

Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Konsumtif Terhadap Penggunaan Kredit Online Gen Z di Kabupaten Tasikmalaya

Ai Nurmala¹, Aldy Agustian²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Cipasung, Tasikmalaya, Indonesia

Email: ¹malaainurmala07@gmail.com , ²Aldyagustian@uncip.ac.id

Abstract

This study investigates the influence of financial literacy and consumptive lifestyle on online credit usage decisions among Generation Z in Tasikmalaya Regency. Employing a quantitative research design with descriptive and verificative approaches, data were gathered from 105 respondents selected through purposive sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression techniques with the assistance of IBM SPSS Statistics version 31. The findings indicate that financial literacy has a positive and statistically significant partial effect on online credit usage decisions ($p = 0.004 < 0.05$; $t = 2.952$). Similarly, consumptive lifestyle also has a positive and significant effect, as evidenced by a significance value of 0.000 and a t-statistic of 8.162. Simultaneously, both independent variables significantly influence online credit usage decisions ($p = 0.002$). Based on the coefficient of determination (R^2) value of 0.600, it can be concluded that financial literacy and consumptive lifestyle collectively explain 60.0% of the variance in online credit usage decisions, while the remaining 40.0% is influenced by other variables outside the scope of this study.

Keywords: Financial Literacy, Consumptive Lifestyle, Online Credit, Generation Z.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan kredit daring pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Sampel penelitian terdiri atas 105 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan teknik regresi linear berganda menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 31. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan kredit daring ($p = 0,004 < 0,05$; $t = 2,952$). Selain itu, gaya hidup konsumtif juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 dan t-hitung sebesar 8,162. Secara simultan, kedua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit daring dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Berdasarkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,600, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif mampu menjelaskan sebesar 60,0%

variasi keputusan penggunaan kredit daring, sedangkan sisanya sebesar 40,0% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Gaya Hidup Konsumtif, Kredit Online, Generasi Z.

1. PENDAHULUAN

Transformasi teknologi informasi telah memicu pergeseran fundamental dalam sektor keuangan dengan lahirnya inovasi *financial technology* (fintech), yang mencakup penyediaan fasilitas pinjaman atau kredit daring. Keberadaan instrumen ini menawarkan aksesibilitas bagi masyarakat dalam memperoleh likuiditas secara cepat dan efisien, sehingga memangkas kerumitan birokrasi yang lazim ditemukan pada institusi keuangan konvensional. (Afdi 2020), menyatakan bahwa *Peer-to-peer lending* telah bertransformasi menjadi varian *fintech* dengan tingkat pertumbuhan yang sangat signifikan karena kemampuannya dalam memfasilitasi akses permodalan secara akseleratif bagi publik. Fenomena ini memicu eskalasi penggunaan kredit daring yang kian masif, khususnya di segmentasi Generasi Z yang memiliki kedekatan alami dengan ekosistem digital sejak dini. (Suharman, 2022), menyatakan bahwa efisiensi layanan digital dan kemudahan akses menjadi alasan utama masyarakat memanfaatkan kredit online. Ekspansi layanan kredit digital di Indonesia terefleksi dari dinamika jumlah penyelenggara *fintech lending* dan *paylater* yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Hingga akhir Desember 2024, tercatat 97 entitas resmi yang beroperasi di bawah pengawasan OJK, sedikit berkontraksi dari jumlah 100 perusahaan pada Mei 2024. Meskipun terdapat fluktuasi jumlah penyedia, tren ini mengonfirmasi pesatnya akselerasi dan inklusivitas layanan kredit daring bagi publik, terutama pada segmen Generasi Z (Ojk, 2024). Data yang dihimpun melalui studi pendahuluan mengindikasikan bahwa intensitas pemanfaatan kredit daring di kalangan Generasi Z di wilayah Kabupaten Tasikmalaya tergolong dalam kategori moderat. Hal ini merepresentasikan kondisi di mana sebagian responden telah mengadopsi layanan keuangan tersebut untuk mengakomodasi urgensi finansial mereka, namun frekuensi penggunaannya belum menunjukkan konsistensi secara kontinu. Fenomena pemanfaatan instrumen kredit digital di Kabupaten Tasikmalaya menawarkan urgensi penelitian yang signifikan. Kendati intensitas penggunaannya masih berada pada level moderat, preferensi masyarakat terhadap layanan finansial berbasis teknologi ini kian meningkat sebagai solusi alternatif pemenuhan kebutuhan modal. Karakteristik ekonomi wilayah ini, yang secara struktural didominasi oleh sektor UMKM, perdagangan skala mikro, agraris, serta sektor informal, berimplikasi pada fluktuasi pendapatan masyarakat yang tidak menentu. Dinamika finansial tersebut menjadi faktor pendorong utama tingginya ekspektasi publik terhadap kredit digital, yang menawarkan keunggulan berupa efisiensi birokrasi dan kemudahan aksesibilitas. Akselerasi ini juga tidak terlepas dari masifnya penetrasi ekonomi digital di wilayah Jawa Barat. Berdasarkan estimasi otoritas fiskal melalui data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Jawa Barat menempati posisi tertinggi secara nasional dalam akumulasi pinjaman daring, dengan agregat mencapai Rp19,98 triliun per Maret 2025. Di sisi lain, otoritas daerah Kabupaten Tasikmalaya secara konsisten berfokus pada penguatan ekonomi kerakyatan melalui stimulasi sektor UMKM. Realitas ini merefleksikan bahwa perilaku masyarakat Tasikmalaya dalam mengadopsi kredit digital didorong oleh motif pemenuhan kebutuhan produktif dan pembiayaan adaptif, sebuah anomali yang kontras jika dibandingkan dengan masyarakat metropolitan yang cenderung didorong oleh perilaku konsumtif dan digitalisasi gaya hidup.

Salah satu faktor yang memengaruhi penggunaan kredit online adalah literasi keuangan.(Sudiarti, 2025), Secara konseptual, literasi keuangan merupakan manifestasi dari kecakapan seseorang dalam mengorganisasi, menginterpretasi, serta merumuskan keputusan strategis mengenai keadaan keuangan secara akurat. Individu yang memiliki kualifikasi literasi yang mumpuni umumnya menerapkan prinsip prudensial dan bersikap kritis saat berinteraksi dengan beragam platform keuangan berbasis digital. Selain itu, penguasaan kompetensi ini membekali subjek dengan kemampuan untuk memprediksi sekaligus merancang langkah preventif guna meminimalisir ancaman risiko finansial yang mungkin terjadi di masa mendatang. (Putri, 2024) mengemukakan bahwa pemahaman keuangan yang baik dapat membantu seseorang menggunakan layanan keuangan secara lebih rasional.(Frederica et al., 2023) juga menjelaskan bahwa literasi keuangan menjadi dasar rasional individu dalam mempertimbangkan manfaat dan risiko sebelum menggunakan pinjaman online. Namun, hasil penelitian (Serafica Dhara Ayuandika & Aldi Akbar, 2025) menunjukkan bahwa persepsi risiko dapat membuat individu lebih selektif dalam menggunakan layanan kredit digital. Selain itu, (Saputra & Zoraya, 2024) Temuan dalam penelitian ini mempertegas bahwa keterkaitan antara tingkat literasi keuangan dengan keputusan pemanfaatan fasilitas kredit cenderung melemah saat bersinggungan dengan orientasi hidup yang konsumtif serta defisit kontrol diri pada subjek penelitian. Secara substantif, hal ini mengindikasikan bahwa penguasaan pemahaman finansial tidak secara otomatis menghasilkan pilihan ekonomi yang rasional jika kecenderungan gaya hidup dan lemahnya regulasi diri internal menjadi faktor yang lebih dominan dalam mengarahkan tindakan individu. Berdasarkan hasil pra-survei, tingkat pemahaman keuangan Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya tergolong cukup baik, walaupun masih terdapat responden yang belum memahami risiko pinjaman online secara optimal. Selain literasi keuangan, gaya hidup konsumtif juga menjadi faktor yang memengaruhi penggunaan kredit online.(Anugrahati, 2021), menyatakan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan perilaku yang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan.(Rafqi, n.d.) menyatakan bahwa gaya hidup mencerminkan pola aktivitas dan pengeluaran individu dalam kehidupan sehari-hari. Pengaruh media sosial dan perkembangan tren digital mendorong Generasi Z untuk mengikuti gaya hidup modern yang cenderung konsumtif sehingga kredit online sering dijadikan solusi instan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. (Syifaudin, 2024) menyatakan bahwa kemudahan akses kredit digital dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi muda. Penelitian (Multidisplin, 2025)juga menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap penggunaan layanan Shopee PayLater secara berlebihan. Namun, hasil penelitian (Saputra Safariyanto & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, melainkan lebih dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis dan promosi penjualan. Berdasarkan hasil pra-survei, Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya memiliki kecenderungan perilaku konsumtif pada tingkat sedang yang terlihat dari kebiasaan mengikuti tren dan berbelanja demi kepuasan pribadi.

Terdapat berbagai penelitian sebelumnya yang membahas pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. Penelitian (salsabila, 2024) mengungkapkan bahwa rendahnya tingkat literasi keuangan serta kecenderungan gaya hidup hedonis dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada Generasi Z. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Wulandari et al., 2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek finansial dan gaya hidup menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku konsumtif generasi muda. Di sisi lain, literatur terdahulu tidak sepenuhnya menunjukkan hasil yang seragam.

(Saputra Safariyanto & Santoso, 2023) menemukan bahwa instrumen keuangan seperti *Shopee PayLater* tidak serta-merta menjadi determinan utama bagi perilaku konsumtif mahasiswa, mengingat variabel gaya hidup hedonis dan strategi promosi vendor memiliki pengaruh yang jauh lebih dominan. Lebih lanjut, batasan pengaruh dari pemahaman finansial juga ditunjukkan oleh (Saputra & Zoraya, 2024), yang berargumen bahwa efektivitas literasi keuangan dalam memitigasi keputusan penggunaan kredit daring cenderung tergradasi apabila individu memiliki kelemahan dalam pengendalian diri (*self-control*) serta telah mengadopsi pola hidup yang konsumtif. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan masih adanya inkonsistensi temuan mengenai pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap penggunaan kredit daring. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada perilaku konsumtif secara umum dan belum secara spesifik mengkaji penggunaan kredit daring pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengisi research gap tersebut sekaligus memperkuat temuan penelitian sebelumnya.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini bertumpu pada analisis simultan mengenai implikasi literasi keuangan dan pola hidup konsumtif terhadap keputusan pemanfaatan kredit daring, dengan fokus spesifik pada demografi Generasi Z di wilayah Kabupaten Tasikmalaya. Studi ini diorientasikan untuk memetakan signifikansi kedua variabel tersebut dalam menstimulasi kecenderungan kelompok muda tersebut dalam mengadopsi fasilitas pinjaman digital. Secara teoretis dan praktis, temuan penelitian ini diproyeksikan dapat memperkaya wawasan mengenai determinan penggunaan kredit daring, sekaligus berfungsi sebagai rujukan strategis dalam mengeskalasi kesadaran finansial. Hal ini krusial guna mendorong generasi muda agar lebih prudent dan rasional dalam menavigasi keputusan keuangan di tengah pesatnya digitalisasi ekonomi.

2.KAJIAN TEORI

Theory Of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) dikemukakan oleh Icek Ajzen sebagai teori yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat (*intention*) yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Teori ini menyatakan bahwa seseorang cenderung melakukan suatu tindakan apabila memiliki keyakinan bahwa perilaku tersebut memberikan manfaat serta merasa mampu mengendalikan perilaku tersebut. Dalam konteks penelitian ini, literasi keuangan merepresentasikan aspek kognitif yang memengaruhi kemampuan individu dalam memahami manfaat dan risiko penggunaan kredit daring. Sementara itu, gaya hidup konsumtif mencerminkan faktor perilaku dan sosial yang dapat mendorong individu menggunakan layanan kredit digital untuk memenuhi keinginan maupun mengikuti tren lingkungan sosial. Oleh karena itu, keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi antara pertimbangan rasional dan dorongan perilaku konsumtif. *Theory of Planned Behavior* digunakan dalam penelitian ini untuk menjelaskan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya.

Literasi Keuangan (X1)

(yohanes, 2022) menyatakan bahwa Secara substansial, literasi keuangan merepresentasikan kompetensi individu dalam menginterpretasikan kondisi finansial personal serta mengorganisasi elemen krusial, yang mencakup manajemen arus kas, akumulasi dana simpanan, hingga efektivitas penggunaan fasilitas kredit. Esensi dari konsep ini tidak sekadar terbatas pada pemahaman teoretis, namun meluas pada aplikasi praktis yang bertujuan untuk mengonstruksi perilaku keuangan yang rasional, akuntabel, serta berfokus pada stabilitas finansial berkelanjutan. Sementara itu, menurut Remund

dalam kutipan (Ridwan et al., 2022) literasi keuangan merepresentasikan derajat pemahaman serta kecakapan seseorang dalam mengatur urusan finansial pribadinya. Hal tersebut tecermin dari kemampuan individu dalam menentukan pilihan keuangan yang akurat serta menyusun strategi perencanaan jangka panjang yang adaptif terhadap dinamika kondisi ekonomi.(mason & hilson, 2021)menyatakan bahwa Literasi keuangan merupakan kapabilitas individu dalam mengolah dan mengimplementasikan informasi finansial guna menetapkan pilihan yang akurat demi mencapai kesejahteraan jangka panjang. Kompetensi ini sejatinya merupakan integrasi antara wawasan dan pemahaman mendalam yang melandasi pengambilan keputusan secara logis. Lebih dari sekadar pemahaman terhadap produk jasa keuangan, literasi ini menuntut kemampuan analisis terhadap dinamika ekonomi sebagai basis dalam menentukan langkah yang relevan dengan kebutuhan. Penguasaan literasi yang mumpuni memungkinkan seseorang mengelola sumber daya finansial secara optimal, memitigasi risiko, serta menjamin bahwa setiap kebijakan keuangan diambil berdasarkan data yang valid(Putri, 2024) Adapun indikator literasi keuangan menurut Ridwan et al (2022) meliputi : 1.Pemahaman dasar pengelolaan keuangan, 2.Pengelolaan tabungan dan pinjaman, 3.Pengelolaan asuransi, 4.Pengelolaan investasi

Gaya Hidup Konsumtif (X2)

Gaya Hidup konsumtif dipahami sebagai kecenderungan seseorang dalam mengadopsi pola hidup boros yang menitikberatkan pada pemenuhan kepuasan emosional melalui konsumsi barang-barang prestisius. Perilaku ini umumnya ditandai dengan alokasi waktu dan sumber daya finansial yang tidak proporsional demi mengejar kepuasan jangka pendek, yang pada akhirnya mengesampingkan prinsip efisiensi serta manajemen keuangan yang sehat.,Racmawati & Andjarwati (2020).Anugrahati (2021)menyatakan bahwa Gaya hidup konsumtif merupakan manifestasi perilaku ekonomi yang memprioritaskan akuisisi barang non-primer secara masif. Fenomena ini diidentifikasi melalui tingginya alokasi anggaran untuk kebutuhan yang tidak mendesak, yang pada akhirnya mengaburkan batasan antara kebutuhan esensial dan sekadar keinginan pribadi. Motivasi konsumsi saat ini telah mengalami pergeseran, di mana perolehan kepuasan emosional sering kali dianggap lebih penting daripada pemenuhan fungsi dasar suatu barang. Kecenderungan ini memicu individu untuk melakukan pembelian barang-barang non-esensial demi mengejar kesenangan instan, dibandingkan mempertimbangkan nilai manfaat jangka panjangnya(Hilmi, 2023).Adapun indikator gaya hidup konsumtif menurut Hilmi(2023) meliputi: 1.Berorientasi pada kesenangan, 2.Menghabiskan waktu di tempat konsumtif, 3.Memiliki sifat ikut-ikutan, 4.Mudah terpengaruh lingkungan sosial.

Keputusan Penggunaan Kredit Online (Y)

Suharman (2022) menyatakan bahwa Keputusan untuk memanfaatkan layanan kredit digital merupakan suatu tindakan elektif yang didasari pada evaluasi terhadap nilai guna dan kredibilitas platform. Proses pengambilan keputusan ini melibatkan pengaruh paparan iklan serta pengalaman pengguna terdahulu, yang sekaligus merepresentasikan kecakapan individu dalam mengolah informasi guna menentukan solusi finansial yang relevan dengan kebutuhan mereka.Sedangkan Saputra & Zoraya (2024)menyatakan bahwa Keputusan penggunaan kredit merupakan langkah strategis individu dalam mengelola aspek finansialnya, yang didasari pada pertimbangan risiko, fleksibilitas keuangan, serta urgensi kebutuhan. Tindakan ini umumnya diambil saat terjadi kesenjangan antara ketersediaan modal dengan kebutuhan dana yang harus segera dipenuhi. Fenomena *Buy Now Pay Later* (BNPL) saat ini muncul sebagai instrumen pembayaran digital yang diminati karena fitur penundaan pembayaran maupun opsi angsuran transaksinya. Walaupun mekanisme ini menawarkan kemudahan akses

dibandingkan kredit perbankan tradisional, BNPL memiliki risiko inheren seperti penalti keterlambatan dan ancaman gagal bayar. Oleh sebab itu, tingkat literasi keuangan individu memegang peranan krusial dalam menentukan apakah pemanfaatan layanan ini akan menjadi bantuan finansial yang efektif atau malah memicu jeratan utang konsumtif yang destruktif. Safira (2020). Adapun indikator penggunaan kredit online menurut Suharman (2022) meliputi: 1. Minat penggunaan, 2. Frekuensi penggunaan, 3. Keberlanjutan penggunaan.

Hipotesis

H1: Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan kredit online.

Penelitian (Frederica et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minat penggunaan pinjaman online karena membantu individu memahami konsekuensi finansial yang mungkin terjadi. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Ayu Desy Geriadi & Winda Pratiwi, 2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan Shopee PayLater. Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda. (Serafica Dhara Ayuandika & Aldi Akbar, 2025) menemukan bahwa persepsi risiko dapat membuat individu lebih selektif dalam menggunakan layanan kredit digital. Selain itu, (Saputra & Zoraya, 2024) menjelaskan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan penggunaan kredit dapat melemah ketika individu memiliki gaya hidup konsumtif dan kontrol diri yang rendah. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan tetap menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan penggunaan kredit online.

H2: Gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap Keputusan penggunaan kredit online

Penelitian (Syifaudin, 2024) menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelajar, di mana kemudahan akses kredit digital melalui layanan seperti Shopee PayLater meningkatkan kecenderungan konsumsi non-esensial. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Pustaka & Multidisplin, 2025) yang menyatakan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap penggunaan layanan kredit digital secara berlebihan. Namun, beberapa penelitian menunjukkan hasil yang berbeda, (Silvialorensa et al., 2024) menemukan bahwa penggunaan kredit online tidak hanya dipengaruhi oleh gaya hidup, tetapi juga oleh tingkat literasi keuangan individu. Selain itu, (Saputra Safariyanto & Santoso, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, melainkan lebih dipengaruhi oleh gaya hidup hedonis dan promosi penjualan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

Tabel 1 Oprasional Variabel

No	Variable	Definisi	Indikator	Skala
1.	Literasi keuangan (X_1)	Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan untuk mengambil keputusan finansial secara	1. Pemahaman dasar pengelolaan keuangan 2. Pengelolaan tabungan dan pinjaman 3. Pengelolaan asuransi 4. Pengelolaan asuransi Menurut Ridwan et al (2022)	Ordinal

		tepat(Ridwan et al., 2022)		
2.	Gaya Hidup Konsumtif (X ₂)	Gaya hidup konsumtif merupakan perilaku yang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan dalam aktivitas konsumsi (Anugrahati, 2021)	1. Berorientasi pada kesenangan 2. Menghabiskan waktu di tempat konsumtif 3. Memiliki sifat ikut-ikutan 4. Mudah terpengaruh lingkungan sosial	Ordinal
3.	Keputusan penggunaan kredit online (Y)	Keputusan penggunaan kredit online merupakan tindakan individu dalam menggunakan layanan kredit digital berdasarkan pertimbangan kebutuhan dan manfaat layanan(Suharman, 2022)	Menurut Hilmi (2023) 1. Minat penggunaan (intention tu use) 2. Frekuensi penggunaan 3. Keberlanjutan penggunaan (continuance intention) Menurut Suharman, (2022)	Ordinal

Sumber: Data di Olah penulis Tahun 2026

3. METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan desain penelitian kuantitatif dengan teknik survei guna menginvestigasi dampak literasi keuangan serta pola hidup konsumtif terhadap determinasi penggunaan kredit daring di kalangan Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Sejalan dengan perspektif (Sugiono, 2021), metodologi kuantitatif dioperasikan untuk melakukan pengujian hipotesis melalui penghimpunan data numerik yang diolah secara statistik. Karakteristik penelitian ini adalah asosiatif, yang difokuskan untuk memetakan keterkaitan antarvariabel yang diobservasi. Pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner elektronik via Google Form dengan instrumen pengukuran skala Likert 1–5. Mengacu pada data sensus penduduk yang dirilis oleh badan pusat statistic BPS tahun 2025 populasi Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya yang mencapai 171.088 jiwa, penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria spesifik, yaitu partisipan berusia 18–25 tahun dan memahami mekanisme kredit daring. Meskipun perhitungan rumus Slovin dengan tingkat galat 10% menetapkan batas minimal 99 subjek, penelitian ini melibatkan 105 responden untuk meningkatkan reliabilitas dan ketepatan data. Analisis statistik selanjutnya dijalankan melalui model regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 31.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r-Hitung	r-Tabel	P (Sig.)	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	X1.1	0.730	0.1918	0.000	Valid
	X1.2	0.745	0.1918	0.000	Valid
	X1.3	0.585	0.1918	0.000	Valid
	X1.4	0.684	0.1918	0.000	Valid
	X1.5	0.710	0.1918	0.000	Valid
	X1.6	0.508	0.1918	0.000	Valid
	X1.7	0.768	0.1918	0.000	Valid
	X1.8	0.839	0.1918	0.000	Valid
Gaya hidup konsumtif (X2)	X2.1	0.712	0.1918	0.000	Valid
	X2.2	0.701	0.1918	0.000	Valid
	X2.3	0.723	0.1918	0.000	Valid
	X2.4	0.781	0.1918	0.000	Valid
	X2.5	0.731	0.1918	0.000	Valid
	X2.6	0.757	0.1918	0.000	Valid
	X2.7	0.689	0.1918	0.000	Valid
	X2.8	0.637	0.1918	0.000	Valid
Penggunaan kredit online (Y)	Y.1	0.837	0.1918	0.000	Valid
	Y.2	0.869	0.1918	0.000	Valid
	Y.3	0.886	0.1918	0.000	Valid
	Y.4	0.903	0.1918	0.000	Valid
	Y.5	0.891	0.1918	0.000	Valid
	Y.6	0.886	0.1918	0.000	Valid

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen mengacu pada ambang batas *Cronbach's Alpha* senilai 0,60 sebagai indikator keandalan. Berdasarkan ketentuan tersebut, data ringkas mengenai hasil uji reliabilitas untuk seluruh variabel penelitian dipaparkan di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Crobach's Alpha</i>	Standar Nilai	Keterangan
Literasi Keuangan	0,800	0,60	Reliabel
Gaya hidup konsumtif	0,870	0,60	Reliabel
Keputusan penggunaan kredit online	0,941	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Uji Regresi Linear Berganda

Analisis mengenai implikasi variabel Literasi Keuangan (X1) serta Gaya Hidup Konsumtif (X2) terhadap Keputusan Penggunaan Kredit Daring (Y) dioperasikan melalui teknik regresi linear berganda. Prosedur komputasi data dalam studi ini didukung oleh perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Adapun ringkasan dari hasil estimasi regresi linear berganda tersebut dipaparkan dalam uraian di bawah ini:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
1 (Constant)	5989,903	1617,775
Literasi Keuangan	0,158	0,053
Gaya hidup konsumtif	0,285	0,035

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Melalui model regresi linear berganda yang telah disusun, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y=5989,903+0,158X_1+0,285X_2$. Nilai konstanta sebesar 5989,903 merupakan nilai dasar matematis dari keputusan penggunaan kredit online ketika variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif bernilai nol. Nilai tersebut muncul sebagai bagian dari model regresi akibat penggunaan total skor variabel dalam pengolahan data sehingga tidak diinterpretasikan sebagai kondisi nyata atau nilai praktis dalam konteks penggunaan kredit online.

Variabel literasi keuangan (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,158 yang menunjukkan arah hubungan positif. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada literasi keuangan diperkirakan akan meningkatkan keputusan penggunaan kredit online sebesar 0,158 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Variabel gaya hidup konsumtif (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,285 yang menunjukkan arah hubungan positif terhadap keputusan penggunaan kredit online. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada gaya hidup konsumtif diperkirakan meningkatkan keputusan penggunaan kredit online sebesar 0,285 satuan dengan asumsi variabel lain konstan (*ceteris paribus*).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted square	Std. Error of the Estimate
1	774 ^a	0,600	0,592	930,919

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,600 menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan mampu menjelaskan sebesar 60,0% variasi keputusan penggunaan kredit online. Sementara itu, sebesar 40,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak dianalisis dalam penelitian ini. Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,774 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan kredit online berada pada kategori kuat.

Uji F (Kelayakan Model)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	132482394,955	2	66241197,477	6,879	<,002 ^b
	Residual	982159190,436	102	9629011,671		
	Total	1114641585,390	104			

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan

penggunaan kredit online. Hal ini dibuktikan melalui nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai F_{hitung} sebesar 6,879 lebih besar dibandingkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak (fit) untuk menjelaskan pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan kredit online.

Tabel 7. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5989,903	1617,755		3,703	0,000
1 X1	0,158	0,053	0,219	2,952	0,004
X2	0,285	0,035	0,606	8,162	0,000

Sumber: Data diolah SPSS.31 (2026)

Hasil pengujian signifikansi secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai t_{hitung} sebesar 2,952 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan individu, maka semakin tinggi pula kecenderungan penggunaan kredit online. Generasi Z yang memiliki pemahaman finansial yang baik cenderung lebih memahami manfaat, risiko, dan mekanisme penggunaan layanan kredit digital sehingga lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan tersebut sebagai alternatif pemenuhan kebutuhan finansial.

Variabel gaya hidup konsumtif (X2) juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 8,162 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup konsumtif individu, maka semakin tinggi kecenderungan penggunaan kredit online. Perkembangan media sosial, tren digital, serta kemudahan akses layanan paylater mendorong individu untuk lebih mudah melakukan konsumsi berbasis keinginan sehingga kredit online dipandang sebagai solusi praktis dalam memenuhi kebutuhan konsumtif. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif terhadap keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa variabel literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan penggunaan layanan kredit digital pada Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan memahami keuangan, tetapi juga dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan perubahan pola konsumsi masyarakat modern. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik tidak selalu menghindari penggunaan kredit digital. Sebaliknya, pemahaman finansial yang dimiliki justru membuat Generasi Z lebih memahami mekanisme, manfaat, risiko, serta sistem pembayaran layanan kredit online sehingga meningkatkan kepercayaan dalam

menggunakan layanan tersebut. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan pada Generasi Z tidak selalu berorientasi pada penghindaran utang, tetapi lebih pada kemampuan memahami dan memanfaatkan instrumen keuangan digital secara efektif. Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital cenderung memandang kredit online sebagai bagian dari gaya hidup modern dan solusi keuangan yang praktis. Kemudahan akses aplikasi pinjaman digital, proses pengajuan yang cepat, serta fleksibilitas pembayaran menyebabkan kredit online dipersepsikan sebagai alat likuiditas jangka pendek yang efisien, bukan semata-mata sebagai bentuk utang konsumtif. Selain itu, karakteristik Generasi Z yang sangat dekat dengan teknologi digital turut memengaruhi pola pengambilan keputusan finansial. Tingginya intensitas penggunaan media sosial, maraknya promosi layanan *paylater*, serta budaya *instant gratification* mendorong generasi muda untuk lebih terbuka terhadap penggunaan layanan kredit digital. Dalam kondisi tersebut, individu yang memiliki literasi keuangan lebih baik justru merasa lebih percaya diri dalam menggunakan kredit online karena mereka merasa memahami mekanisme, manfaat, dan risiko penggunaannya. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian (Cahayana, 2026) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membentuk keputusan penggunaan layanan keuangan digital. Individu dengan tingkat pemahaman finansial yang baik cenderung lebih mampu mempertimbangkan manfaat dan risiko penggunaan kredit online sebelum mengambil keputusan finansial.

Namun, dalam konteks Generasi Z, literasi keuangan tidak selalu diartikan sebagai upaya menghindari kredit, melainkan sebagai kemampuan dalam memanfaatkan layanan keuangan digital secara lebih adaptif sesuai kebutuhan. Selain literasi keuangan, gaya hidup konsumtif juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Perkembangan media sosial, tren digital, serta kemudahan akses layanan *paylater* mendorong generasi muda untuk lebih mudah melakukan konsumsi berbasis keinginan. Kredit online dipandang sebagai solusi praktis untuk memenuhi kebutuhan konsumtif karena menawarkan proses yang cepat, fleksibel, dan mudah digunakan. Kemudahan transaksi digital, promosi yang masif melalui media sosial, serta adanya berbagai fitur pembayaran cicilan membuat Generasi Z lebih terdorong untuk melakukan pembelian secara impulsif. Kondisi tersebut menyebabkan layanan kredit online menjadi salah satu alternatif yang dipilih untuk memenuhi kebutuhan maupun gaya hidup konsumtif.

Fenomena ini menunjukkan bahwa perubahan pola konsumsi pada generasi muda tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi digital yang semakin mempermudah aktivitas transaksi keuangan. Temuan ini didukung oleh penelitian (Putri¹ et al., 2023) yang menjelaskan bahwa kemudahan akses kredit digital dapat meningkatkan kecenderungan individu dalam memenuhi kebutuhan konsumtif secara praktis. Namun, penggunaan kredit online yang tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik berpotensi menimbulkan masalah finansial di masa mendatang, seperti perilaku konsumtif berlebihan, ketergantungan terhadap utang digital, dan kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi. Secara keseluruhan, keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z dipengaruhi oleh kombinasi antara pemahaman finansial dan dorongan gaya hidup konsumtif. Literasi keuangan dalam konteks ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pengendalian perilaku keuangan, tetapi juga sebagai kemampuan adaptasi terhadap perkembangan layanan keuangan digital. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan edukasi literasi keuangan digital agar Generasi Z mampu menggunakan layanan kredit online secara lebih terkontrol, bijak, dan sesuai dengan kemampuan finansialnya.

5. PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan penggunaan kredit online, yang menunjukkan bahwa Generasi Z dengan pemahaman finansial yang lebih baik cenderung lebih memahami mekanisme, manfaat, dan kemudahan layanan kredit digital sehingga lebih percaya diri dalam memanfaatkan layanan tersebut. Sementara itu, gaya hidup konsumtif juga terbukti meningkatkan kecenderungan penggunaan kredit online, terutama dipengaruhi oleh perkembangan media sosial, tren digital, dan kemudahan akses layanan paylater.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa literasi keuangan dan gaya hidup konsumtif secara simultan mampu menjelaskan keputusan penggunaan kredit online pada Generasi Z di Kabupaten Tasikmalaya. Temuan ini mengindikasikan bahwa penggunaan kredit daring pada generasi muda tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan finansial, tetapi juga oleh faktor perilaku konsumtif dan perkembangan teknologi digital. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan kajian dengan menambahkan variabel lain yang relevan, seperti kontrol diri, persepsi risiko, atau pengaruh lingkungan sosial agar memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perilaku penggunaan kredit online.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar Generasi Z lebih bijak dan rasional dalam menggunakan layanan kredit online dengan mempertimbangkan kemampuan finansial serta risiko yang mungkin timbul di masa mendatang. Selain itu, diperlukan peningkatan edukasi literasi keuangan digital dari pemerintah maupun Otoritas Jasa Keuangan (OJK) agar masyarakat, khususnya generasi muda, mampu memahami manfaat dan risiko penggunaan kredit digital secara lebih baik. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti kontrol diri, pengaruh media sosial, dan perilaku impulsif agar hasil penelitian mengenai keputusan penggunaan kredit online dapat dikaji secara lebih komprehensif.

5. DAFTAR RUJUKAN

- Afdi, M., & Afdi, M. (2020). Munich Personal RePEc Archive Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia Financial Technology (Fintech): It ' s Concept and Implementation in Indonesia . 98486.
- Anugrahati, T. &. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Milenial Di Kabupaten Jurnal Riset Sains Manajemen, 2(3), 103–110. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1410873>
- Ayu Desy Geriadi, M., & Winda Pratiwi, L. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Niat Menggunakan Shopee Paylater dengan Persepsi Risiko dan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi pada Generasi Z di Kota Denpasar. 11, 167–174.
- Cahayana. (2026). Ekopedia : Jurnal Ilmiah Ekonomi. 2(1), 682–696.

- Frederica, D., Magdalena, F. C. S., Gunarso, G., Anatasia, C., & Cici, H. D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Faktor Lainnya Terhadap Niat Masyarakat Menggunakan Pinjaman Online. *Jurnal Riset Bisnis*, 7(1), 141–155.
- Hilmi, G. &. (2023). Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- mason & hilson. (2021). Literasi Keuangan dan Pendapatan pada Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 142–155.
- Ojk. (2023). Literasi Keuangan. In *Banking Journalist Academy* (Issue June).
- Pustaka, J., & Multidisplin, N. (2025). 1 , 2 1,2. 3(2), 1–12.
- Putri, K. (2024). P-issn 1412-775x e-issn 2541-5204. 22(1), 100–113.
- Putril, M., Oktovina, R., Oktovini, R., Lesmana, I., & Rinaldo, D. (2023). Dampak Penggunaan Pinjaman Online Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa STIE Ekuitas. 12(4), 783–790.
- Racmawati & Andjarwati. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Promosi Penjualan (Studi Pada Konsumen Burger King). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Management*, 18(2), 47–55.
- Rafqi. (n.d.). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap minat mahasiswa menggunakan paylater (studi pada mahasiswa universitas muhammadiyah sorong) 1). Bahtiar 2020, 413–427. <https://doi.org/10.37478/als.v14i02.4548>
- Ridwan, R., Lestari, D. F., & Rachmanda, Y. S. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Cipasung Tasikmalaya. 2019. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1444>
- Safira, B. N. & S. (2020). Konsep Dan Perbandingan Buy Now, Pay Later Dengan Kredit Perbankan Di Indonesia: Sebuah Keniscayaan Di Era Digital Dan Teknologi. *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, 9(2), 183. <https://doi.org/10.33331/rechtsvinding.v9i2.444>
- salsabila. (2024). Neraca Neraca. 1192, 801–809.
- Saputra, A., & Zoraya, I. (2024). Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Manajemen Keuangan Pribadi Terhadap Keputusan Penggunaan Kredit Pada Kaum Milenial. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 13(01), 243–255. <https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.30010>
- Saputra Safariyanto, O. D., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Shopee Paylater, Promosi Penjualan, Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa. *Journal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 51–57.
- Serafica Dhara Ayuandika, & Aldi Akbar. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Persepsi Risiko terhadap Pinjaman Online: Studi Kasus Generasi

- Milenial dan Generasi Z di Jawa Barat. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(1), 163–181. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.4988>
- Silvialorensa, D. D., Hartono, & Dwihandoko, T. H. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Penggunaan Spaylater pada Generasi Z di Kecamatan Magersari Kota Mojokerto. *Jurnal Bisnis Manajemen*, 2(3), 51–56.
- Sudiarti, S. (2025). *Innovation Research i n Economics Business Accounting*. 1(2), 87–95.
- Sugiono. (2021). Teknik Pengumpulan data. 43–55.
- Suharman. (2022). Pengaruh Religiusitas, Risiko, Penanganan Keluhan Konsumen Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater Dengan Minat Sebagai Variabel Intervening. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(3), 1544–1560. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v9i3.44486>
- Syifaudin, M. (2024). Shopee paylater Dan Gaya Hidup: Pengaruhnya Terhadap Konsumsi Berlebihan Di Kalangan Mahasiswa Ekonomi Universitas Tulungagung. *Jimbien : Jurnal Mahasiswa Manajemen, Bisnis, Entrepreneurship*, 3(2), 103–109. <https://doi.org/10.36563/jimbien.v3i2.1365>
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat. 3(c), 127–134.
- yohanes. (2022). *LITERA: Jurnal Literasi Akuntansi* Vol. 2 No. 2 Juni 2022. 2(2), 86–99.