	Definisi Konseptual Variabel .....	54
	1. Perilaku Ekonomi (Y).....	55
	2. Teman Sebaya ( $X_1$ ).....	55
	3. Kontrol Diri ( $X_2$ ) .....	55
	4. Literasi Keuangan ( $X_3$ ) .....	56
F.	Definisi Operasional Variabel .....	56
	1. Perilaku Ekonomi (Y).....	56
	2. Teman Sebaya ( $X_1$ ).....	57
	3. Kontrol Diri ( $X_2$ ) .....	57
	4. Literasi Keuangan ( $X_3$ ).....	58
G.	Teknik Pengumpulan Data .....	59
	1. Angket (Kuesioner) .....	59
	2. Observasi .....	59
	3. Wawancara .....	59
	4. Dokumetasi.....	60
H.	Uji Persyaratan Instrumen .....	60
	1. Uji Validitas Instrumen .....	60
	2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	65
I.	Uji Persyaratan Statistik Parametrik.....	68
	1. Uji Normalitas Sampel .....	69
	2. Uji Homogenitas Sampel.....	70
J.	Uji Asumsi Klasik .....	71
	1. Uji Linearitas .....	71
	2. Uji Multikolinearitas .....	73
	3. Uji Autokorelasi .....	74
	4. Uji Heteroskedastisitas .....	75
K.	Teknik Analisis Data .....	76
L.	Pengujian Hipotesis .....	77
	1. Uji Parsial (Uji t) .....	77
	2. Uji Simultan (Uji F).....	79
	3. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	80
<b>IV.</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>81</b>
A.	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	81
	1. Sejarah Singkat Berdirinya Katama Coffee & Space Bandar Lampung.....	81
	2. Visi dan Misi Katama Coffee & Space .....	83
B.	Gambaran Umum Responden Peneliitian.....	84
C.	Deskripsi Data Penelitian .....	84
	1. Deskripsi Data Variabel Perilaku Ekonomi (Y).....	85
	2. Deskripsi Data Variabel Perilaku Teman Sebaya ( $X_1$ ).....	87
	3. Deskripsi Data Variabel Kontrol Diri ( $X_2$ ).....	90
	4. Deskripsi Data Variabel Literasi Keuangan ( $X_3$ ) .....	92
D.	Uji Persyaratan Analisis Statitik Parametrik .....	94
	1. Uji Normalitas Sampel .....	94
	2. Uji Homogenitas Sampel.....	95

E.	Uji Asumsi Klasik .....	96
1.	Uji Linearitas .....	96
2.	Uji Multikolinearitas .....	97
3.	Uji Autokorelasi .....	99
4.	Uji Heteroskedasitas .....	100
F.	Pengujian Hipotesis .....	101
1.	Uji Regresi Linear Sederhana.....	102
2.	Uji Regresi Linear Multiple.....	109
G.	Pembahasan .....	115
1.	Pengaruh Teman Sebaya (X1) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space .....	115
2.	Pengaruh Kontrol Diri (X2) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	118
3.	Pengaruh Literasi Keuangan (X3) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	121
4.	Pengaruh Teman Sebaya (X1), Kontrol Diri (X2), dan Literasi Keuangan (X3) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	124
H.	Keterbatasan Penelitian .....	128
<b>V.</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>130</b>
A.	Simpulan.....	130
B.	Saran .....	131
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>134</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>144</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Perilaku Ekonomi pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	5
2. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Teman Sebaya pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	7
3. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Kontrol Diri pada Konsumen Generasi Z Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	9
4. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Literasi Keuangan pada Konsumen Generasi Z Katama Coffee & Space Bandar Lampung .....	11
5. Penelitian Relevan.....	39
6. Definisi Operasional Variabel.....	58
7. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y) .....	62
8. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Teman Sebaya (X <sub>1</sub> ) .....	62
9. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kontrol Diri (X <sub>2</sub> ).....	63
10. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> ).....	64
11. Interpretasi Nilai <i>r Product Moment</i> .....	66
12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y) .....	66
13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Teman Sebaya (X <sub>1</sub> ) .....	67
14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kontrol Diri (X <sub>2</sub> ) .....	67
15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> ) .....	68
16. ANOVA .....	72
17. Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Ekonomi (Y).....	86
18. Kategori Variabel Perilaku Ekonomi (Y) .....	87
19. Distribusi Frekuensi Variabel Teman Sebaya (X <sub>1</sub> ).....	88
20. Kategori Variabel Teman Sebaya (X <sub>1</sub> ) .....	89
21. Distribusi Frekuensi Variabel Kontrol Diri (X <sub>2</sub> ).....	90
22. Kategori Variabel Kontrol Diri (X <sub>2</sub> ) .....	91
23. Distribusi Frekuensi Variabel Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> ) .....	93
24. Kategori Variabel Literasi Keuangan (X <sub>3</sub> ) .....	94
25. Hasil Uji Normalitas Sampel .....	95
26. Hasil Uji Homogenitas Sampel.....	96
27. Hasil Uji Linearitas .....	97
28. Hasil Uji Multikolinearitas.....	98
29. Hasil Uji Autokorelasi .....	99
30. Hasil Uji Heteroskedasitas .....	101
31. Hasil Uji Variabel Teman Seabya (X <sub>1</sub> ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) ....	102
32. Koefisien Regresi Teman Sebaya (X <sub>1</sub> ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y).....	103

33. Hasil Uji Variabel Kontrol Diri ( $X_2$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y).....	105
34. Koefisien Regresi Kontrol Diri ( $X_2$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) .....	105
35. Hasil Uji Variabel Literasi Keuangan ( $X_3$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) .....	107
36. Koefisien Regresi Literasi Keuangan ( $X_3$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y) .....	107
37. Hasil Uji Pengaruh Teman Sebaya ( $X_1$ ), Kontrol Diri ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y).....	109
38. ANOVA untuk Uji Hipotesis Teman Sebaya ( $X_1$ ), Kontrol Diri ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y).....	111
39. Koefisien Regresi Teman Sebaya ( $X_1$ ), Kontrol Diri ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) Terhadap Perilaku Ekonomi (Y).....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pikir .....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Surat Izin Pra Penelitian.....	144
2. Surat Balasan Izin Pra Penelitian .....	145
3. Surat Izin Penelitian .....	146
4. Surat Balasan Izin Penelitian .....	147
5. Dokumentasi Wawancara Peneliti dengan Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space. ....	148
6. Dokumentasi Pembagian Kuesioner Pra Penelitian dan Wawancara dengan Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space.....	148
7. Dokumentasi Diskusi Peneliti dengan Pihak Head Office Katama Coffee & Space. ....	149
8. Dokumentasi Pembagian Kuesioner Penelitian kepada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space.....	149
9. Dokumentasi Kegiatan Diskusi Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space .....	150
10. Dokumentasi Suasana Nongkrong di Katama Coffee & Space.....	150
11. Dokumentasi Pembagian Kuesioner Pra Penelitian melalui Pihak Head Office Katama Coffee & Space.....	151
12. Dokumentasi Pembagian Kuesioner Penelitian melalui Media Sosial. ....	151
13. Google Form Kuesioner Pra Penelitian.....	152
14. Google Form Uji Coba Kuesioner Penelitian .....	152
15. Google Form Kuesioner Penelitian .....	153
16. Kuesioner Pra Penelitian .....	154
17. Kisi Kisi Kuesioner Penelitian .....	157
18. Kuesioner Penelitian .....	164
19. Hasil Uji Validitas.....	171
20. Hasil Uji Reliabilitas .....	175
21. Tabulasi Data Penelitian .....	176
22. Hasil Uji Normalitas .....	196
23. Hasil Uji Homogenitas.....	196
24. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	197
25. Uji Hipotesis .....	199

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan individu, termasuk dalam cara mereka menjalankan aktivitas ekonomi sehari-hari. Aktivitas ekonomi yang dulunya dilakukan secara langsung, seperti pergi ke toko untuk berbelanja, membayar secara tunai, atau mencatat pengeluaran di buku, kini telah bergeser mengikuti perkembangan teknologi. Pergeseran aktivitas ekonomi dari cara konvensional menuju cara yang lebih digital terlihat dari meningkatnya penggunaan ponsel dalam kehidupan ekonomi sehari-hari. Melalui ponsel, individu kini bisa memesan makanan, berbelanja kebutuhan, membayar berbagai tagihan menggunakan *e-money*, serta mencatat dan mengatur keuangan secara otomatis melalui aplikasi. Fenomena pergeseran ini dikenal sebagai digitalisasi aktivitas ekonomi, yaitu ketika aktivitas yang dulunya dilakukan secara manual kini berubah menjadi serba digital dan instan.

Digitalisasi aktivitas ekonomi ini tidak hanya menawarkan kecepatan dan kemudahan, tetapi juga membawa dampak pada cara individu membuat keputusan keuangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kusumawardhani *et al.* (2025) yang menjelaskan bahwa kemudahan akses melalui teknologi digital mendorong individu untuk melakukan keputusan finansial secara cepat, bahkan sering kali tanpa pertimbangan yang matang. Dengan kata lain, teknologi digital tidak hanya mempercepat aktivitas ekonomi, tetapi juga mulai membentuk pola baru dalam mengelola keuangan pribadi sehari-hari.

Pola baru dalam mengelola keuangan yang terbentuk akibat kemajuan teknologi ini berkaitan erat dengan perilaku ekonomi individu. Perilaku ekonomi menunjukkan bagaimana individu membuat keputusan dalam menggunakan sumber daya keuangannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup. Pandangan ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Hidayat *et al.* (2022), yang menjelaskan bahwa perilaku ekonomi mencerminkan cara individu bertindak dalam menghadapi keterbatasan alat pemuas kebutuhan, sehingga mereka dituntut untuk membuat pilihan yang efisien dan penuh pertimbangan. Dalam konteks kehidupan sehari-hari, perilaku ekonomi ini dapat dilihat dari bagaimana individu mengelola keuangannya secara langsung. Praktiknya tercermin dalam tiga aspek utama yaitu konsumsi, menabung dan penganggaran.

Konsumsi merujuk pada bagaimana individu membelanjakan uang untuk memperoleh barang dan jasa demi menunjang kehidupannya. Hal ini sejalan dengan pendapat Zakiah (2022), yang menjelaskan bahwa konsumsi adalah aktivitas menggunakan atau menghabiskan pendapatan untuk membeli barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Menabung menunjukkan kebiasaan menyisihkan sebagian pendapatan untuk kebutuhan mendesak atau perencanaan masa depan. Hal ini diperkuat oleh pendapat Sudirja *et al.* (2023), yang menyatakan bahwa menabung merupakan tindakan menyimpan sebagian penghasilan dengan tujuan memenuhi kebutuhan di masa mendatang atau sebagai bentuk antisipasi terhadap kondisi darurat.

Sementara itu, penganggaran berkaitan dengan upaya individu dalam merencanakan dan mengelola pendapatan serta pengeluaran agar keuangan tetap stabil dan terarah. Pandangan ini sejalan dengan pendapat dari Dzulfiani (2025) yang menjelaskan bahwa penganggaran tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendali pengeluaran, tetapi juga sebagai sarana untuk menetapkan prioritas keuangan dan membentuk kebiasaan finansial yang berkelanjutan. Dalam proses ini, kemampuan menyusun skala prioritas menjadi hal yang penting, karena individu dituntut untuk bisa membedakan antara kebutuhan utama dan keinginan yang bisa ditunda.

Ketiga aspek ini saling berkaitan dan menjadi dasar penting dalam mencerminkan apakah individu telah mengelola keuangannya secara bijak. Mengelola keuangan secara bijak yang dimaksud adalah individu mampu menyeimbangkan konsumsi, tabungan, dan anggaran secara terencana dan bertanggung jawab. Namun, dalam kenyataannya, tidak semua individu memiliki kebiasaan tersebut, sehingga pengelolaan keuangan kerap kali berjalan tanpa arah yang jelas.

Kondisi pengelolaan keuangan yang belum terarah tersebut terlihat pada kelompok usia muda yang tengah berada dalam fase eksplorasi dan pencarian jati diri, termasuk dalam hal keuangan. Salah satu kelompok yang berada dalam fase ini serta menarik untuk diamati adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi Z merupakan kelompok usia produktif yang kini mendominasi populasi Indonesia dan aktif dalam berbagai aktivitas ekonomi digital (BPS, 2020). Generasi ini terbiasa menggunakan layanan berbasis aplikasi seperti dompet digital dan *finance app*, mengikuti tren fashion, kuliner, tempat nongkrong yang berkembang di media sosial, serta menjadikan belanja online sebagai bagian dari rutinitas harian. Salah satu aktivitas yang mencerminkan hal tersebut adalah mengunjungi *coffee shop*. Kunjungan ke *coffee shop* tersebut tidak lagi sekadar bersifat sosial, tetapi juga melibatkan keputusan-keputusan ekonomi yang mencerminkan perilaku ekonomi Generasi Z secara nyata.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan melalui observasi langsung, Katama Coffee & Space dipilih sebagai lokasi penelitian karena merupakan salah satu tempat nongkrong yang cukup populer di Bandar Lampung, khususnya di kalangan Generasi Z. Tempat ini tidak hanya menawarkan makanan dan minuman, tetapi juga menyediakan suasana yang nyaman, estetik, dan mendukung berbagai aktivitas seperti belajar, bekerja, hingga bersosialisasi. Konsumen yang datang sambil membawa laptop atau menggunakan gawai pribadi untuk mengerjakan tugas, *meeting online*, atau sekadar bersantai sambil mendengarkan musik.

Berdasarkan pengamatan, terlihat bahwa konsumen cenderung menghabiskan waktu cukup lama di *coffee shop* ini, bahkan bisa berjam-jam. Salah satu alasan utamanya adalah karena Katama menyediakan fasilitas lengkap seperti Wi-Fi yang stabil, stop kontak di hampir setiap sudut, suasana ruangan yang *cozy*, serta *playlist* musik yang membuat betah. Selain itu, desain interior yang *instagramable* dan pencahayaan yang hangat membuat konsumen merasa rileks, cocok untuk menciptakan suasana produktif maupun santai. Selama berada di lokasi, konsumen juga tampak melakukan pembelian ulang, seperti memesan minuman kedua atau membeli camilan tambahan. Hal ini tidak selalu didasari oleh kebutuhan, melainkan lebih karena keinginan untuk tetap “*stay*” di tempat itu tanpa merasa canggung hanya duduk tanpa memesan apa-apa. Dalam konteks sosial, pembelian ulang juga bisa terjadi karena dorongan ingin menyesuaikan diri dengan teman yang masih memesan, atau sekadar ingin mencoba menu lain yang menarik. Dari situasi tersebut, tampak bahwa keputusan keuangan yang dibuat oleh konsumen bersifat spontan dan lebih didorong oleh suasana serta interaksi sosial, bukan semata-mata karena kebutuhan nyata.

Wawancara singkat yang dilakukan peneliti kepada konsumen Generasi Z, ditemukan berbagai pola perilaku ekonomi yang menarik. Ketika ditanya soal kebiasaan konsumsi, responden mengaku bahwa keputusan membeli sesuatu sering kali dipengaruhi oleh situasi sekitar, seperti ajakan teman, suasana tempat, atau sekadar keinginan sesaat. Responden mengatakan, “Kadang aku beli barang bukan karena butuh banget, tapi karena lagi bareng teman atau lihat promo. Rasanya pengen aja beli, meskipun enggak direncanain.” Pola konsumsi seperti ini menunjukkan adanya kecenderungan pengambilan keputusan yang spontan, bukan berdasarkan skala prioritas kebutuhan. Sementara itu, ketika ditanya soal kebiasaan menabung, responden menyampaikan bahwa aktivitas menabung masih belum menjadi kebiasaan utama. Ada yang menyebut bahwa pengeluaran sehari-hari sering kali menghabiskan seluruh uang yang dimiliki, sehingga tidak tersisa cukup untuk disimpan.

Responden menyampaikan, “Paling kalau ada sisa baru ditabung, tapi jarang juga. Uangnya udah habis duluan buat jajan atau beli keperluan lain.” Dari pernyataan tersebut, terlihat bahwa menabung masih dipandang sebagai aktivitas sisa, bukan bagian dari rencana keuangan yang dirancang sejak awal. Kemudian dalam hal pengelolaan anggaran, hanya sedikit dari mereka yang mengaku terbiasa mencatat atau membuat perencanaan keuangan pribadi. Sebagian menganggap bahwa menyusun anggaran terlalu merepotkan atau tidak begitu penting selama pengeluaran masih bisa dikendalikan secara umum. Temuan dari hasil wawancara tersebut juga diperkuat oleh hasil kuesioner yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil KuesionerPra Penelitian Variabel Perilaku Ekonomi pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya membeli barang karena tergoda promo meskipun barang tersebut bukan barang yang saya butuhkan.	28	9	75,7%	24,3%
2.	Saya menggunakan sebagian besar pendapatan saya untuk pengeluaran konsumtif seperti makan diluar atau nongkrong.	27	10	73%	27%
3.	Saya selalu menyisihkan pendapatan untuk ditabung secara rutin.	12	25	32,4%	67,6%
4.	Saya selalu membuat anggaran belanja pribadi agar keuangan saya tetap terkendali.	10	27	27%	73%

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian, konsumsi tampak lebih menonjol dibandingkan aspek menabung dan penganggaran. Pengeluaran responden menunjukkan fokus yang cukup kuat pada pemenuhan gaya hidup, seperti membeli makanan dan minuman di luar rumah, mengikuti tren produk, atau mengunjungi tempat hiburan tanpa perencanaan anggaran yang spesifik. Hal ini sejalan dengan penelitian Salsabila *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa pengeluaran Generasi Z cenderung diarahkan pada pemenuhan gaya hidup. Sebaliknya, kebiasaan menabung belum terlihat menjadi bagian yang

konsisten dari perilaku keuangan mereka. Terdapat kecenderungan bahwa pengeluaran harian lebih mendapatkan prioritas dibanding menyisihkan pendapatan untuk tabungan. Hal ini selaras dengan temuan Agustian *et al.* (2025) bahwa penggunaan media sosial yang intens serta pengaruh lingkungan memperkuat kecenderungan konsumsi impulsif di kalangan Generasi Z. Sementara itu, aktivitas pencatatan dan perencanaan keuangan pribadi juga masih jarang diterapkan, yang membuat pengelolaan keuangan berjalan tanpa arah yang jelas. Menurut Muasyaroh & Yoga, (2025), pengelolaan keuangan yang ideal memerlukan perencanaan yang matang dan sistematis, sehingga rendahnya praktik pencatatan dan penganggaran berpotensi membentuk pola pengelolaan keuangan yang tidak terarah. Pola-pola ini mengindikasikan bahwa perilaku ekonomi Generasi Z di Katama Coffee & Space belum sepenuhnya menunjukkan pengelolaan keuangan yang terencana dan bertanggung jawab. Kondisi ini menunjukkan adanya peran faktor-faktor lain yang turut memengaruhi perilaku ekonomi baik dari lingkungan sosial maupun dalam diri.

Lingkungan sosial, khususnya teman sebaya menjadi faktor yang membentuk perilaku ekonomi Konsumen Generasi Z di Katama Coffe & Space. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen datang secara berkelompok dan sering kali memesan menu yang serupa, tanpa terlalu mempertimbangkan harga ataupun kebutuhan pribadi. Pilihan konsumsi yang dilakukan tampak lebih sebagai bentuk penyesuaian sosial daripada keputusan yang didasarkan pada pertimbangan ekonomi individu. Mereka terlihat lebih memilih mengikuti keputusan kelompok agar tidak terlihat berbeda, meskipun sebenarnya belum tentu membutuhkan produk atau layanan yang dipesan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan konsumen juga memperkuat temuan tersebut. Responden mengaku bahwa mereka kerap merasa terdorong untuk ikut melakukan pembelian saat berada bersama teman, meskipun dalam kondisi keuangan yang sedang terbatas. Salah satu responden mengatakan, “Kadang aku udah niat beli minum aja, tapi karena temen-temen pada mesen yang lain, ya aku jadi ikut. Nggak enak aja kalau cuma minum doang.”

Pernyataan ini menunjukkan bahwa keputusan konsumsi tidak sepenuhnya berasal dari kebutuhan pribadi, melainkan dipengaruhi oleh dinamika sosial di sekitar mereka. Sikap ini memperlihatkan bahwa pengaruh teman sebaya dapat membentuk pola konsumsi yang tidak selalu rasional, karena keputusan pembelian dilakukan bukan berdasarkan kebutuhan atau rencana, melainkan demi menjaga kenyamanan dan keterlibatan dalam kelompok sosial. Guna mendukung hasil observasi dan wawancara peneliti juga menyebarkan kuesioner pra-penelitian kepada responden yang merupakan konsumen Katama Coffee & Space dan termasuk dalam kelompok usia Generasi Z. Hasil dari kuesioner tersebut ditampilkan pada tabel berikut:

**Tabel 2. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Teman Sebaya pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya membeli barang karena teman saya juga membeli barang tersebut, meskipun saya belum mempertimbangkan kebutuhan atau anggaran pribadi.	25	12	67,6%	32,4%
2.	Saya menabung atau mengatur pengeluaran karena teman saya juga memiliki kebiasaan tersebut.	20	17	54,1%	45,9%
3.	Saya menyesuaikan cara berbelanja, menabung, dan mengatur keuangan agar tidak terlihat berbeda dari teman-teman saya.	23	14	62,2%	37,8%
4.	Saya membeli barang setelah mendapat rekomendasi teman.	27	10	73%	27%

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung

Berdasarkan data kuesioner pra penelitian variabel teman sebaya, terlihat bahwa perilaku ekonomi Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space banyak dipengaruhi oleh keberadaan dan pandangan dari kelompok pertemanannya. Responden menunjukkan bahwa keputusan dalam membelanjakan uang sering kali tidak didasarkan pada kebutuhan pribadi atau kondisi keuangan, melainkan pada keinginan untuk selaras dengan lingkungan sosial.

Tekanan sosial muncul dalam bentuk keharusan untuk membeli produk serupa dengan teman, menyesuaikan diri dalam pilihan gaya hidup, serta mengikuti aktivitas konsumtif kelompok. Situasi ini menunjukkan bahwa interaksi dalam lingkup pertemanan tidak hanya memengaruhi keputusan konsumsi, tetapi juga berdampak pada konsistensi mereka dalam menabung dan menyusun anggaran. Ketika lingkungan pertemanan tidak memberikan dorongan untuk merencanakan keuangan, maka individu cenderung mengabaikan alokasi pendapatan untuk tujuan jangka panjang.

Temuan ini diperkuat oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulindra & Ariani (2023), yang menunjukkan bahwa keputusan konsumsi remaja sangat dipengaruhi oleh tekanan dari lingkungan sosial, terutama teman sebaya. Dalam situasi sosial tertentu, individu merasa perlu menyesuaikan pilihan konsumsi agar tidak terlihat berbeda dari kelompoknya. Senada dengan temuan tersebut, Kedeni & Srijani (2018) menjelaskan bahwa rekomendasi dari teman dapat memengaruhi keputusan keuangan seseorang, termasuk dalam hal pembelian barang dan pengaturan pengeluaran. Sementara itu, studi yang dilakukan oleh Yoga & Dharmayasa (2024), juga menemukan bahwa pergaulan teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa, serta menjadi salah satu faktor yang mengontrol perilaku konsumsi mereka. Dengan demikian, kesamaan perilaku dalam kelompok pertemanan dapat membentuk gaya konsumsi tertentu yang secara tidak langsung berpotensi memengaruhi kebiasaan menabung dan kemampuan menyusun anggaran secara rasional.

Guna membentuk gaya konsumsi, kebiasaan menabung, dan kemampuan menyusun anggaran secara rasional, diperlukan kontrol diri, yaitu kemampuan individu dalam menahan dorongan untuk melakukan pengeluaran yang tidak direncanakan. Berdasarkan hasil wawancara, bersama konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space mengaku bahwa mereka merasa sulit mengendalikan keinginan untuk membeli produk-produk yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, terutama saat melihat teman atau orang lain di sekitar mereka melakukan pembelian.

Produk-produk tersebut biasanya adalah produk yang desainnya menarik, sedang diskon besar, atau *flash sale*, dan paket *bundling*. Situasi semacam ini sering kali menimbulkan dorongan emosional untuk ikut berbelanja agar tidak merasa tertinggal secara sosial atau demi menjaga citra diri di lingkungan pergaulan. Keputusan finansial yang diambil pun lebih banyak dipengaruhi oleh perasaan sesaat daripada pertimbangan logis mengenai kondisi keuangan pribadi. Hal ini juga didukung dengan hasil kuesioner pra-penelitian pada tabel berikut ini:

**Tabel 3. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Kontrol Diri pada Konsumen Generasi Z Katama Coffee & Space Bandar Lampung**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya kesulitan menahan keinginan membeli barang yang saya inginkan, meskipun uang tersebut seharusnya ditabung.	31	6	86,1%	16,2%
2.	Saya membeli barang tanpa mempertimbangkan apakah sudah memiliki anggaran untuk itu.	28	9	75,7%	24,3%
3.	Saya kurang mempertimbangkan manfaat jangka panjang sebelum menggunakan uang untuk kebutuhan pribadi.	27	10	73%	27,8%
4.	Saya lebih memilih menggunakan uang yang tersedia untuk belanja daripada menyimpannya untuk rencana keuangan.	27	10	73%	27%

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian, responden di Katama Coffee & Space menunjukkan bahwa keputusan untuk membeli sesuatu sering kali diambil tanpa perencanaan terlebih dahulu. Mereka tidak membandingkan kebutuhan dengan keinginan sebelum melakukan pembelian, dan langsung membeli ketika melihat penawaran menarik seperti diskon atau paket hemat. Selain itu, hanya sedikit responden yang mencatat pengeluaran mereka atau membuat anggaran secara rutin.

Hal ini menyebabkan penggunaan uang lebih banyak diarahkan untuk kebutuhan sesaat, sementara rencana jangka panjang seperti menabung atau membagi pendapatan dengan lebih teratur belum dilakukan secara konsisten. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Jannah & Munir (2021), yang menunjukkan bahwa kontrol diri berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung lebih berhati-hati dan terarah dalam mengelola keuangannya, sehingga rendahnya kontrol diri berpotensi mendorong pengambilan keputusan keuangan yang kurang bijak.

Studi lain oleh Aprilia *et al.* (2024) juga menunjukkan bahwa *self control* berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu membatasi pembelian dan mengurangi perilaku impulsif. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri berpotensi membuat individu lebih mudah tergoda oleh dorongan konsumsi dan pemenuhan kepuasan sesaat. Sejalan dengan itu, Nurkholifah *et al.* (2025) menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengendalikan diri merupakan aspek penting yang memengaruhi kecenderungan perilaku ekonomi, sehingga penguatan kontrol diri menjadi komponen fundamental dalam proses pengambilan keputusan finansial. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Cuandra & Desianti (2022) menegaskan bahwa *self-control* dan *financial literacy* berpengaruh terhadap *saving behavior* mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan bahwa lemahnya kontrol diri dalam pengelolaan keuangan juga tidak terlepas dari minimnya pemahaman akan pengelolaan keuangan.

Pemahaman yang minim mengenai pengelolaan keuangan menunjukkan pentingnya literasi keuangan sebagai faktor ketiga yang turut membentuk perilaku ekonomi Generasi Z. Literasi keuangan tidak hanya mencakup kemampuan dalam menghitung atau mencatat pengeluaran, tetapi juga melibatkan pemahaman konseptual tentang cara mengelola uang secara bijak, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan, membuat perencanaan keuangan, serta mengambil keputusan yang mendukung stabilitas keuangan

jangka panjang. Untuk melihat sejauh mana pemahaman ini tercermin dalam praktik keseharian, peneliti menyebarkan kuesioner pra penelitian kepada konsumen Katama Coffee & Space yang termasuk dalam kategori usia Generasi Z. Hasil dari kuesioner tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. Hasil Kuesioner Pra Penelitian Variabel Literasi Keuangan pada Konsumen Generasi Z Katama Coffee & Space Bandar Lampung**

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban		Presentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1.	Saya belum pernah belajar tentang cara pengelolaan keuangan pribadi secara benar.	28	9	75,7%	24,3%
2.	Saya kesulitan membedakan mana kebutuhan dan mana keinginan saat ingin membeli sesuatu.	28	9	75,7%	24,3%
3.	Saya belum mengetahui cara membuat anggaran pribadi dengan baik.	29	8	78,4%	21,6%
4.	Saya belum terbiasa mencatat pemasukan dan pengeluaran saya pribadi.	31	6	83,8%	16,2%

Sumber: Hasil Kuesioner Pra Penelitian pada Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung

Berdasarkan hasil kuesioner pra penelitian, responden di Katama Coffee & Space menunjukkan keterbatasan dalam memahami konsep dasar pengelolaan keuangan. Ini mengindikasikan bahwa responden belum memperoleh pembelajaran mengenai cara menyusun anggaran pribadi atau mencatat arus kas secara rutin. Hal ini berdampak pada tidak terbentuknya kebiasaan mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta belum adanya struktur yang jelas dalam pengalokasian dana. Dalam proses pengambilan keputusan keuangan, responden juga mengaku mengalami kesulitan saat membedakan kebutuhan dan keinginan, khususnya saat dihadapkan pada penawaran menarik atau ajakan konsumtif dari lingkungan sekitar. Ketidakmampuan untuk merancang rencana keuangan yang sistematis membuat keputusan pengeluaran dilakukan tanpa mempertimbangkan prioritas atau dampak jangka panjang.

Hal ini sejalan dengan Karim *et al.* (2023) yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan yang mencakup aspek perencanaan, pencatatan, dan pelaporan keuangan. Hal ini menunjukkan bahwa minimnya pemahaman akan pengelolaan keuangan dapat menghambat kemampuan individu dalam menyusun anggaran serta mencatat pemasukan dan pengeluaran secara berkala. Dalam konteks Generasi Z, penelitian oleh Luhasasih (2021), menyatakan bahwa kurangnya pengetahuan dasar mengenai keuangan pribadi menjadi salah satu faktor yang membuat individu kesulitan membedakan kebutuhan dan keinginan, sehingga pengeluaran cenderung diarahkan pada hal-hal yang bersifat konsumtif. Sementara itu, studi dari Nurinayah & Sulsilawati (2025), mengungkapkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak terbiasa menyusun anggaran karena tidak memiliki pemahaman praktis tentang pentingnya pengelolaan keuangan jangka panjang. Kurangnya pemahaman praktis ini tidak hanya membuat proses penyusunan anggaran menjadi sulit, tetapi juga berkontribusi pada pengelolaan keuangan yang kurang terarah di mana individu kesulitan mengendalikan pengeluaran, menyusun skala prioritas, dan merencanakan kebutuhan jangka panjang secara matang.

Kurangnya pemahaman praktis dalam mengelola keuangan, terutama di kalangan Generasi Z yang sering menghabiskan waktu di tempat seperti Katama Coffee & Space, membuat perilaku ekonomi mereka cenderung tidak terarah. Banyak dari mereka mengalami kesulitan dalam mengendalikan pengeluaran, menyusun skala prioritas, dan merencanakan kebutuhan jangka panjang dengan baik. Masalah ini tidak hanya berasal dari kurangnya pemahaman teknis seperti cara mencatat pemasukan dan pengeluaran, tapi juga dipengaruhi oleh tekanan dari teman sebaya, lemahnya kontrol diri, dan rendahnya literasi keuangan. Ketiga faktor tersebut saling berkaitan dan berpengaruh besar terhadap kebiasaan konsumsi yang impulsif, tidak terbiasa menabung, dan tidak memiliki perencanaan anggaran.

Meskipun masalah ini terlihat jelas di kehidupan sehari-hari, sebagian besar penelitian sebelumnya justru membahas faktor-faktor tersebut secara terpisah-pisah, begitu juga dengan bentuk perilaku ekonominya. Padahal, dalam kenyataannya, semua faktor dan perilaku itu saling berhubungan dan membentuk pola yang utuh dalam cara seseorang mengatur keuangannya. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut penting untuk melihat bagaimana ketiga faktor tersebut bekerja secara bersamaan dalam membentuk perilaku ekonomi Generasi Z. Peneliti pun terdorong untuk mengangkatnya dalam kajian yang berjudul **“Pengaruh Teman Sebaya, Kontrol Diri, dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Ekonomi Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang yang dijelaskan, permasalahan pada penelitian ini dapat diidentifikasi antara lain:

1. Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space menunjukkan kecenderungan perilaku ekonomi yang belum rasional dan belum berbasis pada perencanaan jangka panjang, seperti konsumsi impulsif dan rendahnya kebiasaan menabung serta menyusun anggaran.
2. Teman sebaya memiliki peran dalam membentuk perilaku ekonomi pada konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space, sehingga banyak keputusan ekonomi mereka tidak berasal dari kesadaran pribadi.
3. Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space memiliki kontrol diri yang tergolong rendah, hal ini terlihat dari kebiasaan membeli tanpa pertimbangan manfaat jangka panjang atau kondisi keuangan.
4. Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space memiliki literasi keuangan yang tergolong rendah, ditandai dengan kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan dasar, seperti membedakan kebutuhan dan keinginan, serta menyusun anggaran.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang diperoleh dari latar belakang dan hasil pra penelitian pada konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung, maka diperlukan pembatasan masalah agar ruang lingkup penelitian menjadi lebih fokus dan terarah. Oleh karena itu, penelitian ini akan memusatkan perhatian pada variabel Teman Sebaya ( $X_1$ ), Kontrol Diri ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) yang diduga memiliki pengaruh terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung?
2. Apakah terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung?
3. Apakah terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung?
4. Apakah terdapat pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan secara simultan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan secara simultan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

## **F. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi perilaku dan pendidikan ekonomi. Secara khusus, hasil penelitian ini memperkaya referensi teoritis mengenai pengaruh faktor sosial (teman sebaya), psikologis (kontrol diri), dan kognitif (literasi keuangan) terhadap perilaku ekonomi Generasi Z. Penelitian ini juga dapat menjadi landasan untuk kajian lanjutan mengenai perilaku ekonomi generasi muda dalam konteks ruang sosial nonformal.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Generasi Z**

Penelitian ini dapat membantu Generasi Z memahami bagaimana lingkungan sosial, kemampuan mengendalikan diri, dan literasi keuangan memengaruhi cara mereka mengelola keuangan. Diharapkan

hasil penelitian ini mendorong munculnya kesadaran finansial dan kebiasaan ekonomi yang lebih sehat di kalangan Generasi Z.

b. Bagi Pengelola Katama Coffee & Space

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pengelola Katama Coffee & Space untuk menciptakan lingkungan yang tidak hanya menyenangkan secara sosial, tetapi juga mendukung perilaku ekonomi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

c. Bagi Praktisi dan Pendidik

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam merancang program edukasi keuangan dan pembentukan karakter ekonomi bagi Generasi Z, baik melalui jalur pendidikan formal maupun informal, dengan pendekatan yang relevan terhadap gaya hidup mereka.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini menjadi referensi dan pijakan awal untuk melakukan penelitian lanjutan dengan variabel yang serupa, objek yang berbeda, atau pendekatan yang lebih mendalam seperti studi kualitatif.

## **G. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Objek Penelitian

Objek penelitian ini yaitu Teman Sebaya Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung ( $X_1$ ), Kontrol Diri Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung ( $X_2$ ), Literasi Keuangan Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung ( $X_3$ ), dan Perilaku Ekonomi Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung ( $Y$ ).

2. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini yakni Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

3. Tempat Penelitian

Tempat pelaksanaan dalam penelitian ini yaitu Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

4. Waktu Penelitian

Waktu pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada 2025.

5. Ruang Lingkup Ilmu Penelitian

Ruang lingkup ilmu penelitian ini adalah Pendidikan Ekonomi.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR, DAN HIPOTESIS**

### **A. Tinjauan Pustaka**

#### **1. Perilaku Ekonomi (Y)**

##### **a. Pengertian Perilaku Ekonomi**

Perilaku ekonomi merupakan serangkaian keputusan yang diambil individu dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya, baik berupa uang, waktu, tenaga, maupun aset lainnya, guna memenuhi kebutuhan dasar seperti pangan, papan, pendidikan, dan kesehatan, serta mencapai tujuan ekonomi tertentu, seperti kemandirian finansial, peningkatan taraf hidup, atau pencapaian tujuan pribadi. Dalam proses pengambilan keputusan tersebut, individu sering kali dihadapkan pada kondisi ekonomi yang tidak sepenuhnya dapat diprediksi, seperti keterbatasan informasi, perubahan kebutuhan, maupun dinamika lingkungan sosial dan ekonomi. Kondisi inilah yang menyebabkan keputusan ekonomi tidak selalu diambil secara rasional dan terencana.

Kondisi pengambilan keputusan yang tidak pasti tersebut sejalan dengan teori ketidakpastian yang dikemukakan oleh Frank Knight dalam Audretsch & Belitski (2021), yang menjelaskan bahwa individu kerap menghadapi situasi di mana hasil dari suatu keputusan ekonomi tidak dapat diketahui secara pasti. Dalam situasi demikian, individu cenderung mengandalkan penilaian subjektif, pengalaman, dan persepsi pribadi dalam menentukan tindakan ekonomi yang akan diambil.

Untuk memahami bagaimana individu mengambil keputusan dalam kondisi ketidakpastian tersebut, diperlukan pendekatan yang tidak hanya menekankan rasionalitas semata, tetapi juga mempertimbangkan aspek psikologis yang memengaruhi perilaku ekonom. Dalam teori perilaku ekonomi (*economic behavior*) yang dikemukakan oleh Florence & Katona (1952) menjelaskan bahwa keputusan ekonomi tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, tetapi juga oleh faktor psikologis seperti sikap, persepsi, dan pengalaman individu.

Pandangan tersebut diperkuat oleh Hidayat (2023) yang menyatakan bahwa perilaku ekonomi tidak selalu dilandasi oleh pemikiran rasional. Dalam praktiknya, keputusan ekonomi sering kali dipengaruhi oleh intuisi, pengalaman, bias kognitif, serta persepsi individu terhadap kondisi ekonomi yang dihadapi. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kondisi internal individu selain faktor eksternal yang melingkupinya. Lebih lanjut, keterbatasan dalam memproses informasi dan mempertimbangkan berbagai alternatif pilihan dijelaskan melalui konsep *bounded rationality*. Konsep ini menunjukkan bahwa individu memiliki keterbatasan kapasitas kognitif dan informasi dalam membuat keputusan ekonomi secara optimal.

Menurut Wibowo (2025), individu cenderung mengandalkan strategi sederhana atau heuristik dalam mengambil keputusan, sehingga pilihan yang diambil dapat menyimpang dari rasionalitas optimal. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan ekonomi sering kali dipengaruhi oleh keterbatasan pemahaman informasi serta respons emosional terhadap situasi yang dihadapi. Keterbatasan rasionalitas tersebut kemudian tercermin dalam berbagai bentuk bias perilaku dalam pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Hidayat *et al.* (2024) pengambilan keputusan ekonomi sering kali dipengaruhi oleh bias perilaku seperti *herd behavior*, *overreaction*, dan *loss aversion*, terutama dalam kondisi ketidakpastian.

Bias-bias tersebut menunjukkan bahwa individu tidak selalu bertindak sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh respons emosional, persepsi subjektif, serta kecenderungan mengikuti lingkungan sekitarnya dalam menentukan pilihan ekonomi. Dengan demikian, perilaku ekonomi tidak hanya mencerminkan kemampuan individu dalam mengambil keputusan, tetapi juga kemampuan dalam mengelola informasi, emosi, serta dorongan sesaat yang muncul dalam proses tersebut.

Hal ini sejalan dengan penelitian Faisal *et al.* (2023) yang menyebut bahwa perilaku ekonomi merupakan cerminan dari kemampuan individu dalam mengelola keuangan sehari-hari, yang sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi finansial dan pengendalian diri terhadap dorongan konsumtif. Pandangan tersebut diperkuat oleh Hermawan dan Septiani (2024) yang menjelaskan bahwa ekonomi berkaitan berkaitan dengan bagaimana seseorang memperlakukan, mengelola, serta menggunakan sumber daya keuangan yang dimilikinya secara bertanggung jawab, dan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap kualitas perilaku tersebut. Pandangan ini diperluas oleh Falah *et al.* (2024) yang menekankan bahwa perilaku ekonomi tidak hanya melibatkan aspek praktis, tetapi juga mencerminkan nilai, prinsip, dan motivasi yang mendasari setiap keputusan ekonomi.

Dengan demikian, perilaku ekonomi merupakan serangkaian keputusan dan tindakan individu dalam mengelola sumber daya untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan tertentu, yang tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, keterbatasan informasi, bias kognitif, tingkat literasi keuangan, serta nilai dan prinsip yang dianut dalam kehidupan sehari-hari.

## **b. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Ekonomi**

Perilaku ekonomi seseorang terbentuk dari berbagai faktor yang memengaruhi cara individu dalam membuat keputusan ekonomi. Menurut Handayani *et al.* (2022), faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu faktor internal yang merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu, yang mencakup aspek pengetahuan dan pemahaman keuangan, kontrol diri (*self-control*), serta sikap dan nilai pribadi dalam pengambilan keputusan ekonomi, serta faktor eksternal yaitu pengaruh dari luar individu yang bersifat situasional seperti lingkungan sosial, perkembangan teknologi, dan paparan informasi ekonomi.

Menurut Pristinta (2020), perilaku ekonomi individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang saling berinteraksi. Dari sisi lingkungan, tempat individu beraktivitas dapat membentuk pola pikir dan keputusan ekonominya. Sementara itu, faktor internal mencakup keyakinan agama, nilai pribadi dan kepribadian, keluarga, pendidikan, serta teman sebaya.

Selain itu, Faidah *et al.* (2018) menyebutkan terdapat tiga faktor tambahan yang memengaruhi perilaku ekonomi individu, yaitu sebagai berikut:

- 1) **Pengalaman Ekonomi**  
Pengalaman ekonomi merupakan sejauh mana individu pernah terlibat dalam aktivitas ekonomi. Pengalaman ekonomi dapat membentuk kecakapan dalam mengambil keputusan keuangan secara bijak dan bertanggung jawab.
- 2) **Kontrol Diri**  
Kontrol diri berperan penting dalam mengatur dorongan konsumsi yang tidak rasional. Individu dengan kontrol diri yang baik akan lebih mampu menahan godaan belanja berlebihan dan cenderung mengutamakan kebutuhan daripada keinginan sesaat.
- 3) **Pendapatan**  
Pendapatan, baik yang diperoleh secara mandiri maupun diberikan oleh orang tua, turut memengaruhi perilaku ekonomi individu. Semakin tinggi pendapatan, maka semakin besar peluang individu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa perilaku ekonomi individu terbentuk dari interaksi berbagai faktor internal dan eksternal, mulai dari aspek psikologis, nilai pribadi, pengaruh sosial, hingga pengalaman ekonomi yang dijalani. Setiap faktor memiliki peran tersendiri dalam membentuk cara individu mengambil keputusan ekonomi secara bijak dalam kehidupan sehari-hari.

### c. Indikator Perilaku Ekonomi

Perilaku ekonomi dalam penelitian ini diukur berdasarkan tiga aspek utama, yaitu konsumsi, menabung, dan penganggaran. Ketiga aspek ini digunakan untuk menggambarkan bagaimana individu membuat keputusan dalam mengelola keuangan sehari-hari. Karena belum terdapat satu sumber tunggal yang secara eksplisit merumuskan indikator perilaku ekonomi secara menyeluruh, maka indikator dalam penelitian ini disusun berdasarkan sintesis dari beberapa penelitian yang relevan. Setiap aspek dijelaskan sebagai berikut:

#### 1) Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi mengacu pada kecenderungan individu dalam melakukan pembelian dan penggunaan barang atau jasa yang dipengaruhi oleh kebutuhan maupun dorongan eksternal. Menurut Mulyati (2023) individu tidak jarang melakukan konsumsi bukan berdasarkan kebutuhan yang mendesak, melainkan karena keinginan sesaat, yang sering kali dipicu oleh promosi, diskon, atau tren yang sedang berkembang. Lebih lanjut, Kirana *et al.* (2025) menunjukkan bahwa media sosial turut menjadi pemicu utama dalam pola konsumsi generasi muda.

Temuan serupa juga dikemukakan oleh Hunaifi *et al.* (2024) yang menjelaskan bahwa konsumsi impulsif seringkali terjadi karena faktor psikologis, seperti keinginan memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial serta dorongan untuk meniru gaya hidup yang dilihat di media sosial.

Sejalan dengan hal tersebut, Hasanah *et al.* (2019) menemukan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya dipengaruhi oleh tingkat literasi ekonomi, tetapi juga oleh gaya hidup modern dan konformitas terhadap lingkungan sosial, yang membuat keputusan konsumsi sering kali bersifat emosional dan kurang mempertimbangkan perencanaan keuangan jangka panjang.

## 2) Perilaku Menabung

Perilaku menabung merupakan tindakan individu dalam menyisihkan sebagian pendapatannya untuk disimpan secara rutin, dengan tujuan menghadapi kebutuhan mendesak atau meraih tujuan keuangan di masa depan. Menurut Putri & Wahjudi (2022), individu yang memiliki perilaku menabung cenderung mengatur pengeluarannya agar tidak boros, serta memiliki kebiasaan menyisihkan dana baik untuk kebutuhan mendadak maupun rencana jangka panjang.

Selanjutnya, Sari & Anwar (2021) menekankan bahwa perilaku menabung berkaitan erat dengan tingkat kesadaran finansial dan pemahaman terhadap nilai guna masa depan uang. Individu yang memahami pentingnya tabungan umumnya memiliki perencanaan keuangan yang lebih matang serta mampu menghindari pemborosan. Selain itu, Raszad & Purwanto (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku menabung. Semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan seseorang, maka semakin besar pula kemampuannya dalam mengelola dana dan merencanakan keuangan, termasuk melalui kebiasaan menabung secara teratur.

## 3) Perilaku Penganggaran

Perilaku penganggaran mencerminkan kemampuan individu dalam menyusun, mengelola, dan mengevaluasi alokasi keuangannya secara terstruktur. Berdasarkan penelitian Muasyaroh & Yoga (2025), perilaku ini tercermin dari kebiasaan menyusun rencana pengeluaran secara berkala, membagi dana berdasarkan prioritas

kebutuhan, serta melakukan pencatatan terhadap pemasukan dan pengeluaran. Individu yang memiliki perilaku penganggaran yang baik juga akan berusaha menghindari pengeluaran di luar rencana dan secara berkala mengevaluasi realisasi keuangan untuk memastikan kesesuaian antara rencana dan praktik aktual.

Sejalan dengan itu, Zahra & Putuhena (2025) menegaskan bahwa efektivitas budgeting merupakan praktik manajemen keuangan personal yang fundamental dalam meningkatkan kesejahteraan finansial. Individu yang mampu menyusun anggaran secara sistematis, mengendalikan pengeluaran, serta memantau arus kas secara konsisten cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil dan terkontrol. Lebih lanjut, Farida & Jannah (2025) menjelaskan bahwa penerapan budgeting berperan penting dalam membentuk kedisiplinan keuangan dan mengurangi kecenderungan pengeluaran yang tidak terencana. Melalui perencanaan anggaran yang jelas, individu dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, mengendalikan pengeluaran, serta mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional.

## **2. Teman Sebaya (X1)**

### **a. Pengertian Teman Sebaya**

*Peer group* atau kelompok sebaya merupakan istilah yang berasal dari bahasa Inggris dan merujuk pada sekelompok individu yang memiliki usia serta tingkat perkembangan yang relatif sama. Dalam konteks sosial dan psikologis, kelompok ini memainkan peran penting dalam proses pembentukan identitas, norma sosial, dan pola perilaku, terutama pada fase remaja hingga dewasa muda.

Peran dan pengaruh yang muncul melalui interaksi dalam kelompok sebaya tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Pembelajaran Sosial yang dikemukakan oleh Albert Bandura dalam Firmansyah & Saepuloh (2022), yang menyatakan bahwa perilaku individu terbentuk melalui proses observasi dan peniruan terhadap lingkungan sosialnya. Teori ini memberikan landasan untuk memahami bagaimana interaksi sosial dalam kelompok teman sebaya berkontribusi terhadap pembentukan sikap dan perilaku individu. Pemahaman tersebut menempatkan istilah kelompok dan sebaya sebagai unsur penting dalam menjelaskan konsep teman sebaya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring, kelompok diartikan sebagai kumpulan atau golongan manusia, sementara sebaya berarti memiliki usia yang sama atau hampir sama, serta kesamaan dalam aspek sosial seperti latar belakang pendidikan dan ekonomi. Oleh karena itu, teman sebaya dapat dipahami sebagai sekumpulan individu dengan kemiripan usia dan kondisi sosial yang terlibat dalam interaksi sehari-hari dan membentuk pengaruh sosial tertentu. Menurut Santrock dalam Lailiyah *et al.* (2025) teman sebaya merupakan individu dengan usia dan tingkat kedewasaan yang relatif setara yang melakukan interaksi sosial dalam berbagai bentuk, seperti kerja sama, diskusi, maupun aktivitas sehari-hari. Interaksi ini tidak hanya bersifat sosial tetapi juga memengaruhi pembentukan sikap dan pola pikir.

Hal ini sejalan dengan Hurlock dalam Lailiyah *et al.* (2025) menjelaskan bahwa teman sebaya merupakan kelompok anak dengan usia yang sebanding dan tahap perkembangan yang tidak jauh berbeda satu sama lain. Sejalan dengan itu, Utami *et al.* (2020) menjelaskan bahwa hubungan dengan teman sebaya dan interaksi melalui media digital dapat berkontribusi pada pembentukan kecenderungan perilaku ekonomi individu, karena lingkungan sosial sering menjadi rujukan dalam proses pengambilan keputusan.

Pengaruh ini juga diperkuat oleh Rahmawati *et al.* (2024), yang menemukan bahwa teman sebaya berperan sebagai agen sosial yang mampu membentuk sikap, preferensi, dan kecenderungan perilaku individu melalui proses interaksi dan penyesuaian sosial. Senada dengan itu, Sumarwan (2022) menjelaskan bahwa kehadiran teman sebaya dapat memenuhi berbagai kebutuhan konsumsi, seperti kebutuhan akan kebersamaan, penerimaan sosial, serta tempat berbagi masalah yang sulit dibicarakan dengan keluarga. Dorongan untuk diterima dalam lingkungan sosial sering kali membuat individu meniru gaya hidup atau pola konsumsi teman-temannya, bahkan jika keputusan tersebut tidak sesuai dengan kemampuan finansial pribadi.

Dengan demikian, teman sebaya tidak hanya berperan dalam pembentukan identitas sosial dan nilai-nilai pribadi, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk perilaku ekonomi individu. Pengaruh ini dapat terlihat dari kecenderungan meniru pola konsumsi, mengikuti gaya hidup kelompok, hingga terlibat dalam keputusan ekonomi yang kurang rasional demi menjaga eksistensi dalam lingkup sosialnya.

#### **b. Fungsi Teman Sebaya**

Teman sebaya memegang peran penting dalam proses sosialisasi dan pembentukan perilaku individu. Menurut Santrock dalam Lailiyah *et al.* (2025), kelompok ini memiliki fungsi yang membantu individu beradaptasi dengan norma sosial dan mengembangkan identitas dirinya. Adapun fungsi tersebut adalah sebagai berikut:

##### 1) Sumber Sosialisasi Utama

Teman sebaya menjadi wadah pertama di luar keluarga tempat individu belajar norma, aturan, dan nilai sosial yang berlaku di masyarakat. Di sinilah remaja mulai belajar bagaimana harus bersikap dalam situasi sosial.

##### 2) Sarana Belajar Interaksi Sosial

Interaksi dengan teman sebaya membantu individu mengembangkan kemampuan komunikasi, memahami empati, menyelesaikan konflik, dan bekerja sama dalam kelompok.

- 3) Pembentukan Identitas Diri  
Kelompok sebaya membantu individu membentuk dan menegaskan siapa dirinya. Pengakuan dan penerimaan dari kelompok menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan diri dan konsep diri.
- 4) Sumber Informasi Sosial  
Teman sebaya juga menjadi referensi bagi individu untuk memahami berbagai hal di luar pengalaman pribadinya, termasuk keputusan-keputusan dalam hal berpakaian, hiburan, bahkan ekonomi.
- 5) Dukungan Emosional dan Psikologis  
Dalam beberapa situasi, teman sebaya memberikan dukungan yang tidak bisa diberikan oleh keluarga, terutama saat remaja mengalami tekanan emosional, kecemasan, atau pergolakan identitas.

Lebih lanjut, Sari *et al.* (2023) menegaskan bahwa pengaruh teman sebaya dalam kehidupan individu, khususnya dalam konteks ekonomi, tercermin dalam lima fungsi utama sebagai berikut:

- 1) Fungsi Informasional  
Teman sebaya berperan sebagai sumber informasi penting dalam kehidupan individu. Informasi yang disampaikan oleh teman dianggap lebih relevan dan terpercaya dibandingkan dengan sumber lain.
- 2) Fungsi Persuasi  
Melalui komunikasi informal dalam kelompok sebaya, individu dapat dipengaruhi untuk mengadopsi pilihan tertentu, baik secara sadar maupun tidak sadar.
- 3) Fungsi Komparatif  
Teman sebaya berperan dalam membentuk standar atau tolok ukur sosial. Dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar kelompok dapat memengaruhi keputusan ekonomi secara signifikan.
- 4) Fungsi Normatif  
Kelompok teman sebaya menciptakan norma-norma tertentu yang menjadi pedoman dalam bertindak. Individu sering kali mengikuti kebiasaan yang berlaku dalam kelompok agar tetap diterima dan diakui.
- 5) Fungsi Konfirmasi Sosial  
Dalam proses pengambilan keputusan, individu sering kali membutuhkan validasi sosial atas pilihannya. Teman sebaya menjadi pihak yang memberikan dukungan atau justifikasi atas keputusan tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, fungsi teman sebaya mencerminkan peran yang kompleks dalam membentuk pola pikir, sikap, dan keputusan individu, termasuk dalam aspek ekonomi. Teman sebaya tidak hanya menjadi sumber pembelajaran sosial, tetapi juga berkontribusi terhadap preferensi konsumsi, pertimbangan finansial, dan gaya hidup individu.

### c. Indikator Teman Sebaya

Teman sebaya memiliki pengaruh terhadap pola perilaku ekonomi, tidak hanya dalam aspek konsumsi dan penyesuaian gaya hidup, tetapi juga dalam kebiasaan menabung serta cara mengelola anggaran. Interaksi sosial yang terjadi dalam kelompok sebaya sering kali menjadi referensi utama dalam membentuk keputusan finansial individu, baik secara sadar maupun tidak sadar. Menurut Dewi *et al.* (2017), teman sebaya dapat memengaruhi perilaku ekonomi seseorang melalui interaksi sosial, dorongan kelompok, serta proses penyesuaian terhadap lingkungan. Dalam penelitian ini, indikator teman sebaya dibagi menjadi empat aspek utama, yaitu:

- 1) Interaksi Sosial  
Interaksi sosial merupakan kondisi ketika individu aktif berkomunikasi dan berbagi informasi dengan teman.
- 2) Penyesuaian Gaya Hidup  
Menggambarkan kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan tren atau pola hidup yang dijalani oleh lingkungan sosialnya, khususnya teman-teman terdekat.
- 3) Dorongan Kelompok  
Pengaruh sosial yang timbul karena keinginan untuk diterima dalam kelompok.

Selanjutnya, Wahyudi & Rochmawati (2020) juga mengemukakan indikator teman sebaya dalam penelitiannya, yang menekankan pada faktor kebiasaan dan tekanan sosial dalam kelompok. Adapun indikator-indikator tersebut meliputi:

- 1) Kebiasaan Teman Sebaya  
Mengacu pada pola konsumsi berulang yang dilakukan oleh teman sebaya dan kemudian ditiru oleh individu. Hal ini menciptakan norma kelompok yang memengaruhi keputusan ekonomi secara tidak langsung.

- 2) Keinginan Meniru (Imitasi)  
Individu cenderung mengikuti pola konsumsi teman, baik dalam jenis produk, merek, atau gaya hidup, untuk menunjukkan kesamaan atau menjaga status sosial dalam kelompok.
- 3) Sikap Solidaritas  
Merupakan bentuk kebersamaan yang mendorong seseorang menyesuaikan perilaku agar tidak berbeda dari kelompok.
- 4) Dukungan atau Tekanan Kelompok  
Teman sebaya memberikan dukungan berupa ajakan atau validasi dalam keputusan ekonomi, namun juga bisa menjadi tekanan jika seseorang merasa “terpaksa” membeli untuk bisa diterima dalam lingkungan sosialnya.

Sementara itu, Sabila & Ulfatun (2024) menyoroti dimensi sosial dan partisipatif dari hubungan teman sebaya yang dapat memengaruhi perilaku menabung dan konsumsi. Mereka mengidentifikasi tiga indikator utama:

- 1) Interaksi Sosial di Lingkungan Teman Sebaya  
Menggambarkan keterlibatan aktif individu dalam hubungan sosial dengan kelompok sebaya yang memengaruhi pola pikir dan tindakan dalam penggunaan uang.
- 2) Keterlibatan Individu dalam Aktivitas Kelompok  
Menunjukkan tingkat partisipasi seseorang dalam berbagai kegiatan bersama teman yang dapat menimbulkan dorongan konsumsi, seperti belanja bareng, nongkrong di kafe, atau mengikuti challenge sosial media.
- 3) Dukungan Teman Sebaya  
Bentuk pengaruh teman yang bersifat mendukung, seperti memberikan saran, contoh perilaku keuangan, atau motivasi dalam memilih tindakan ekonomi tertentu seperti menabung.

Berdasarkan uraian di atas, indikator teman sebaya yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Dewi *et al.* (2017), yaitu interaksi sosial, penyesuaian gaya hidup, dan dorongan kelompok.

### 3. Kontrol Diri (X2)

#### a. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengatur pikiran, emosi, dan tindakan agar selaras dengan nilai dan tujuan jangka panjang. Kemampuan ini menjadi kunci penting dalam pengambilan keputusan sehari-hari, terutama saat individu harus memilih antara keinginan sesaat dan prioritas jangka panjang, seperti dalam mengatur pengeluaran atau membuat perencanaan keuangan.

Teori *self-control* yang dikemukakan oleh Tangney, Baumeister, dan Boone dalam Unger *et al.* (2016) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengesampingkan atau mengubah respons internal, menghambat kecenderungan perilaku yang tidak diinginkan, serta menahan diri dari tindakan impulsif. Lebih lanjut, kontrol diri mencakup pengendalian terhadap pikiran, emosi, impuls, dan performa perilaku sebagai bagian dari proses pencapaian tujuan. Sejalan dengan pandangan tersebut Ghufroon & Risnawati (2017) kontrol diri merupakan kapasitas seseorang dalam mengarahkan perilaku agar tetap sesuai dengan nilai, norma, serta tujuan hidup, bahkan ketika dihadapkan pada tekanan atau godaan dari lingkungan sekitar.

Lebih lanjut, Nuraeni *et al.* (2024) menyebutkan bahwa kontrol diri merupakan keterampilan individu dalam mengendalikan keinginan sesaat dari dalam diri yang berpotensi mendorong perilaku yang kurang sesuai dengan norma yang berlaku dalam masyarakat. Dengan kontrol diri yang baik, individu mampu menahan dorongan impulsif sehingga dapat terhindar dari konsekuensi yang merugikan, termasuk dalam pengambilan keputusan keuangan.

Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khoirunnisa & Johan (2020) yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat kontrol diri tinggi cenderung mampu mengatur keuangannya dengan lebih disiplin dan bertanggung jawab. Hasil serupa ditemukan dalam studi oleh Anatasya *et al.* (2024) yang menunjukkan bahwa individu dengan kontrol diri rendah memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk terlibat dalam perilaku konsumtif, karena kurang mampu menahan dorongan sesaat. Aprilia *et al* (2024) turut menambahkan bahwa kontrol diri memungkinkan individu untuk menetapkan prioritas dalam pengeluaran, menghindari konsumsi yang tidak diperlukan, serta menjaga komitmen terhadap rencana keuangan jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, kontrol diri bukan hanya menjadi sarana untuk menahan dorongan impulsif, tetapi juga merupakan landasan penting dalam membentuk perilaku ekonomi yang bijak, terencana, dan berorientasi masa depan. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung mampu menimbang konsekuensi jangka panjang dari setiap keputusan keuangan yang diambil, sehingga tidak mudah tergodanya oleh tren konsumsi yang sifatnya sementara.

#### **b. Faktor yang Memengaruhi Kontrol Diri**

Kemampuan individu dalam mengontrol diri tidak hanya dipengaruhi oleh kemauan pribadi, tetapi juga oleh berbagai faktor psikologis dan lingkungan yang membentuk pola pikir serta perilakunya sejak usia dini. Dalam hal ini, kontrol diri terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman sosial, dan pengaruh dari luar diri individu. Menurut Ghufroon & Risnawati (2017), terdapat dua faktor utama yang memengaruhi kontrol diri, yaitu sebagai berikut:

1) Faktor Internal

Faktor internal berasal dari dalam diri individu, meliputi usia, pengalaman pribadi, dan kemampuan kognitif. Salah satu unsur penting dalam pembentukan kontrol diri adalah pola asuh yang diterima sejak kecil.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal berasal dari luar diri individu, khususnya lingkungan keluarga dan sosial. Lingkungan keluarga yang mendukung, konsisten dalam menerapkan disiplin, serta memberikan contoh perilaku yang sehat akan sangat membantu dalam mengembangkan kontrol diri yang stabil.

Lebih lanjut Baumeister dan Boden dalam Marsela & Supriatna (2019) menyebutkan bahwa terdapat beberapa faktor yang memengaruhi kontrol diri individu, di antaranya peran orang tua dan budaya. Hubungan antara anak dan orang tua memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan kemampuan pengendalian diri. Pola asuh yang bersifat keras dan otoriter cenderung membuat anak kurang mampu mengendalikan diri, sedangkan pola asuh yang memberikan kesempatan untuk mandiri sejak dini dapat membantu anak mengembangkan kontrol diri yang lebih baik. Selain itu, faktor budaya juga turut memengaruhi kontrol diri, karena setiap individu hidup dalam lingkungan dengan nilai dan aturan sosial yang berbeda, yang pada akhirnya membentuk cara individu dalam mengatur serta mengendalikan dirinya.

Dengan demikian, kontrol diri merupakan kemampuan psikologis yang tidak hanya dipengaruhi oleh kondisi internal, seperti usia, pengalaman pribadi, dan kemampuan berpikir, tetapi juga oleh faktor eksternal seperti pola asuh orang tua, budaya, serta lingkungan sosial tempat individu berkembang..

### c. Indikator Kontrol Diri

Dalam pengambilan keputusan ekonomi, kemampuan seseorang dalam mengelola dorongan dan bertindak sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat menjadi aspek yang krusial. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik cenderung lebih selektif dalam mengeluarkan uang, mampu menunda kepuasan sesaat, dan tetap berpegang pada tujuan keuangan yang rasional. Oleh karena itu, kontrol diri menjadi salah satu variabel penting yang memengaruhi perilaku ekonomi.

Menurut Ghufron & Risnawati (2017), terdapat tiga indikator utama dalam mengukur kontrol diri yaitu:

- 1) Kontrol Perilaku  
Menggambarkan kemampuan individu dalam menahan diri dari tindakan konsumtif yang tidak direncanakan. Aspek ini ditunjukkan melalui perilaku menahan diri dari pembelian impulsif.
- 2) Kontrol Kognitif  
Mengacu pada proses berpikir sebelum bertindak, khususnya dalam mempertimbangkan manfaat dan risiko suatu keputusan ekonomi.
- 3) Kontrol Keputusan  
Menunjukkan kemampuan individu dalam membuat individu dalam membuat keputusan berdasarkan kebutuhan dan skala prioritas. Individu yang memiliki kontrol keputusan yang baik cenderung membuat keputusan ekonomi yang disesuaikan dengan urgensi dan perencanaan keuangannya.

Sementara itu, Nainggolan (2022) mengemukakan bahwa kontrol diri dapat dilihat dari lima indikator berikut:

- 1) Merencanakan sebelum membeli  
Individu memiliki kebiasaan menyusun rencana pembelian terlebih dahulu sehingga keputusan yang diambil tidak bersifat spontan atau impulsif.
- 2) Membandingkan harga sebelum membeli  
Individu melakukan perbandingan harga dari beberapa pilihan produk untuk memperoleh keputusan yang lebih rasional dan ekonomis.
- 3) Mempertimbangkan kegunaan barang  
Individu menilai manfaat serta fungsi barang sebelum melakukan pembelian, sehingga pembelian didasarkan pada kebutuhan, bukan keinginan semata.

- 4) Berpikir sebelum membeli barang yang sama  
Individu tidak tergesa-gesa membeli barang sejenis apabila masih memiliki barang yang sama dan masih layak digunakan.
- 5) Membeli barang yang sedang dibutuhkan  
Keputusan pembelian dilakukan berdasarkan tingkat kebutuhan yang nyata, bukan karena dorongan emosi, tren, atau pengaruh lingkungan.

Di sisi lain, Nisa (2020) menekankan pada aspek kedisiplinan dan pengendalian emosi sebagai bagian dari kontrol diri, dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Kemampuan Mengatur Emosi dalam Pengambilan Keputusan  
Individu tidak mudah terpengaruh oleh kondisi emosional ketika mengambil keputusan ekonomi.
- 2) Disiplin dalam Mengelola Pengeluaran  
Kedisiplinan dalam mencatat, membatasi, dan mengatur keuangan secara konsisten sesuai dengan rencana.
- 3) Kemampuan Mengatur Keinginan  
Kecakapan untuk memisahkan antara kebutuhan dan keinginan serta menetapkan prioritas yang tepat.
- 4) Tanggung Jawab dalam Mengelola Keuangan Pribadi  
Kesadaran akan dampak dari setiap keputusan finansial yang diambil, serta adanya tanggung jawab untuk tetap berada dalam jalur perencanaan keuangan.

Berdasarkan uraian diatas, indikator kontrol diri yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Ghufroon & Risnawati (2017) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

#### **4. Literasi Keuangan (X3)**

##### **a. Pengertian Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan salah satu kemampuan dasar yang perlu dimiliki oleh setiap individu dalam mengelola keuangannya secara cerdas dan bertanggung jawab. Kemampuan ini mencakup pengetahuan tentang konsep dasar keuangan, keterampilan dalam mengatur pendapatan dan pengeluaran, serta sikap yang mencerminkan kehati-hatian dalam mengambil keputusan finansial.

*Financial Literacy Theory* yang dikemukakan oleh Lusardi & Mitchell (2014) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi dari kemampuan memahami informasi ekonomi dasar, mengenali risiko, serta membuat keputusan finansial berdasarkan pertimbangan yang rasional. Menurut mereka, individu dengan literasi keuangan yang baik akan lebih mampu menghindari utang berlebihan, mengelola konsumsi dengan hati-hati, dan memiliki perencanaan keuangan yang matang.

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2025), literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, keyakinan, dan perilaku yang memengaruhi individu dalam membuat keputusan keuangan yang tepat guna mencapai kesejahteraan. Sejalan dengan itu, Pane & Payong (2024) menyebut bahwa literasi keuangan meliputi kemampuan memahami produk dan layanan keuangan, menyusun anggaran, serta mengelola pengeluaran secara bijak dan terarah. Kemampuan ini membantu individu membentuk kebiasaan ekonomi yang sehat, seperti menabung, membatasi pemborosan, dan merencanakan keuangan secara realistis.

Pendapat serupa disampaikan oleh Putra *et al.* (2025), yang menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam menganalisis dan menggunakan informasi keuangan secara efisien, yang terbukti berperan dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional. Selanjutnya, pandangan dari Hartono *et al.* (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan terdiri dari tiga dimensi utama, yakni pengetahuan keuangan dasar, sikap terhadap uang, dan keterampilan dalam mengelola keuangan secara terstruktur. Literasi ini juga dipandang sebagai proses belajar sepanjang hayat yang membentuk perilaku ekonomi yang disiplin dan bertanggung jawab. Melengkapi perspektif mengenai pembentuk literasi keuangan,

Sari *et al.* (2020) menegaskan bahwa kemampuan literasi keuangan seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal seperti pengetahuan dan sikap, tetapi juga oleh faktor eksternal berupa lingkungan sosial dan pengalaman belajar. Temuan ini menjelaskan bahwa literasi keuangan berkembang melalui proses interaksi dan pembelajaran yang berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Pujiati *et al.* (2023) menambahkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai kompetensi strategis yang membantu individu mengelola sumber daya secara terarah dan bertanggung jawab, sehingga mendukung terciptanya keputusan ekonomi yang lebih bijaksana dalam jangka panjang.

Dengan demikian literasi keuangan adalah kemampuan yang mencakup pengetahuan, sikap, dan keterampilan dalam mengelola keuangan secara bijak. Dengan literasi yang baik, individu mampu menyusun perencanaan, mengendalikan konsumsi, serta membentuk kebiasaan finansial sehat sehingga dapat mencapai kesejahteraan ekonomi yang stabil.

#### **b. Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan**

Literasi keuangan merupakan kemampuan penting yang tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan teoritis, tetapi juga oleh berbagai faktor eksternal dan internal yang membentuk pemahaman serta perilaku individu dalam mengelola keuangan. Menurut Lusardi & Mitchell (2014), literasi keuangan berkaitan erat dengan investasi pada *human capital*, termasuk tingkat pendidikan dan pengetahuan khusus di bidang keuangan. Temuan mereka juga mengindikasikan bahwa paparan terhadap pendidikan ekonomi dan pengalaman dalam pengambilan keputusan finansial turut berkontribusi terhadap peningkatan literasi keuangan individu.

Choerudin *et al.* (2023), menjelaskan bahwa literasi keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan, seperti tingkat pendidikan, jenis kelamin, pendapatan, usia, dan status sosial, perilaku keuangan sehari-hari, kemudahan akses informasi dan teknologi keuangan. Selain itu, faktor sosial dan budaya, seperti pengaruh keluarga dan teman, serta dukungan kelembagaan melalui program edukasi keuangan, turut menentukan tingkat literasi keuangan seseorang.

Selain itu, Otoritas Jasa Keuangan (2025) dalam Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) menekankan pentingnya aspek psikologis dan perilaku, seperti:

- 1) Sikap terhadap Uang (*Financial Attitude*)  
Sikap terhadap uang berkaitan dengan bagaimana individu memandang, menilai, dan memperlakukan uang dalam kehidupan sehari-hari. Individu dengan sikap yang positif terhadap uang cenderung lebih terencana dan berhati-hati dalam pengelolaan keuangan.
- 2) Perilaku Keuangan (*Financial Behavior*)  
Perilaku keuangan mencerminkan tindakan nyata individu dalam mengatur keuangannya. Hal ini meliputi kebiasaan mencatat pengeluaran, menyusun anggaran, menabung secara rutin, berinvestasi, dan menghindari utang yang tidak perlu.
- 3) Motivasi dan Kepercayaan Diri (*Self-Efficacy*)  
*Self-efficacy* dalam konteks keuangan merujuk pada keyakinan individu bahwa dirinya mampu mengelola keuangan secara mandiri dan efektif.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa literasi keuangan merupakan hasil dari perpaduan antara karakteristik individu, lingkungan, pengalaman, dan pola pikir. Oleh karena itu, upaya peningkatan literasi keuangan perlu mempertimbangkan aspek-aspek tersebut secara menyeluruh agar hasilnya dapat dirasakan secara nyata oleh berbagai kalangan masyarakat.

### c. Indikator Literasi Keuangan

Kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara sadar, terencana, dan rasional dapat ditelusuri melalui indikator literasi keuangan yang dimilikinya. Indikator-indikator ini mencerminkan aspek-aspek penting yang berkaitan dengan bagaimana seseorang memahami, merespons, dan membuat keputusan atas berbagai situasi keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Kejelasan indikator diperlukan untuk mengukur sejauh mana literasi keuangan memengaruhi perilaku ekonomi seseorang secara nyata.

Menurut Rahmawati & Putri (2023), terdapat lima indikator utama dalam mengukur literasi keuangan, yaitu pengetahuan dasar keuangan, membedakan kebutuhan dan keinginan, kesadaran terhadap perilaku konsumsi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, serta pengambilan keputusan finansial.

Sedangkan Kartika (2022), mengembangkan pendekatan literasi keuangan berdasarkan empat dimensi utama, yaitu:

- 1) Uang dan Transaksi  
Menunjukkan kemampuan individu dalam mengenali proses dasar keuangan seperti menerima, menyimpan, dan menggunakan uang dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Resiko dan Imbalan  
Menggambarkan kemampuan individu dalam menilai konsekuensi dari setiap keputusan keuangan, baik dari segi potensi keuntungan maupun risiko yang mungkin timbul.
- 3) Perencanaan dan Pengelolaan Keuangan  
Mengacu pada kemampuan dalam membuat perencanaan anggaran, mengelola pengeluaran, dan menyesuaikan pengelolaan keuangan dengan tujuan tertentu.
- 4) Lanskap Keuangan  
Menunjukkan pemahaman individu terhadap berbagai instrumen keuangan di masyarakat, termasuk kesadaran akan lembaga keuangan, jenis produk finansial, dan regulasi dasar yang mengatur transaksi keuangan.

Berdasarkan uraian dari beberapa ahli tersebut, indikator literasi keuangan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada Rahmawati & Putri (2023), yaitu: pengetahuan dasar keuangan, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, kesadaran terhadap perilaku konsumsi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, serta pengambilan keputusan finansial.

## B. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah hasil-hasil penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan langsung dengan topik atau permasalahan yang sedang dibahas dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut digunakan sebagai referensi atau dasar dalam menyusun dan mengembangkan penelitian ini lebih lanjut. Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan.

**Tabel 5. Penelitian Relevan**

No.	Penulis	Judul	Hasil
1.	Faidah <i>et al.</i> (2018)	Pengaruh Pengalaman Ekonomi, Kontrol Diri serta Pendapatan Siswa terhadap Perilaku Ekonomi Siswa SMA di Kecamatan Pasir Belengkong Kabupaten Paser	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman ekonomi, kontrol diri, dan pendapatan siswa memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku ekonomi. Siswa yang memiliki pengalaman ekonomi sejak dini cenderung memiliki perilaku ekonomi yang lebih rasional, sedangkan kontrol diri yang tinggi mendorong pengelolaan keuangan yang lebih terencana. Pendapatan juga menjadi faktor penting dalam mendorong kemampuan siswa dalam merencanakan keuangan pribadi.
			<b>Persamaan:</b> Penelitian ini mengkaji kontrol diri sebagai faktor yang memengaruhi perilaku ekonomi, sama seperti penelitian penulis.

Tabel 5. Lanjutan

			<p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini menggunakan subjek siswa SMA, sedangkan penelitian penulis menggunakan subjek mahasiswa generasi Z.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Membahas perilaku ekonomi konsumen Gen Z di Katama Coffee &amp; Space dengan menambahkan variabel teman sebaya dan literasi keuangan, bukan hanya kontrol diri seperti penelitian sebelumnya.</p>
2.	Hidayat,(2023)	Rasionalitas Semu dan Anomali dalam Perilaku Ekonomi	<p>Hasil penelitian ini mengungkap bahwa dalam praktiknya, perilaku ekonomi manusia sering kali tidak sejalan dengan teori ekonomi klasik yang mengasumsikan manusia bertindak rasional. Penelitian ini membahas berbagai bentuk bias kognitif dan emosi yang menyebabkan individu membuat keputusan ekonomi yang tidak optimal. Anomali seperti efek anchoring, framing, dan overconfidence menjadi bagian dari penjelasan rasionalitas semu tersebut.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini mendasari pentingnya kontrol diri dan pengaruh psikologis dalam perilaku ekonomi, selaras dengan fokus variabel dalam penelitian penulis.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini bersifat teoritis dan berbasis psikologi ekonomi, sedangkan penelitian penulis bersifat empiris kuantitatif.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini menguji langsung di lapangan dengan konsumen Generasi Z di <i>coffee shop</i>, serta menggabungkan kontrol diri, teman sebaya, dan literasi keuangan, bukan hanya membahas teori.</p>

**Tabel 5. Lanjutan**

3.	Falah <i>et al.</i> (2024)	Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari Mojokerto pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi	<p>Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku ekonomi Generasi Z Muslim saat berbelanja online dipengaruhi oleh nilai-nilai keagamaan dan budaya konsumsi yang berkembang di lingkungan mereka. Keputusan ekonomi, termasuk pembelian barang secara daring, tidak hanya dipengaruhi oleh rasionalitas, tetapi juga oleh nilai spiritual dan gaya hidup. Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol ditemukan lebih tinggi pada individu dengan kontrol diri yang rendah.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini juga meneliti perilaku ekonomi Generasi Z dan melibatkan aspek sosial budaya.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Fokus penelitian ini adalah pada konsumsi online dalam perspektif Islam, sedangkan penelitian penulis menggunakan pendekatan perilaku ekonomi secara umum.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Fokus dalam penelitian ini adalah perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di <i>coffee shop</i>, bukan belanja online, serta menambahkan variabel teman sebaya dan literasi keuangan.</p>
4.	Ariani & Prakoso (2024)	Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Ekonomi Peserta Didik dengan Literasi Ekonomi sebagai Variabel Mediasi	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan ekonomi yang diperoleh dari lingkungan keluarga memiliki pengaruh positif terhadap perilaku ekonomi peserta didik. Literasi ekonomi berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut, yang berarti semakin tinggi pemahaman ekonomi yang diberikan oleh keluarga, semakin tinggi pula perilaku ekonomi yang positif ditunjukkan oleh siswa.</p>

Tabel 5. Lanjutan

			<p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini menegaskan pentingnya literasi ekonomi sebagai faktor yang memengaruhi perilaku ekonomi.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini mengkaji pendidikan ekonomi keluarga sebagai variabel utama, sedangkan dalam penelitian penulis tidak menyinggung faktor pendidikan keluarga.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini tidak membahas pendidikan ekonomi keluarga, tapi fokus pada literasi keuangan, kontrol diri, dan teman sebaya dalam konteks <i>coffee shop</i>.</p>
5.	Griselda <i>et al.</i> (2024)	Analisis Perilaku Ekonomi Mahasiswa di Indonesia: Sebuah Studi Literatur	<p>Penelitian ini merupakan studi literatur yang menyimpulkan bahwa perilaku ekonomi mahasiswa di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal seperti kontrol diri dan literasi keuangan, maupun eksternal seperti pengaruh teman sebaya dan lingkungan sosial.</p> <p><b>Persamaan:</b> Penelitian ini menggunakan variabel yang sama, yaitu literasi keuangan, kontrol diri, dan teman sebaya terhadap perilaku ekonomi.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini menggunakan pendekatan literatur, sedangkan penelitian penulis merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian ini dilakukan secara langsung di Katama Coffee &amp; Space, bukan studi literatur, dengan subjek konsumen Generasi Z.</p>

Tabel 5. Lanjutan

6.	Widyawati <i>et al.</i> (2019)	Perilaku Ekonomi: Literasi Ekonomi, Kelompok Teman Sebaya, dan Kontrol Diri	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi, kelompok teman sebaya, dan kontrol diri berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap perilaku ekonomi mahasiswa. Literasi ekonomi berperan dalam membentuk pengambilan keputusan ekonomi yang rasional.</p> <p><b>Persamaan</b>  Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian penulis, yaitu sama-sama meneliti pengaruh literasi ekonomi, teman sebaya, dan kontrol diri terhadap perilaku ekonomi.</p> <p><b>Perbedaan</b>  Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada subjek dan konteks penelitian. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa pendidikan ekonomi, sedangkan penelitian penulis dilakukan pada konsumen Generasi Z di <i>coffee shop</i>.</p> <p><b>Kebaruan</b>  Kebaruan dalam penelitian penulis terletak pada objek penelitian yang lebih spesifik, yaitu Generasi Z sebagai konsumen <i>coffee shop</i>, serta mengkaji perilaku ekonomi dalam konteks konsumsi aktual di tempat usaha kuliner.</p>
7.	Malini (2021)	Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Generasi Z di warung kopi dipengaruhi oleh gaya hidup, kebutuhan sosial, dan kepuasan emosional. Generasi Z menjadikan warung kopi sebagai bagian dari gaya hidup dan sarana interaksi sosial.</p> <p><b>Persamaan:</b>  Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada subjek penelitian, yaitu Generasi Z, serta konteks penelitian yang sama-sama dilakukan di warung kopi.</p>

Tabel 5. Lanjutan

			<p><b>Perbedaan:</b> Perbedaan penelitian ini adalah pendekatan yang digunakan bersifat kualitatif</p> <p><b>Kebaruan:</b> Penelitian penulis memiliki kebaruan karena menggunakan pendekatan kuantitatif serta menguji pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z.</p>
8.	Hasmani & Siregar (2024)	Pengaruh Sosialisasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung melalui Literasi Keuangan	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung Generasi Z. Semakin tinggi literasi keuangan, maka semakin baik perilaku keuangan individu dalam mengelola pendapatan.</p> <p><b>Persamaan:</b> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel literasi keuangan dan subjek Generasi Z.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen, yaitu perilaku menabung, sedangkan penelitian penulis menggunakan perilaku ekonomi konsumen.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Kebaruan penelitian penulis adalah mengaitkan literasi keuangan dengan perilaku ekonomi konsumsi Generasi Z di <i>coffee shop</i>, bukan hanya pada perilaku menabung.</p>
9.	Cahyasari (2024)	Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan pada Generasi Z di Indonesia	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih bijak dan terencana.</p>

Tabel 5. Lanjutan

		<p><b>Persamaan:</b> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada variabel literasi keuangan dan subjek Generasi Z.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian ini menggunakan metode <i>systematic literature review</i>, sedangkan penelitian penulis menggunakan penelitian empiris dengan pengumpulan data langsung.</p> <p><b>Kebaruan:</b> Kebaruan penelitian penulis terletak pada pengujian langsung di lapangan dengan konteks perilaku ekonomi konsumen <i>coffee shop</i>.</p>
10. (Oktaviani <i>et al.</i> 2023)	Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada mahasiswa. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu, maka semakin rasional perilaku konsumsi yang ditunjukkan. Literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu mengelola pengeluaran, menentukan skala prioritas, serta menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.</p> <p><b>Persamaan:</b> Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan variabel literasi keuangan dan subjek penelitian, yaitu Generasi Z, serta sama-sama mengkaji perilaku konsumsi sebagai bagian dari perilaku ekonomi.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada objek dan konteks penelitian. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa di lingkungan kampus,</p>

**Tabel 5. Lanjutan**


---

	sedangkan penelitian penulis dilakukan pada konsumen Generasi Z di <i>coffee shop</i> .
	<b>Kebaruan</b>
	Kebaruan penelitian penulis terletak pada pengujian perilaku ekonomi konsumen Generasi Z dalam konteks konsumsi di <i>coffee shop</i> serta mengombinasikan literasi keuangan dengan variabel kontrol diri dan teman sebaya, sehingga memberikan gambaran perilaku ekonomi yang lebih komprehensif.

---

### C. Kerangka Pikir

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, menyebabkan gaya hidup individu ikut mengalami perubahan signifikan, terutama dalam hal pengambilan keputusan ekonomi. Keputusan yang dulu mungkin dipengaruhi oleh pertimbangan rasional seperti kebutuhan, kini mulai dipengaruhi oleh faktor sosial, emosional, dan bahkan budaya digital yang terus berkembang.

Fenomena ini paling terasa pada kelompok usia muda yang tumbuh di era serba cepat dan serba instan, yaitu Generasi Z, yang lahir di era digital dan informasi, punya tantangan tersendiri dalam mengambil keputusan ekonomi. Gaya hidup cepat, budaya instan, dan tekanan sosial sering kali membuat mereka bertindak impulsif dalam mengelola keuangan.

Mereka hidup berdampingan dengan perkembangan teknologi, promosi digital, dan tren yang terus berubah. Hal ini membuat perilaku ekonomi mereka tidak selalu berdasarkan kebutuhan rasional, melainkan juga dipengaruhi oleh dorongan sosial maupun psikologis. Menurut Tajuddien & Praditya (2022) perilaku ekonomi individu pada era digital semakin dipengaruhi oleh faktor sosial, psikologis, serta tingkat pengetahuan keuangan yang dimiliki.

Artinya, untuk memahami perilaku ekonomi Generasi Z, perlu melihat secara menyeluruh faktor internal maupun eksternal yang memengaruhi mereka. Salah satu faktor penting yang memengaruhi perilaku ekonomi adalah teman sebaya. Lingkungan sosial berperan besar dalam membentuk cara individu berpikir dan bertindak, termasuk dalam keputusan keuangan. Seperti dikemukakan oleh Santrock dalam Lailiyah *et al.* (2025) teman sebaya merupakan agen sosialisasi yang penting karena memberikan referensi sosial dalam pembentukan nilai, sikap, dan perilaku.

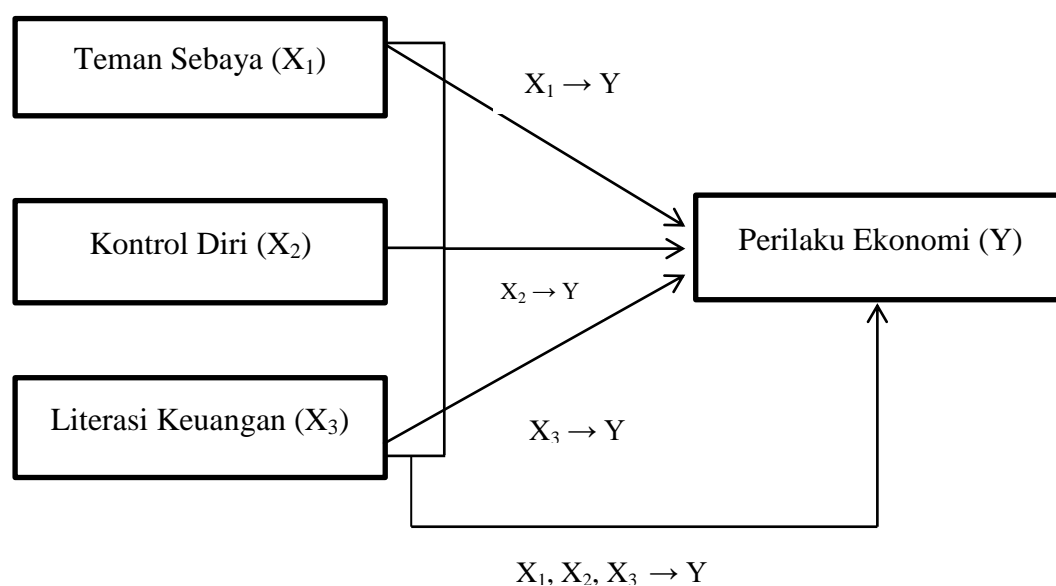
Dalam konteks ini, pengaruh teman sebaya dapat mendorong Generasi Z untuk mengikuti gaya konsumsi kelompoknya, baik secara sadar maupun tidak sadar. Faktor internal lainnya adalah kontrol diri, yaitu kemampuan individu untuk menahan dorongan dan mengatur perilaku agar tetap sesuai dengan nilai dan tujuan jangka panjang. Menurut Ghufron & Risnawati (2017), kontrol diri mencakup kemampuan menahan keinginan, mengelola emosi, dan mempertimbangkan konsekuensi dari tindakan yang akan diambil. Kontrol diri menjadi sangat penting ketika seseorang dihadapkan pada godaan untuk berperilaku konsumtif atau mengambil keputusan ekonomi yang tidak rasional.

Selanjutnya, literasi keuangan menjadi faktor penentu dalam kemampuan seseorang mengelola keuangan dengan bijak. Lusardi & Mitchell (2014) menekankan bahwa literasi keuangan bukan hanya tentang pengetahuan ekonomi dasar, tetapi juga mencakup keterampilan dalam mengelola uang, membuat keputusan investasi, serta memahami risiko dan peluang keuangan. Literasi keuangan yang rendah dapat menyebabkan individu mudah tergoda oleh penawaran konsumtif tanpa perencanaan yang matang.

Ketiga faktor tersebut, yaitu teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan, memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku ekonomi Generasi Z. Teman sebaya memberikan tekanan sosial yang bisa memengaruhi keputusan ekonomi. Kontrol diri berperan sebagai mekanisme pengatur dari dalam diri agar tidak mudah tergoda. Sementara itu, literasi keuangan menjadi fondasi pengetahuan yang membantu individu mengambil keputusan yang tepat.

Penelitian ini dilakukan di Katama Coffee & Space Bandar Lampung, karena tempat ini menjadi ruang berkumpulnya Generasi Z yang aktif secara sosial dan digital. Melalui pendekatan kuantitatif dan penyebaran angket, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap perilaku ekonomi Generasi Z yang menjadi konsumen aktif Katama. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang utuh mengenai bagaimana perilaku ekonomi terbentuk dari interaksi antara faktor sosial, personal, dan kognitif.

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka dapat digambarkan kerangka pikir penelitian ini sebagai berikut.



**Gambar 1. Kerangka Pikir**

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori, kerangka pikir, dan hasil penelitian terdahulu di atas, maka dapat diketahui hipotesis dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh parsial antara teman sebaya terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
2. Terdapat pengaruh parsial antara kontrol diri terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
3. Terdapat pengaruh parsial antara literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.
4. Terdapat pengaruh simultan antara teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan konsumen terhadap perilaku ekonomi Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

### III. METODE PENELITIAN

#### A. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif, yaitu suatu pendekatan yang menekankan pada objektivitas data serta pengukuran variabel menggunakan angka-angka dan alat statistik. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kuantitatif bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar variabel serta menguji hipotesis berdasarkan teori yang telah ada. Jenis ini dipilih karena sesuai dengan kebutuhan penelitian dalam mengkaji pengaruh teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif. Penelitian deskriptif berfungsi untuk memberikan gambaran sistematis, faktual, dan akurat mengenai karakteristik variabel dalam situasi tertentu. Sementara itu, penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya secara ilmiah berdasarkan teori yang relevan, sehingga dapat diketahui ada atau tidaknya pengaruh antar variabel (Mulyatiningsih, 2023).

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *ex post facto* dan survei. *Ex post facto* merupakan pendekatan yang digunakan dalam penelitian terhadap peristiwa yang telah terjadi, tanpa adanya manipulasi terhadap variabel oleh peneliti. Karena itu, pendekatan ini sesuai dengan penelitian ini yang mengamati kondisi nyata dari responden seperti interaksi dengan teman sebaya, tingkat literasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku ekonominya (Mulyatiningsih, 2023).

Selanjutnya, digunakan pula pendekatan survei karena data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner kepada responden. Pendekatan ini banyak digunakan dalam penelitian sosial karena efisien untuk menjangkau sampel yang luas, serta mampu menghasilkan data kuantitatif yang dapat dianalisis dengan uji statistik. Melalui survei, peneliti dapat menggali persepsi, sikap, dan kecenderungan perilaku ekonomi responden secara langsung (Hermawan & Amirullah, 2022)

Dengan demikian, melalui kombinasi metode deskriptif verifikatif serta pendekatan *ex post facto* dan survei, penelitian ini tidak hanya menyajikan gambaran aktual mengenai perilaku ekonomi generasi Z, tetapi juga menguji secara empiris pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini mendukung tercapainya tujuan penelitian yang bersifat terukur, terstruktur, dan berbasis teori. Oleh karena itu, pemilihan jenis, metode, dan pendekatan penelitian ini dianggap tepat untuk mendalami dinamika perilaku ekonomi dalam konteks generasi Z di lingkungan sosial perkotaan seperti Katama Coffee & Space.

## **B. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Dalam penelitian kuantitatif, populasi merujuk pada keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti (Sugiyono, 2023). Populasi adalah keseluruhan individu yang paling tidak memiliki satu sifat atau karakteristik yang sama dan menjadi perhatian peneliti karena dianggap dapat memberikan informasi terhadap permasalahan yang dikaji. Pada penelitian ini, populasi yang ditetapkan adalah seluruh konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

Generasi Z didefinisikan sebagai individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, yang tumbuh dalam era digital dan sejak usia dini telah terpapar internet, media sosial, serta teknologi digital (Dimock, 2019). Kondisi tersebut membentuk karakteristik generasi ini yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan aktif dalam ekosistem ekonomi digital. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan perilaku keuangan yang khas, seperti pengeluaran yang bersifat impulsif, tingkat tabungan yang relatif rendah, serta perencanaan anggaran jangka panjang yang belum optimal (Pawestri & Warastri, 2024). Dengan demikian, pemilihan konsumen Generasi Z yang mengunjungi Katama Coffee & Space dinilai tepat untuk menggambarkan pola perilaku ekonomi pada generasi ini dalam konteks budaya nongkrong dan konsumsi kafe.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subjek penelitian dan diharapkan dapat merepresentasikan karakteristik populasi secara keseluruhan (Arikunto, 2019). Pengambilan sampel bertujuan agar peneliti dapat melakukan pengumpulan data secara efisien tanpa harus meneliti seluruh anggota populasi yang ada. Untuk menentukan jumlah sampel yang digunakan, peneliti menggunakan rumus Slovin, yang sesuai digunakan apabila populasi diketahui dan bertujuan untuk memperoleh hasil dengan tingkat presisi tertentu (Sugiyono, 2023). Rumus Slovin dinyatakan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah populasi (diasumsikan berdasarkan estimasi rata-rata kunjungan bulanan generasi Z di Katama)

e : Tingkat kesalahan (*error tolerance*)

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti serta wawancara dengan Head Operational Katama Coffee & Space Bandar Lampung, diperoleh informasi bahwa rata-rata menerima lebih dari 650 konsumen per hari, sehingga jika diestimasikan selama satu bulan (30 hari), total konsumen adalah  $\pm 19.500$  orang. Karena penelitian hanya difokuskan pada konsumen generasi Z (kelompok usia  $\pm 13$ – $28$  tahun), maka populasi relevan diperkirakan sebanyak  $\pm 60\%$  dari total kunjungan, yaitu sekitar 11.700 orang. Dengan tingkat kesalahan 10%, maka perhitungan jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{11.700}{1 + 11.700 (0,1)^2} = \frac{11.700}{1 + 117} = \frac{11.700}{118} = 99$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 99 responden konsumen generasi Z, yang akan dipilih secara *accidental sampling* dari konsumen Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Jumlah ini dianggap representatif untuk menggambarkan karakteristik Generasi Z konsumen Katama Coffee & Space secara umum.

### C. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, dengan pendekatan *accidental sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel di mana tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2023). Sedangkan *accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik populasi (Ridwan, 2016). Teknik ini dipilih karena karakteristik konsumen Katama Coffee & Space bersifat heterogen dan tidak terdaftar secara sistematis, sehingga sulit untuk melakukan penarikan sampel secara acak.

#### **D. Variabel Penelitian**

Penelitian ini menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) yang saling berkaitan dalam menjelaskan pengaruh antara satu dengan yang lainnya.

##### **1. Variabel Independen (Bebas)**

Variabel independen adalah variabel yang diduga memiliki pengaruh atau menjadi faktor penyebab atas terjadinya perubahan pada variabel lainnya (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas, yaitu teman sebaya ( $X_1$ ), kontrol diri ( $X_2$ ), dan literasi keuangan ( $X_3$ ). Ketiga variabel ini diasumsikan memiliki pengaruh terhadap bentuk perilaku ekonomi yang ditampilkan oleh Generasi Z.

##### **2. Variabel Dependen (Terikat)**

Variabel dependen merupakan variabel yang terpengaruh oleh keberadaan variabel bebas. Perubahan nilai pada variabel ini ditentukan oleh pengaruh dari variabel-variabel independen yang terlibat dalam penelitian (Sugiyono, 2023). Adapun variabel dependen dalam penelitian ini adalah perilaku ekonomi ( $Y$ ).

#### **E. Definisi Konseptual Variabel**

Definisi konseptual merupakan penjelasan teoritis terhadap suatu variabel yang digunakan dalam penelitian berdasarkan pandangan atau konsep dari para ahli. Definisi ini membantu memberikan batasan makna terhadap variabel sehingga dapat dipahami secara jelas dan konsisten. Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan terdiri atas satu variabel dependen dan tiga variabel independen.

### **1. Perilaku Ekonomi (Y)**

Perilaku ekonomi merupakan bentuk nyata dari keputusan individu dalam mengelola sumber daya yang dimilikinya, seperti uang, waktu, dan tenaga, guna memenuhi kebutuhan hidup serta mencapai tujuan keuangan tertentu. Dalam kehidupan sehari-hari, perilaku ini tercermin dari cara seseorang mengatur pengeluaran, menyusun anggaran, memprioritaskan kebutuhan, hingga merespons dorongan konsumtif yang muncul dari lingkungan sekitarnya. Menurut Hidayat *et al.* (2022), perilaku ekonomi mencerminkan bagaimana individu bertindak dalam menghadapi keterbatasan sumber daya, sehingga dituntut untuk membuat pilihan yang efisien, rasional, dan penuh pertimbangan.

### **2. Teman Sebaya (X<sub>1</sub>)**

Teman sebaya merupakan kelompok sosial yang terdiri dari individu dengan usia dan tingkat perkembangan yang relatif sama, di mana interaksi yang terjalin cenderung bersifat intens, terbuka, dan saling memengaruhi satu sama lain. Dalam kehidupan remaja dan dewasa muda, teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir, nilai, dan perilaku seseorang, termasuk dalam hal pengambilan keputusan ekonomi. Menurut Sari *et al.* (2023), teman sebaya adalah pihak di luar keluarga yang dapat memengaruhi tindakan konsumtif individu melalui norma sosial, dorongan kelompok, serta penyesuaian terhadap gaya hidup kelompok.

### **3. Kontrol Diri (X<sub>2</sub>)**

Kontrol diri adalah kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan, emosi, dan perilaku agar tetap selaras dengan tujuan yang telah ditetapkan, terutama ketika menghadapi situasi yang memancing keputusan impulsif, seperti godaan berbelanja atau tekanan sosial. Individu dengan kontrol diri yang baik cenderung mampu menunda kepuasan sesaat, lebih disiplin dalam mengatur keuangan, dan mampu membuat keputusan ekonomi yang rasional. Menurut Aprilia *et al.* (2024), kontrol diri merupakan kemampuan untuk mengelola impuls dan menetapkan batasan terhadap perilaku yang dapat merugikan diri sendiri secara ekonomi maupun sosial.

#### **4. Literasi Keuangan (X3)**

Literasi keuangan adalah pengetahuan, keterampilan, dan sikap individu dalam memahami konsep keuangan serta mengelola keuangan pribadinya secara efektif dan bertanggung jawab. Literasi ini mencakup kemampuan dalam membuat anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, memahami risiko, serta mengambil keputusan finansial berdasarkan informasi yang tepat. Menurut Rahmawati & Putri (2023), literasi keuangan mencerminkan kesiapan seseorang dalam menghadapi tantangan ekonomi dengan membuat keputusan yang cerdas dan strategis dalam pengelolaan keuangannya.

#### **F. Definisi Operasional Variabel**

Definisi operasional variabel adalah penjabaran teknis mengenai bagaimana suatu variabel diukur dan diamati dalam penelitian, berdasarkan indikator yang terukur dan dapat dianalisis.

##### **1. Perilaku Ekonomi (Y)**

Perilaku ekonomi merupakan cara individu mengambil keputusan dalam mengelola keuangannya sehari-hari, seperti saat berbelanja, menabung, dan membuat anggaran. Generasi Z sebagai kelompok yang akrab dengan teknologi dan informasi cenderung menunjukkan gaya pengelolaan keuangan yang khas, termasuk kecenderungan berbelanja karena tren, kebiasaan menabung untuk kebutuhan mendatang, dan kemampuan menyusun rencana pengeluaran secara mandiri. Variabel ini diukur melalui tiga aspek utama, yaitu perilaku konsumsi, perilaku menabung, dan perilaku penganggaran. Pengukuran variabel ini menggunakan skala semantik diferensial dengan tujuh pilihan pernyataan mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengetahui sejauh mana individu menunjukkan kecenderungan perilaku ekonomi tersebut.

## **2. Teman Sebaya ( $X_1$ )**

Teman sebaya merupakan individu yang memiliki usia relatif sama dan sering berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari, seperti teman kuliah, sahabat, atau rekan dalam komunitas sosial. Bagi Generasi Z, teman sebaya menjadi sumber pengaruh yang signifikan dalam membentuk sikap dan pengambilan keputusan, termasuk dalam keputusan ekonomi. Kehadiran mereka sering kali menjadi acuan dalam menentukan gaya hidup, kebiasaan belanja, hingga cara mengelola keuangan. Dalam penelitian ini, teman sebaya dipandang sebagai faktor eksternal yang dapat mendorong terbentuknya perilaku ekonomi baik secara positif misalnya melalui motivasi menabung, maupun negatif seperti perilaku konsumtif akibat tekanan sosial. Variabel teman sebaya diukur melalui empat indikator utama yaitu interaksi sosial, penyesuaian gaya hidup, pengaruh terhadap keputusan ekonomi, dorongan kelompok. Pengukuran variabel ini menggunakan skala semantik diferensial dengan tujuh pilihan pernyataan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengetahui sejauh mana teman sebaya memengaruhi perilaku ekonomi.

## **3. Kontrol Diri ( $X_2$ )**

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan internalnya, terutama ketika menghadapi situasi yang menuntut keputusan ekonomi secara rasional. Generasi Z dengan tingkat kontrol diri yang baik cenderung mampu merencanakan, mempertimbangkan, dan menunda keputusan pengeluaran demi mencapai kestabilan keuangan pribadi. Dalam hal ini, kontrol diri berperan sebagai filter utama sebelum individu mengambil tindakan ekonomi tertentu. Dalam penelitian ini, kontrol diri diukur melalui tiga indikator utama, yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, kontrol keputusan. Ketiga indikator ini diukur menggunakan skala semantik diferensial dengan tujuh pilihan pernyataan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengetahui sejauh mana kontrol diri berkontribusi terhadap pola perilaku ekonomi Generasi Z, khususnya dalam pengelolaan keuangan pribadi yang bijak dan terencana.

#### 4. Literasi Keuangan ( $X_3$ )

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami serta mengelola keuangannya secara bijak, yang mencakup aspek pengetahuan, kesadaran, dan keterampilan dalam pengambilan keputusan finansial. Dalam penelitian ini, literasi keuangan diukur melalui lima indikator utama yaitu pengetahuan dasar keuangan, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, kesadaran terhadap perilaku konsumsi, perencanaan keuangan kemampuan mengambil keputusan keuangan. Kelima indikator ini diukur menggunakan skala semantik diferensial dengan tujuh pilihan pernyataan, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju, untuk mengetahui sejauh mana literasi keuangan berkontribusi terhadap pola perilaku ekonomi Generasi Z.

**Tabel 6. Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Perilaku Ekonomi (Y)	1. Perilaku konsumsi 2. Perilaku menabung 3. Perilaku penganggaran	Interval melalui pendekatan semantik diferensial
2.	Teman Sebaya ( $X_1$ )	1. Interaksi sosial 2. Penyesuaian gaya hidup 3. Dorongan kelompok (Dewi <i>et al.</i> 2017)	Interval melalui pendekatan semantik diferensial
3.	Kontrol Diri ( $X_2$ )	1. Kontrol perilaku 2. Kontrol kognitif 3. Kontrol keputusan (Ghufron & Risnawati 2017)	Interval melalui pendekatan semantik diferensial
4.	Literasi Keuangan ( $X_3$ )	1. Pengetahuan dasar keuangan 2. Pengelolaan uang 3. Pemahaman produk layanan keuangan 4. Sikap dan kesadaran keuangan (L. Rahmawati & Putri, 2023)	Interval melalui pendekatan semantik diferensial

## **G. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Angket (Kuesioner)**

Angket adalah instrumen tertulis yang digunakan peneliti untuk mengukur persepsi, sikap, dan kecenderungan perilaku responden terhadap variabel-variabel penelitian. Menurut (Sugiyono, 2023), angket merupakan teknik yang efisien untuk mengumpulkan data dalam skala besar dan cocok untuk penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, angket menggunakan skala semantik diferensial tujuh poin yang disusun berdasarkan indikator teoritis dari variabel teman sebaya, kontrol diri, literasi keuangan, dan perilaku ekonomi. Angket disebarakan langsung kepada konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung.

### **2. Observasi**

Observasi dilakukan untuk mengamati langsung perilaku ekonomi konsumen Generasi Z di lokasi penelitian. Observasi ini bersifat non-partisipatif, di mana peneliti hanya mengamati tanpa ikut terlibat dalam aktivitas konsumen. Nasution (2023) menyatakan bahwa observasi mampu menangkap perilaku yang tidak terungkap melalui angket. Observasi dilakukan pada waktu yang berbeda

### **3. Wawancara**

Wawancara digunakan untuk menggali informasi lebih mendalam dari informan kunci, seperti konsumen Generasi Z dan pengelola Katama. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur agar fleksibel namun tetap terarah. Moleong (2021) menyebutkan bahwa wawancara jenis ini cocok untuk mengeksplorasi makna subjektif dan pengalaman pribadi informan dalam konteks sosial tertentu.

#### **4. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah teknik untuk memperoleh data sekunder seperti profil tempat, jumlah konsumen, dan aktivitas media sosial Katama Coffee & Space. Arikunto (2019) menjelaskan bahwa dokumentasi bermanfaat dalam memperoleh data historis dan administratif yang mendukung penelitian. Data diperoleh dari pihak pengelola dan sumber daring resmi.

#### **H. Uji Persyaratan Instrumen**

Dalam sebuah penelitian, instrumen penelitian berperan penting sebagai alat untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan. Agar data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya, instrumen yang digunakan harus memenuhi syarat-syarat tertentu, terutama berkaitan dengan validitas dan reliabilitas. Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil yang diperoleh jika pengukuran dilakukan berulang kali. Oleh karena itu, sebelum digunakan dalam pengumpulan data, instrumen penelitian perlu diuji terlebih dahulu. Pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut telah memenuhi standar yang dibutuhkan, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

##### **1. Uji Validitas Instrumen**

Uji validitas merupakan salah satu tahapan penting dalam pengujian instrumen penelitian. Tujuan dari uji ini adalah untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan dalam instrumen benar-benar mampu mengukur aspek yang ingin diteliti. Dengan kata lain, instrumen yang valid akan menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini, setiap butir pertanyaan diuji tingkat validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara skor tiap butir pertanyaan dengan skor total. Berikut merupakan rumus uji validitas:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2](n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$	=	Koefisien korelasi antara variabel X dan Y
$n$	=	Jumlah sampel
$\sum XY$	=	Jumlah nilai X dan y
$\sum X$	=	Jumlah nilai X
$\sum Y$	=	Jumlah nilai Y
$\sum X^2$	=	Jumlah kuadrat nilai X
$\sum Y^2$	=	Jumlah kuadrat nilai Y

Setelah nilai  $r_{hitung}$  diperoleh dari hasil uji validitas, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan nilai  $r_{tabel}$ . Perbandingan ini dilakukan untuk menentukan apakah setiap butir dalam instrumen penelitian dinyatakan valid atau tidak. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah: jika nilai  $r_{hitung} >$  dari  $r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05, maka butir instrumen dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai  $r_{hitung} <$   $r_{tabel}$ , maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid. Dengan demikian, hanya butir-butir yang memenuhi kriteria validitas yang dapat digunakan dalam pengumpulan data penelitian. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan tersebut, perhitungan uji validitas dilakukan terhadap 30 responden menggunakan program SPSS dengan  $dk = 30$  dan  $r_{tabel} = 0,361$ , sehingga diperoleh data sebagai berikut:

#### a. Uji Validitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y)

Hasil pengujian validitas instrumen untuk variabel perilaku ekonomi yang memuat nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk setiap item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
1	0,630	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,585	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,536	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,407	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,824	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,786	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,849	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,650	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,770	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,743	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,749	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,845	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil validitas pada tabel tersebut, seluruh item pernyataan sebanyak 12 butir pada variabel perilaku ekonomi dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian, instrumen pada variabel ini layak digunakan dalam proses pengumpulan data dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

**b. Uji Validitas Instrumen Teman Sebaya ( $X_1$ )**

Hasil pengujian validitas instrumen untuk variabel teman sebaya yang memuat nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk setiap item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 8. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Teman Sebaya ( $X_1$ )**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
1	0,089	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Tidak Valid
2	0,310	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Tidak Valid
3	0,599	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,820	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,760	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,822	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,784	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,807	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

**Tabel 8. Lanjutan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
9	0,778	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,780	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,868	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,538	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil validitas pada tabel tersebut, 2 item pernyataan pada variabel teman sebaya dinyatakan tidak valid karena nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , sedangkan 10 item lainnya memenuhi kriteria validitas. Dengan demikian, hanya butir-butir pernyataan yang valid yang dapat digunakan dalam pengumpulan data untuk variabel ini dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

**c. Uji Validitas Instrumen Kontrol Diri ( $X_2$ )**

Hasil pengujian validitas instrumen untuk variabel kontrol diri yang memuat nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk setiap item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 9. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Kontrol Diri ( $X_2$ )**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
1	0,675	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,773	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,700	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,532	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,861	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,652	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,697	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,804	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,800	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,722	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,734	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil validitas pada tabel tersebut, seluruh item pernyataan sebanyak 12 butir pada variabel kontrol diri dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian, instrumen pada variabel ini layak digunakan dalam proses pengumpulan data dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

**d. Uji Validitas Instrumen Literasi Keuangan (X<sub>3</sub>)**

Hasil pengujian validitas instrumen untuk variabel kontrol diri yang memuat nilai  $r_{hitung}$  dan  $r_{tabel}$  untuk setiap item pernyataan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 10. Hasil Pengujian Validitas Instrumen Literasi Keuangan (X<sub>3</sub>)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
1	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,787	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,686	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,805	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,772	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,697	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,733	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
9	0,521	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
10	0,549	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
11	0,757	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
12	0,767	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
13	0,710	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
14	0,751	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
15	0,706	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
16	0,631	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil validitas pada tabel tersebut, seluruh item pernyataan sebanyak 16 butir pada variabel literasi keuangan dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan demikian, instrumen pada variabel ini layak digunakan dalam proses pengumpulan data dan dapat dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian dapat menghasilkan data yang konsisten dan stabil ketika digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama. Dalam penelitian ini, tingkat reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pemilihan rumus ini didasarkan pada bentuk butir pertanyaan dalam instrumen yang memiliki lebih dari tiga pilihan jawaban. Rumus *Alpha Cronbach* dianggap tepat untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen yang memiliki skala seperti itu. Dengan uji ini, peneliti dapat menilai apakah seluruh butir pertanyaan dalam instrumen memiliki keterkaitan yang kuat dan dapat diandalkan untuk mengukur variabel yang diteliti.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^k \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$	=	Reliabilitas instrumen
$k$	=	Jumlah item atau butir pertanyaan dalam instrumen
$\sum_{i=1}^k \sigma_i^2$	=	Jumlah nilai X dan y
$\sigma_t^2$	=	Jumlah nilai X

Setelah nilai  $r_{hitung}$  dari uji reliabilitas diperoleh, langkah berikutnya adalah membandingkan nilai tersebut dengan  $r_{tabel}$ . Perbandingan ini bertujuan untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan benar-benar reliabel atau tidak. Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 0,05, maka instrumen dinyatakan reliabel, artinya instrumen mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya.

Sebaliknya, jika nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen tersebut dianggap tidak reliabel, sehingga perlu diperbaiki atau disesuaikan agar dapat menghasilkan data yang stabil dalam pengukuran berulang. Untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen tersebut, selanjutnya dapat dilihat pada tabel interpretasi nilai  $r$  *product moment* sebagai berikut:

**Tabel 11. Interpretasi Nilai  $r$  Product Moment**

No.	Koefisien $r$	Reliabilitas
1.	0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
2.	0.6000 – 0.7999	Tinggi
3.	0.4000 – 0.5999	Sedang
4.	0.2000 – 0.3999	Rendah
5.	0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber: Buku Statistik Inferensial & Aplikasi SPSS (Rusman, 2024)

**a. Uji Reliabilitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y)**

Reliabilitas instrumen perilaku ekonomi diuji menggunakan *Alpha Cronbach's* berdasarkan hasil uji coba pada 30 responden dengan 12 item pernyataan yang telah dinyatakan valid, sehingga di peroleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Perilaku Ekonomi (Y)**

Reliability Statistics	
Crombach's Alpha	N of Items
.891	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai sebesar 0,891. Nilai ini berada dalam rentang 0,8000–1,0000 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen perilaku ekonomi dapat dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

**b. Uji Reliabilitas Instrumen Teman Sebaya ( $X_1$ )**

Reliabilitas instrumen teman sebaya diuji menggunakan *Alpha Cronbach's* berdasarkan hasil uji coba pada 30 responden dengan 10 item pernyataan yang telah dinyatakan valid, sehingga di peroleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 13. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Teman Sebaya (X<sub>1</sub>)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.919	10

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai sebesar 0,919. Nilai ini berada dalam rentang 0,8000–1,0000 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen perilaku ekonomi dapat dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

**c. Uji Reliabilitas Instrumen Kontrol Diri (X<sub>2</sub>)**

Reliabilitas instrumen teman sebaya diuji menggunakan *Alpha Cronbach's* berdasarkan hasil uji coba pada 30 responden dengan 12 item pernyataan yang telah dinyatakan valid, sehingga di peroleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 14. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Kontrol Diri (X<sub>2</sub>)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.912	12

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai sebesar 0,912. Nilai ini berada dalam rentang 0,8000–1,0000 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen perilaku ekonomi dapat dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

**d. Uji Reliabilitas Instrumen Literasi Keuangan (X<sub>3</sub>)**

Reliabilitas instrumen teman sebaya diuji menggunakan *Alpha Cronbach's* berdasarkan hasil uji coba pada 30 responden dengan 16 item pernyataan yang telah dinyatakan valid, sehingga di peroleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 15. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Literasi Keuangan (X<sub>3</sub>)**

Reliability Statistics	
Crombach's Alpha	N of Items
.935	16

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas pada tabel tersebut, diperoleh nilai sebesar 0,935. Nilai ini berada dalam rentang 0,8000–1,0000 yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, instrumen perilaku ekonomi dapat dinyatakan konsisten dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

**I. Uji Persyaratan Statistik Parametrik**

Uji persyaratan analisis statistik parametrik merupakan tahapan awal yang dilakukan untuk memastikan bahwa data yang digunakan layak dianalisis dengan metode parametric. Proses ini bertujuan untuk menilai apakah data telah memenuhi asumsi dasar seperti data normal dan homogen. Dengan terpenuhinya persyaratan tersebut, analisis dapat menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat, objektif, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## 1. Uji Normalitas Sampel

Uji normalitas digunakan untuk mengecek apakah data sampel yang diperoleh dari populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Uji K-S digunakan untuk membandingkan distribusi kumulatif dari data empiris dengan distribusi teoritis yang diasumsikan (dalam hal ini, distribusi normal). Rumus statistik *Kolmogorov-Smirnov* yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$D = \sup_x |F_n(x) - F(x)|$$

Keterangan:

$D$	=	Statistik uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>
$\sup_x$	=	Nilai maksimum dari semua nilai $x$
$F_n(x)$	=	Fungsi distribusi kumulatif empiris dari sampel
$F(x)$	=	Fungsi distribusi kumulatif teoritis
$F_n(x) - F(x)$	=	Selisih absolut antara distribusi kumulatif empiris dan distribusi kumulatif teoritis untuk setiap nilai $x$

Untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak, digunakan rumusan hipotesis sebagai berikut:

$H_0$  : Data berasal dari populasi yang berdistribusi normal

$H_1$  : Data tidak berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Jika nilai signifikansi (*p-value*) lebih besar dari 0,05, maka  $H_0$  diterima, yang berarti data terdistribusi normal. Sebaliknya, jika *p-value* kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan disimpulkan bahwa data tidak berdistribusi normal.

## 2. Uji Homogenitas Sampel

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah data sampel yang digunakan dalam penelitian berasal dari populasi dengan varians yang homogen (seragam) atau tidak. Homogenitas varians penting untuk memastikan bahwa analisis statistik parametrik yang dilakukan dapat memberikan hasil yang valid. Dalam penelitian ini, pengujian homogenitas dilakukan menggunakan *Levene's Test*, yang bertujuan untuk mengevaluasi kesamaan varians antar kelompok. *Levene's Test* dipilih karena cukup robust terhadap pelanggaran normalitas data. Pengolahan data dilakukan melalui model Analisis Varian (ANOVA). Rumus statistik *Levene's Test* dinyatakan sebagai berikut:

$$W = \frac{(N - k)}{(k - 1)} \cdot \frac{\sum_{i=1}^k n_i (Z_i - Z_{..})^2}{\sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{n_i} (Z_{ij} - Z_i)^2}$$

Keterangan:

- $W$  = Statistik uji Levene
- $N$  = Jumlah sampel penelitian
- $k$  = Jumlah kelompok
- $Z_{ij}$  = Nilai absolut dari selisih antara skor [  $Y_{ij} - Y_i$  ]
- $n_i$  = Rata-rata dari kelompok ke-i
- $Z_i$  = Rata-rata dari kelompok ke  $Z_i$
- $Z_{..}$  = Rata-rata menyeluruh dari  $Z_{ij}$

Adapun hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah;

- $H_0$  : Varians antar kelompok homogen
- $H_1$  : Varians antar kelompok tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini ditentukan berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) pada output SPSS. Jika nilai Sig. > 0,05, maka  $H_0$  diterima, yang berarti data memiliki varians yang homogen. Sebaliknya, jika nilai Sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, yang menunjukkan bahwa data memiliki varians yang tidak homogen.

## J. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dalam penelitian ini untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dapat menghasilkan estimasi yang tepat, tidak bias, dan konsisten. Pengujian ini penting untuk mendukung keabsahan hasil analisis regresi. Menurut Rusman (2024), uji asumsi klasik terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

### 1. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan prosedur statistik yang digunakan untuk menilai apakah terdapat hubungan linier antara variabel independen dan variabel dependen dalam suatu model. Hubungan yang bersifat linier penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan tepat dan mencerminkan pola data yang sebenarnya. Ketidaksesuaian bentuk hubungan dengan asumsi linieritas dapat menyebabkan bias pada estimasi parameter serta menurunkan validitas hasil analisis. Dalam penelitian ini, uji linearitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis Varian (ANOVA). Metode ini menguji keberadaan deviasi dari hubungan linier antara dua variabel melalui komponen “*Deviation from Linearity*” dalam output analisis. Berikut adalah rumusnya:

$$\begin{aligned}
 JK(T) &= \sum Y^2 \\
 JK(a) &= \sum \frac{Y^2}{n} \\
 JK(b/a) &= b \left( \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n} \right) \\
 JK(S) &= HK(T) - JK(a) = JK(b/a) \\
 JK(G) &= \sum \left( \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n_i} \right) \\
 JK(TC) &= JK(S) - JK(G)
 \end{aligned}$$

Keterangan:

JK (T) = Jumlah kuadrat total

JK(a) = Jumlah kuadrat antar kelompok

JK(b/a) = Jumlah kuadrat regresi parsial antara variabel X dan Y

JK(S) = Jumlah kuadrat regresi total

JK(G) = Jumlah kuadrat galat

JK(TC) = Jumlah kuadrat penyimpangan terhadap linearitas

Hasil yang diperoleh dari perhitungan di atas kemudian dimasukkan ke tabel ANOVA berikut

**Tabel 16. ANOVA**

Sumber Variasi	Dk	JK	KT	F	
Toal	N	$\sum Y^2$	$\sum Y^2$		
Regresi (a)	1	JK(a)	JK(a)	$S^2_{reg}$	(i)
Regresi (b/a)	1	JK(b/a)	$S^2_{reg} = JK(a)$	$S^2_{sis}$	
Sisa	n-2	JK(S)	$S^2 = JK(S)$		
Tuna Cocok	k-2	JKTC	$S^2 = JK(TC)$	$S^2_{TC}$	(ii)
	n-k	JK (G)	TC	$S^2_G$	
Galat			n - 2		
			$S^2 = JK(G)$		
			G		
			n-k		

Hipotesis yang digunakan dalam uji linearitas ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear

$H_1$  : Hubungan antara variabel independen dan dependen tidak bersifat linear

Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.) pada bagian *Deviation from Linearity* dalam tabel ANOVA. Jika nilai Sig. > 0,05, maka  $H_0$  diterima, yang berarti hubungan antar variabel dapat dianggap linear. Sebaliknya, jika nilai Sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel tidak linear dan model regresi linier tidak cocok digunakan.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Adanya korelasi yang tinggi di antara variabel bebas dapat mengganggu kestabilan model regresi serta menyebabkan bias dalam interpretasi hasil analisis. Oleh karena itu, dalam penelitian ini uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan dua indikator utama, yaitu *Tolerance* (TOL) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua indikator tersebut digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya hubungan linier yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Nilai *Tolerance* (TOL) menunjukkan seberapa besar variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai tolerance dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$TOL_i = 1 - R_i^2$$

Keterangan:

$TOL_i$  = Nilai tolerance variabel independen ke-i

$R_i^2$  = Koefisien determinasi dari hasil regresi variabel independen ke-i terhadap variabel independen lainnya

Nilai VIF menunjukkan seberapa besar peningkatan varians koefisien regresi akibat adanya multikolinearitas. Rumus VIF adalah sebagai berikut:

$$VIF_i = \frac{1}{1 - R_i^2} \text{ atau } VIF_i = \frac{1}{TOL_i}$$

Keterangan:

$VIF_i$  = Nilai VIF variabel independen ke-i

$TOL_i$  = Nilai tolerance variabel independen ke-i

Hipotesis yang digunakan dalam uji multikolinearitas ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan antar variabel bebas

$H_1$  : Terdapat hubungan antar variabel bebas

Berikut adalah kriteria pengambilan keputusan dalam uji ini:

a. *Tolerance* (TOL)

- 1) Jika nilai *Tolerance*  $> 0,10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat indikasi multikolinearitas pada variabel independen.
- 2) Jika nilai *Tolerance*  $< 0,10$ , maka hal ini mengindikasikan adanya multikolinearitas yang perlu diwaspadai.

b. *Variance Inflation Factor* (VIF)

- 1) Jika nilai VIF  $< 10$ , maka variabel independen tidak mengalami gejala multikolinearitas.
- 2) Sebaliknya, jika nilai VIF  $> 10$ , maka terdapat indikasi kuat adanya multikolinearitas, yang dapat memengaruhi keakuratan model regresi yang dibangun.

### 3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar data pengamatan dalam model regresi. Dalam penelitian ini, pengujian autokorelasi dilakukan dengan menggunakan metode *Durbin-Watson Test*. Metode ini umum digunakan untuk mengukur keberadaan autokorelasi di antara residual model regresi linier. Rumus *Durbin-Watson* dinyatakan sebagai berikut:

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

Keterangan:

$DW$	=	Statistik uji <i>Durbin Watson</i>
$e_t$	=	Residual (galat) pada observasi ke- $t$
$e_{t-1}$	=	Residual pada observasi sebelumnya ( $ke-t-1$ )
$(e_t - e_{t-1})^2$	=	Selisih kuadrat antara dua residual berurutan
$\sum_{t=2}^n$	=	Penjumlahan dari observasi ke-2 sampai ke- $n$
$\sum_{t=1}^n$	=	Penjumlahan dari semua residual dari observasi ke- $n$ 1 sampai ke- $n$
$n$	=	Jumlah total observasi (data)

Hipotesis yang digunakan dalam uji autokorelasi ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Autokorelasi tidak terjadi dalam data pengamatan

$H_1$  : Autokorelasi terjadi dalam data pengamatan

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- Jika  $DU < DW < 4 - DU$ , maka tidak terjadi autokorelasi.
- Jika  $DW < DL$  atau  $DW > 4 - DL$ , maka terjadi autokorelasi.
- Jika nilai  $DW$  berada antara  $DL$  dan  $DU$ , maka tidak dapat disimpulkan.

#### 4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varian residual dalam model regresi bersifat konstan (homoskedastisitas) atau tidak konstan (heteroskedastisitas). Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode *Spearman Rank Correlation*. Jika hubungan tersebut signifikan, maka diduga terjadi heteroskedastisitas. Rumus koefisien korelasi *Spearman Rank* adalah sebagai berikut:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

$r_s$  = Koefisien korelasi *Spearman*

$d_i$  = Selisih peringkat antara dua variabel (nilai mutlak residual dan variabel independen)

$n$  = Jumlah pengamatan

Hipotesis yang digunakan dalam uji heteroskedastisitas ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat hubungan antara variabel independen dan nilai absolut residual (homoskedastisitas).

$H_1$  : Terdapat hubungan antara variabel independen dan nilai absolut residual (heteroskedastisitas).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (Sig.) > 0,05, maka  $H_0$  diterima, artinya model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, yang menunjukkan bahwa terdapat indikasi heteroskedastisitas dalam model.

## **K. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Metode ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Regresi berganda memungkinkan peneliti untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel bebas dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Menurut Rusman (2024), regresi linear berganda merupakan suatu pendekatan statistik yang digunakan ketika variabel independen terdiri dari dua atau lebih prediktor yang diasumsikan berpengaruh terhadap satu variabel dependen secara simultan. Persamaan umum dari regresi linear berganda dengan dua variabel independen dapat dituliskan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

$Y$  = Variabel dependem

$a$  = Bilangan konstan

$X_1$  = Variabel independen  $X_1$

$X_2$  = Variabel independen  $X_2$

$X_3$  = Variabel independen  $X_3$

$b_1$  = Koefisien regresi  $X_1$

$b_2$  = Koefisien regresi  $X_2$

$b_3$  = Koefisien regresi  $X_3$

$e$  = Standar eror

## L. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan tahap penting dalam analisis data yang bertujuan untuk menentukan apakah suatu pernyataan atau dugaan terhadap parameter populasi dapat diterima atau harus ditolak, berdasarkan informasi yang diperoleh dari data sampel. Proses ini membantu peneliti dalam mengambil keputusan secara objektif terhadap suatu fenomena yang sedang diteliti.

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, uji t dilakukan untuk mengetahui apakah teman sebaya ( $X_1$ ), kontrol diri ( $X_2$ ), dan literasi keuangan ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku ekonomi Generasi Z ( $Y$ ) di Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Menurut Rusman (2024), uji t dilakukan dengan melihat nilai  $t_{hitung}$  dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  atau melihat nilai signifikansi (Sig.) pada taraf kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Hipotesis yang diuji untuk variabel teman sebaya ( $X_1$ ) terhadap perilaku ekonomi (Y) adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara teman sebaya terhadap perilaku ekonomi.

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara teman sebaya terhadap perilaku ekonomi.

Hipotesis yang diuji untuk variabel kontrol diri ( $X_2$ ) terhadap perilaku ekonomi (Y) adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku ekonomi.

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara kontrol diri terhadap perilaku ekonomi.

Hipotesis yang diuji untuk variabel literasi keuangan ( $X_3$ ) terhadap perilaku ekonomi (Y) adalah sebagai berikut:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi.

$H_1$  : Terdapat pengaruh signifikan antara literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi.

Untuk menghitung nilai  $t_{hitung}$  digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Keterangan:

$b_i$  = Koefisien regresi variabel independen ke- $i$ .

$S_{bi}$  = Standar error (kesalahan standar) dari koefisien regresi variabel independen ke- $i$ .

Adapun kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig.  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh signifikan.
- b. Jika nilai Sig.  $\geq 0,05$ , maka  $H_0$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Menurut Rusman (2024), uji F berguna untuk melihat apakah model regresi yang digunakan layak atau tidak secara keseluruhan.

Hipotesis yang diuji adalah sebagai berikut:

- $H_0$  : Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi.
- $H_1$  : Terdapat pengaruh secara simultan antara teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan terhadap perilaku ekonomi.

Untuk menghitung nilai  $f_{hitung}$  digunakan rumus sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

- $R^2$  = Koefisien determinan
- $k$  = Jumlah variabel independen
- $n$  = Jumlah observasi (sampel)
- $n - k - 1$  = Derajat kebebasan untuk galat
- $1 - R^2$  = Proporsi tak terjelaskan

Adapun kriteria pengujian ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Sig. < 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya model regresi signifikan.
- b. Jika nilai Sig.  $\geq$  0,05, maka  $H_0$  diterima, artinya tidak ada pengaruh secara simultan.

### 3. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Menurut Rusman (2024), nilai  $R^2$  menunjukkan persentase variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh semua variabel independen dalam model regresi. Berikut adalah rumus untuk menguji koefisien determinasi ( $R^2$ ):

$$R^2 = \frac{S S_{regresi}}{S S_{total}}$$

Keterangan:

$S S_{regresi}$  = Jumlah kuadrat yang dijelaskan oleh model regresi

$S S_{total}$  = Jumlah total kuadrat

## V. PENUTUP

### A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Teman Sebaya ( $X_1$ ), Kontrol Diri ( $X_2$ ), dan Literasi Keuangan ( $X_3$ ) terhadap Perilaku Ekonomi (Y) Konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teman sebaya ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang jelas terhadap perilaku ekonomi (Y) konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Semakin kuat dorongan dan kebiasaan yang muncul dalam kelompok pertemanan, semakin besar pula kecenderungan individu untuk meniru pola pengelolaan keuangan yang berlaku di lingkungannya. Sebaliknya, ketika pengaruh kelompok pertemanan rendah, individu cenderung mengambil keputusan ekonomi secara lebih mandiri dan tidak mudah mengikuti pola konsumsi orang lain.
2. Penelitian ini membuktikan bahwa kontrol diri ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap perilaku ekonomi (Y) konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Individu dengan kontrol diri yang baik mampu mempertimbangkan konsekuensi, menahan dorongan konsumtif, dan mengatur pengeluaran secara lebih terencana. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri menjadikan individu lebih rentan melakukan pengeluaran impulsif dan kurang mampu menjaga stabilitas keuangan.
3. Temuan penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap perilaku ekonomi (Y) konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Semakin baik pemahaman seseorang mengenai konsep keuangan dasar, perencanaan anggaran, dan

pengambilan keputusan finansial, semakin baik pula perilaku ekonominya. Sebaliknya, kurangnya literasi keuangan membuat individu lebih mudah salah dalam mengatur pengeluaran dan sulit membedakan kebutuhan dari keinginan.

4. Analisis simultan menunjukkan bahwa variabel teman sebaya ( $X_1$ ), kontrol diri ( $X_2$ ), dan literasi keuangan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap perilaku ekonomi ( $Y$ ) konsumen Generasi Z di Katama Coffee & Space Bandar Lampung. Ketika pengaruh teman sebaya positif, kontrol diri kuat, dan literasi keuangan memadai, perilaku ekonomi individu cenderung lebih terarah dan bertanggung jawab. Sebaliknya, melemahnya salah satu atau seluruh faktor tersebut dapat menurunkan kualitas perilaku ekonomi yang ditampilkan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, beberapa saran dapat disampaikan kepada berbagai pihak yang berkepentingan sebagai berikut.

1. Pengaruh teman sebaya dalam membentuk perilaku ekonomi menunjukkan perlunya penciptaan lingkungan sosial yang mendorong pola konsumsi yang lebih bijak. Interaksi dalam kelompok pertemanan dapat dimanfaatkan sebagai sarana saling mengingatkan dalam pengelolaan keuangan, sehingga kecenderungan meniru perilaku konsumtif yang kurang rasional dapat diminimalkan.
2. Kemampuan mengendalikan diri menjadi faktor penting dalam menentukan kualitas perilaku ekonomi. Oleh karena itu, pembiasaan untuk mempertimbangkan manfaat dan konsekuensi sebelum melakukan pengeluaran diharapkan mampu menekan kecenderungan konsumsi impulsif dan membentuk pengelolaan keuangan yang lebih terencana.
3. Pemahaman terhadap literasi keuangan perlu terus ditingkatkan, khususnya terkait perencanaan anggaran dan pengambilan keputusan finansial. Pengetahuan keuangan yang memadai akan membantu individu

membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga perilaku ekonomi yang ditampilkan menjadi lebih rasional dan bertanggung jawab.

4. Berkaitan dengan pengaruh simultan teman sebaya, kontrol diri, dan literasi keuangan, diperlukan pendekatan yang bersifat terpadu dalam membentuk perilaku ekonomi konsumen. Sinergi antara lingkungan sosial yang positif, kemampuan pengendalian diri, dan pemahaman keuangan yang memadai diharapkan mampu mendukung terciptanya perilaku ekonomi yang lebih sehat dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, M., Setiawati, R., dan Ihsan, M. 2025. Pengaruh Gaya Hidup , Media Sosial , Literasi Keuangan dan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif ( Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 193–202.
- Anatasya, P. S., Putri, A. R., Kholifah, S., Oktavia, D. T., Febriani, D. D., dan Pratama, B. C. 2024. The Influence of Financial Literacy, Lifestyle, and Self-control on Student Consumptive Behavior. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 24(9), 135–145.
- Anjelina, T. A., Susilowati, D., dan Moorcy, N. H. 2025. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Balikpapan. *Jurnal Edueco Universitas Balikpapan*, 8(1), 29–39.
- Aprilia, M. D., Ramadhina, S. T., dan Sijabat, R. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Self Control Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Universitas PGRI Semarang. *JEBI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(7), 715–727.
- Ariani, S. D. P., dan Prakoso, A. F. 2024. Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Ekonomi Peserta Didik Dengan Literasi Ekonomi Sebagai Variabel Mediasi. *Perspektif Pendidikan Dan Keguruan*, 15(2), 108–122.
- Arikunto, S. 2019. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, Jakarta. 173-230 hlm.
- Audretsch, D. B., and Belitski, M. 2021. Frank Knight, Uncertainty and Knowledge Spillover entrepreneurship. *Journal of Institutional Economics*, 17(6), 1005–1031.
- Badan Pusat Statistik. 2020. *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin: Hasil Sensus Penduduk 2020*. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2>

- Barberis, N. C. 2013. Thirty Years of Prospect Theory in Economics : A Review and Assessment. *Journal of Economic Perspectives*, 27(1), 173–196.
- Baumeister, R. F., André, N., Southwick, D. A., Tice, D. M., Baumeister, C., and Roy, F. 2024. ScienceDirect Review Self-control and Limited Willpower : Current Status of Ego Depletion Theory and Research. *Current Opinion in Psychology*, 60, 2–6.
- Cahyasari, D. 2024. Analisis Perilaku Pengelolaan Keuangan. *Jurnal Lentara Bisnis*, 13(2), 1199–1207.
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Fauziah, N., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., dan Paramita, S. 2023. Literasi Keuangan. In *Banking Journalist Academy* (Issue June). PT Global Eksekutif Teknologi, Padang. 9-14 hlm.
- Cuandra, F., dan Desianti, D. 2022. Pengaruh Financial Literacy, Peers Influence, Self-Control, Religious Belief Dan Parental Socialization Terhadap Saving Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 714–724.
- Departemen Literasi dan Keuangan OJK. 2021. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia. *Otoritas Jasa Keuangan*, 378.
- Dewi, N., Rusdarti, R., dan Sunarto, S. 2017. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Teman Sebaya, Pengendalian Diri dan Literasi Keuangan Terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 29–35.
- Dimock, M. 2019. *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Dwi Marsela, R., dan Supriatna, M. 2019. Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3(2), 65–69.
- Dyansyah, M. P., dan Pandin, M. Y. R. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan , Pendidikan Keuangan Keluarga, Sikap Keuangan, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *JURA: Jurnal Riset Akuntansi*, 2(1), 68–75.
- Dzulfiani, N. 2025. Eektivitas Penganggaran Pribadi Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Mahasiswa Di Indonesia : Kajian Literatur. *Gunung Djati Conference Series*, 56, 579–585.
- Faidah, N., Harti, H., dan Subroto, W. T. 2018. Pengaruh Pengalaman Ekonomi, Kontrol Diri Serta Pendapatan Siswa Terhadap Perilaku Ekonomi Siswa Sma Di Kecamatan Pasir Belengkong Kabupaten Paser. *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 6(1), 59.

- Faisal, A., Fauzi, A., dan Respati, D. K. 2023. the Effect of Financial Literacy, Self-Control, and Peers on Saving Behavior Students of State Vocational High School in West Jakarta Region. *International Journal of Multidisciplinary Research and Literature*, 2(2), 121–134.
- Falah, M. F., Rahmawati, L., dan Hakim, A. 2024. Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan MojosariMojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam. *Jurnal Ekonomi*, 09(01), 42–58.
- Farida, N., dan Jannah, A. N. 2025. Peran Budgeting Dalam Pengelolaan KeuanganMahasiswa Gen Z: Studi Literatur. *Gunung Djati Conference Series*, 56, 744–750.
- Firmansyah, D., dan Saepuloh, D. 2022. Social Learning Theory : Cognitive and Behavioral Approaches. *JIPH Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik*, 1(3), 297–324.
- Florence, P. S., and Katona, G. 1952. Psychological Analysis of Economic Behaviour. In *The Economic Journal* (Vol. 62, Issue 246, p. 370).
- Ghufron, M. N., dan Risnawati, R. 2017. *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media, Yogyakarta. 80-83 hlm.
- Griselda, P. E., Kurniawan, R. Y., dan Andriansyah, E. H. 2024. Analisis Perilaku Ekonomi Mahasiswa Di Indonesia: Sebuah Studi Literatur. *Journal of Education and Research*, 3(1), 18–25.
- Hartono, B., Rahmawati, Pratama, A., dan Rahayu, W. 2023. *Literasi Keuangan*. Deepublish, Yogyakarta. 15 hlm.
- Hasanah, W., Nurdin, N., dan Rahmawati. 2019. Pengaruh Literasi Ekonomi, Gaya Hidup, Konformitas Teman Sebaya, dan Modernitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 1–12.
- Hasmani, R., dan Siregar, Q. R. 2024. Pengaruh Sosialisasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Melalui Literasi Keuangan Dan Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(2), 30–40.
- Hermawan, S., dan Amirullah. 2022. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. MNC Publishing, Malang. 66 hlm.
- Hidayat, N., Nainggolan, H., Erdiansyah, R., dan Ratri, W. S. 2022. *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Pradina Pustaka, Sukoharjo. 60 hlm.
- Hidayat, R. 2023. Rasionalitas Semu Dan Anomali Dalam Perilaku Ekonomi. *Buletin Psikologi*, 11(1), 30–46.

- Hidayat, R., Respati, I., Mayangsari, A. S., dan Suci, R. K. 2024. Integrasi Teori Pengambilan Keputusan dengan Pendekatan Behavioral Economics. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 73–83.
- Jannah, N., dan Munir, S. 2021. Pengaruh Financial Attitude dan Kontrol Diri terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2018. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 14(2), 125–132.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). 2025. *KBBI Daring*. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Daring. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Karim, M. F., Hafid, R., Ardiansyah, A., Mahmud, M., dan Bahsoan, A. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Angkatan 2019 Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(4), 1347.
- Kartika, L. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa MAN 5 Bogor). *Skripsi Pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 1–194.
- Kedeni, dan Sriyani, N. 2018. Pengaruh Media Sosial dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 6(1), 61.
- Khoirunnisaa, J., dan Johan, I. R. 2020. The Effects of Financial Literacy and Self-Control towards Financial Behavior among High School Students in Bogor. *Journal of Consumer Sciences*, 5(2), 73–86.
- Kirana, Candra, R., Astuti, S., dan Ramli, M. 2025. Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Pembelian Produk Fashion. *Digital Business Insight Journal*, 1(1), 58–67.
- Kusumawardhani, R., Prihatin, W., Damanik, J. M., dan Mubarakah, S. 2025. Digital financial literacy and consumer financial behavior in emerging markets: Evidence from Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 28(2), 491–512.
- Lailiyah, A. F., Femilia, R. E., dan Grahani, F. O. 2025. Dampak Lingkungan Teman Sebaya Terhadap Keputusan Gaya Hidup Remaja. *Journal Of Gender Equality and Social Inclusion (Gesi)*, 4(1), 1–9.
- Luhasasih, D. I. 2021. Pengelolaan Keuangan: Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ecodunamika*, 4(1), 2–7.
- Lusardi, A., and Mitchell, O. S. (2014). The Economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.

- Malini, H. 2021. Gaya Konsumsi dan Perilaku Konsumen Generasi Z di Warung Kopi. *Prosiding Seminar Nasional SATIEP*, 8(20), 34–44.
- Moleong, L. J. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Remaja Rosdakarya, Jawa Barat. 70 hlm.
- Muasyaroh, H., dan Yoga, I. 2025. Dampak Literasi, Pencatatan, Dan Penganggaran Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Ekuilnomi*, 7(2), 535–546.
- Mulindra, A. B., dan Ariani, L. 2023. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja The Effect of Peer Conformity on Consumptive Behavior in Adolescents. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan*, 4(2), 54–60.
- Mulyati, S. 2023. Pengaruh Transaksi E-Commerce Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 86–96.
- Mulyatiningsih, E. 2023. *Metode Penelitian Dasar untuk Penulisan Tugas Akhir di Perguruan Tinggi*. Relasi Inti Media, Yogyakarta 15 hlm.
- Nainggolan, H. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Pekerja Produksi Pt Pertamina Balikpapan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 810–826.
- Nanang Hunaifi, Phitsa Mauliana, Ricky Firmansyah, Yunika Komalasari, R. Dewi Sulastriningsih, dan Srie Wijaya Kesuma Dewi. 2024. Dampak Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Remaja di Era Digital. *Tabsyir: Jurnal Dakwah Dan Sosial Humaniora*, 5(3), 161–174.
- Nasution, A. F. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harva Creatvei, Bandung. 31 hlm
- Nisa, K. 2020. Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Era Digital. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, 6(2), 109–116.
- Nuraeni, R., Yusnita, R. T., dan Oktaviani, N. F. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Self Control dan Inklusi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 3(3), 169–180.
- Nurinayah, G., dan Sulsilawati. 2025. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kemampuan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Digitech University Abstrak. *JEMSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(3), 1319–1329.

- Nurkholifah, W., Safitri, S. I., Aulia, I. N., Rahmawati, dan Pujiati. 2025. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2022 Universitas Lampung. *Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 11(3), 212–230.
- OJK. 2025. *Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat, OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-Dan-Inklusi-Kuangan-SNLIK-Tahun-2025.aspx%0A>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, dan Rahman. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145.
- Pane, N., dan Lipa Payong, S. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, 4(1), 1004–1016.
- Pawestri, D. R., dan Warastri, A. 2024. Hubungan Kontrol Diri dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Laki-Laki Di Yogyakarta. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(1), 339–354.
- Pristinta, D. Y. 2020. Perilaku Ekonomi Keluarga Tenaga Kerja Wanita dalam Perspektif Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus di Desa Gurah, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri). *Skripsi Pada IAIN Kediri*, 1–114.
- Pujiati, Nurdin, dan Rahmawati. 2023. Analysis of Financial Literacy of Economics Teacher Prospectives in the 4 . 0 Era in Relation to Sustainable Human Resource Formation. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 7(1), 28–33.
- Purwanto, N., Budiyanto, dan Suhermin. 2022. *Theory of Planned Behavior: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace*. CV. Literasi Nusantara Abadi, Malang. 11 hlm.
- Putra, A. K., Valentino, D., Setiono, I. R., Santoso, J., dan Nurcahyo, R. 2025. Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi pada Konteks E-Commerce dan Financial Technology. *Global Research and Innovation Journal (GREAT)*, 1, 1246–1259.
- Putri, E. B., dan Wahjudi, E. 2022. Pengaruh Literasi Finansial, Inklusi Keuangan, Teman Sebaya, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 217–231.

- Rahmawati, F., Hestiningtyas, W., Fitriani, N., dan Afriyanto, V. N. 2024. Pengaruh Lingkungan Sekolah, Keluarga, dan Teman Sebaya terhadap Hasil Belajar Siswa MTs : Pendekatan Kuantitatif dengan Analisis Simultan. *JIPS: Jurnal IPS FKIP Universitas Lampung*, 5(2), 96–101.
- Rahmawati, L., dan Putri, E. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(3), 313–319.
- Raszad, S. E. F., dan Purwanto, E. 2021. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menabung (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 51. 6
- Ridwan. 2016. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Alfabeta, Bandung. 45 hlm.
- Rusman, T. 2024. *Statistik Inferensial dan Aplikasi SPSS*. Pendidikan Ekonomi Universitas Lampung, Lampung.
- Sabila, R. F., dan Ulfatun, T. 2024. Pengaruh Pengelolaan Keuangan Pribadi dan Teman Sebaya terhadap Perilaku Menabung Siswa SMA Negeri 1 Karangdowo. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(2), 1330.
- Salsabila, T. D., Mubarak, M. Z., Wulandari, R., dan Sari, B. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1192, 304–317.
- Sari, D. L., Pujiati, P., dan Putri, R. D. 2020. Literasi Keuangan Mahasiswa Ditinjau dari Gender, Teman Sebaya, dan Pembelajaran Kewirausahaan. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 3(1), 1–9.
- Sari, D. W. P., dan Anwar, M. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Dengan Self Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa S1 FEB UPN “Veteran” Jawa Timur. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(4), 81–92.
- Sari, I. A., Hamiyati, H., dan Rasha, R. 2023. Pengaruh Fungsi Peer Group Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian (Pencarian Informasi) Produk Kosmetik Pada Remaja Putri. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 6(01), 1–8.
- Sari, P. P., dan Rajagukguk, S. C. 2022. Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Tamansiswa. *Reslaj: Religion Duction Social Laa Roiba Journal*, 4(3), 816–826.

- Sudirja, D., dan Arwa Salsabila, H., 2023. Faktor yang Memengaruhi Keputusan Menabung: Studi Fenomenologi pada Kasus Mahasiswa UIN Banten. *Banque Syar'i: Jurnal Ilmiah Perbankan Syariah*, 9(1), 63–78.
- Sugiharti, H., dan Maula, K. A. 2019. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *ACCOUNTHINK : Journal of Accounting and Finance*, 4(02), 804–818.
- Sugiyono. 2023. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, U. 2022. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Edisi Revi). Ghalia Indonesia, Jawa Barat.
- Tajuddien, R., dan Praditya, A. 2022. Pengaruh Sosial Media terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Online Marketplace. *Jurnal Arastirma*, 2(2), 180.
- Unger, A., Bi, C., Xiao, Y., and Ybarra, O. 2016. The revising of the Tangney Self-Control Scale for Chinese students. *PsyCH Journal*.
- Utami, E., Rufaidah, E., & Maydiantoro, A. (2020). Pengaruh Instagram, Kelompok Teman Sebaya, Literasi Keuangan, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif. *JPIPS: Jurnal Pendidikan IPS FKIP Universitas Lampung*, 5(1), 2–17.
- Wahyudi, R. A., dan Rochmawati, R. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Program Keahlian Akuntansi SMKN 1 Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 8(2), 52–62.
- Wibowo, B. Y. 2024. Behavioral Economics: Insights into Consumer Decision-Making Processes. *Premier Journal of Business and Management*, 13(4), 2133–2142.
- Widyawati, P. E., Hariani, L. S., dan Yudiono, U. 2019. Perilaku Ekonomi : Literasi Ekonomi , Kelompok Teman Sebaya , dan Kontrol Diri. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi (JRPE)*, 5(1), 1–9.
- Yatiningsih, A., Boedi, S., Ruwanti, G., dan Kadir, A. 2024. Pengaruh Pembelajaran Akuntansi , Literasi Keuangan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 8(3), 2041–2050.
- Yoga, A. A. G. P. P. D., dan Dharmayasa, I. P. A. 2024. Pengaruh Literasi Keuangan, Pergaulan Teman Sebaya, dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa di SMAS Laboratorium Undiksha Singaraja. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 288–295.

- Zahra, S. S. Al, dan Putuhena, H. 2025. Pengaruh Literasi Keuangan dan Efektivitas Budgeting dalam Meningkatkan Kesejahteraan Finansial Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 3(4), 185–196.
- Zakiah, S. 2022. Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 02(02), 180–194.
- Zulfialdi, M., dan Sulhan, M. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan dan Self-Control Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *IMEA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Ekonomi Akuntansi*, 4(2), 60–72.