

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media sosial telah memengaruhi pola konsumsi Generasi Z yang cenderung mengarah pada perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah, religiusitas, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Syariah Universitas Muhammadiyah Jember. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang dipilih dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa. Religiusitas juga berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif, yang menandakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif menurun. Sebaliknya, gaya hidup hedonisme memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif, yang berarti semakin tinggi gaya hidup hedonisme maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi mahasiswa, lembaga pendidikan, dan masyarakat dalam mengelola keuangan secara bijak dan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya nilai-nilai religius serta pola hidup sederhana dalam menghadapi era digital.

Kata kunci: Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas, Gaya Hidup Hedonisme, Perilaku Konsumtif, Generasi Z.

ABSTRACT

The development of technology and social media has influenced the consumption patterns of Generation Z, which tend to lead to consumptive behavior. This study aims to analyze the influence of Sharia financial literacy, religiosity, and a hedonistic lifestyle on the consumptive behavior of Generation Z, specifically among students of the Faculty of Sharia Economics at the University of Muhammadiyah Jember. The approach used in this research is quantitative, with multiple linear regression analysis techniques. Data were collected through the distribution of questionnaires to respondents selected using a purposive sampling method. The results of the study indicate that Sharia financial literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior, meaning that the higher the level of Sharia financial literacy, the lower the students' consumptive behavior. Religiosity also has a negative effect on consumptive behavior, indicating that the higher a person's level of religiosity, the lower their tendency to engage in consumptive behavior. Conversely, a hedonistic lifestyle has a positive and significant effect on consumptive behavior, meaning that the higher the level of hedonistic lifestyle, the higher the students' consumptive behavior. Simultaneously, the three independent variables have a significant effect on consumptive behavior. These findings are expected to serve as a foundation for students, educational institutions, and society in managing finances wisely and fostering awareness of the importance of religious values and a simple lifestyle in facing the digital era.

Keywords: *Islamic financial literacy, religiosity, and hedonistic lifestyles towards the consumptive behavior of Generation Z.*