



**PENGARUH LITERASI KEUANGAN
DIGITAL DAN PERENCANAAN
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI DENGAN KONFORMITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(STUDI PADA GENERASI Z DI
PEKALONGAN)**



SHOHMA MIFDAH MASYA
NIM. 4121127

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN
PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI DENGAN KONFORMITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA
GENERASI Z DI PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SHOHMA MIFDAH MASYA

NIM. 4121127

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN
PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI DENGAN KONFORMITAS
SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA
GENERASI Z DI PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SHOHMA MIFDAH MASYA
NIM. 4121127

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Shohma Mifdah Masya

NIM : 4121127

Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan
Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku
Konsumsi Dengan Konformitas Sebagai Variabel
Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Pekalongan)**

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 01 Juli 2025

Yang Menyatakan,



Shohma Mifdah Masya

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Shohma Mifdah Masya

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

di-

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : **Shohma Mifdah Masya**
NIM : **4121127**
Judul : **Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi Dengan Konformitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Pekalongan)**

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 1 Juli 2025

Pembimbing,



Syifa Rohmah, M.M.

NIP. 199408222022032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

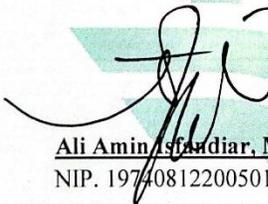
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **Shohma Mifdah Masya**
NIM : **4121127**
Judul Skripsi : **Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan
Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku
Konsumsi Dengan Konformitas Sebagai Variabel
Moderasi (Studi Pada Generasi Z Di Pekalongan)**
Dosen Pembimbing : **Syifa Rohmah, M.M.**

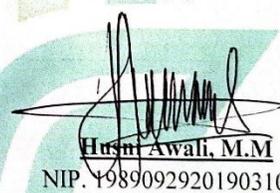
Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 9 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
(S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

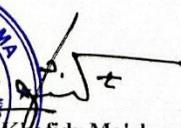

Ali Amin Isfandiari, M.Ag
NIP. 197408122005011002

Penguji II


Husni Awali, M.M
NIP. 198909292019031016

Pekalongan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. A.M. Muhsin Hafidz Ma'shum, M.Ag.
806162003121003

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

QS. Al-Insyirah: 5-6



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisa Skripsi ini:

1. Cinta pertama dan panutan terbaik ayah tercinta Almarhum Bapak Kayumi terimakasih telah berjuang dan selalu mengusahakan yang terbaik untuk kehidupan penulis, terimakasih atas segala kasih sayang dan doa yang dahulu selalu beliau berikan, semoga Allah SWT. senantiasa memberikan tempat terbaik untuk beliau.
2. Yang sangat terkasih Ibu Karsinah yang selalu mendoakan, mendukung serta mengapresiasi setiap langkah penulis dalam menempuh pendidikan hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. *Murabbi ruhi* Abi Dr. K.H. Mohammad Fateh, M.Ag. dan Umi Hj. Nurul Azizah, M.Ag. terimakasih atas segala bimbingan, ilmu, dan doa-doa yang selalu dipanjatkan hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
4. Kakak-kakak saya, yang selalu memberikan semangat dan bantuan dalam proses saya mengerjakan skripsi.
5. Dosen pembimbing saya Ibu Syifa Rohmah, M.M terimakasih telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I. selaku dosen wali saya yang telah memberikan saya arahan dan membantu dalam proses perkuliahan.
7. Sahabat dan teman-teman yang selalu bersedia mendengarkan keluh kesah dan membantu penulis dalam penulisan skripsi ini.

ABSTRAK

SHOHMA MIFDAH MASYA. Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumsi dengan Konformitas Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Generasi Z di Pekalongan)

Perilaku konsumtif merujuk pada kebiasaan membeli dan menggunakan produk atau layanan secara ekstrem dan tanpa pemikiran yang mendalam, hanya untuk kepuasan pribadi daripada untuk kebutuhan pokok, seringkali sebagai cara untuk menunjukkan kemewahan dalam gaya hidup. Generasi Z yang tumbuh dengan akses mudah terhadap teknologi seperti smartphone dan internet, mendorong kemudahan akses ke platform e-commerce memicu perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, dimana literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan diyakini sebagai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan konformitas sebagai variabel moderasi pada generasi Z di pekalongan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel 96 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode purposive sampling. Metode ini merupakan suatu pendekatan pemilihan sampel yang tidak bersifat acak, di mana sampel dipilih berdasarkan kriteria-kriteria tertentu guna menentukan jumlah sampel yang akan diteliti lebih lanjut. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS Statistic 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, Perencanaan Keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, Konformitas tidak memoderasi pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif, Kemudian Konformitas tidak memoderasi pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Digital, Perencanaan Keuangan, Konformitas

ABSTRAC

SHOHMA MIFDAH MASYA. The Influence of Digital Financial Literacy and Financial Planning on Consumption Behaviour with Conformity as a Moderating Variable (A Study of Generation Z in Pekalongan)

Consumptive behaviour refers to the habit of buying and using products or services in an extreme manner and without deep consideration, solely for personal satisfaction rather than for basic needs, often as a way to display luxury in one's lifestyle. Generation Z, who have grown up with easy access to technology such as smartphones and the internet, have been driven by the ease of access to e-commerce platforms, which has triggered uncontrolled consumer behaviour. Digital financial literacy and financial planning are believed to be factors influencing such consumer behaviour. This study aims to analyse the influence of digital financial literacy and financial planning on consumer behaviour, with conformity as a moderating variable, among Generation Z in Pekalongan.

This study is a quantitative research. The data collection method used in this study is a questionnaire survey with a sample of 96 respondents. The sampling technique employed is purposive sampling. This method is a non-random sample selection approach, where samples are selected based on specific criteria to determine the number of samples to be studied further. This study uses multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS Statistics 25.

The results of this study indicate that Digital Financial Literacy does not significantly influence Consumer Behaviour, Financial Planning does not significantly influence Consumer Behaviour, Conformity does not moderate the influence of Digital Financial Literacy on Consumer Behaviour, and Conformity does not moderate the influence of Financial Planning on Consumer Behaviour.

Keywords: Consumer Behaviour, Digital Financial Literacy, Financial Planning, Conformity

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Dr. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Muhammad Aris Syafi'I, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sekaligus Dosen Penasehat Akademik (DPA)
4. Syifa Rohmah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini
5. Keluarga dan sahabat yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
6. Seluruh responden yang berpartisipasi dan meluangkan waktunya untuk penelitian ini sehingga penelitian ini berjalan lancar.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 1 Juli 2025



Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
B. Telaah Pustaka	16
C. Kerangka Berpikir	32
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Setting Penelitian	36
D. Populasi dan Sampel	37
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
F. Sumber Data	41

G.	Teknik Pengumpulan Data.....	42
H.	Metode Analisis Data.....	42
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		48
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B.	Karakteristik Responden	50
C.	Uji Distribusi Frekuensi	54
D.	Analisis Data	62
E.	Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....		80
A.	Simpulan	80
B.	Keterbatasan Penelitian.....	81
C.	Implikasi.....	81
DAFTAR PUSTAKA		84
LAMPIRAN		
1.	Lampiran 1	I
2.	Lampiran 2	V
3.	Lampiran 3	X
4.	Lampiran 4	XI
5.	Lampiran 5	XII
6.	Lampiran 6	XIII
7.	Lampiran 7	XIV
8.	Lampiran 8	XV
9.	Lampiran 9	XIX

TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil keputusan bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/u/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fenomena-fenomena konsonan dalam bahasa arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	komaterbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ : *kataba*

فَعَلَ : *fa'ala*

ذَكَرَ : *Žukira*

b. Vokal Rangkap

Rangkap Vokal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

سُئِلَ : *su'ila*

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *ħaula*

3. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...يَ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dhammah dan wau	ū	u dan garis di atas

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk tā' marbuṭah ada dua :

- a. Tā' marbuṭah hidup
Tā' marbuṭah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya adalah “t”.
- b. Tā' marbuṭah mati
Tā' marbuṭah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.
- c. Kalau pada kata terakhir dengan tā' marbuṭah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka tā' marbuṭah itu ditransliterasikan dengan hā' (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

-*raudah al-atfal*

- *raudatul atfal*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

- *al-Madīnah al-Munawwarah*

- *al-Madīnatul-Munawwarah*

طَلْحَةُ

- *talḥah*

5. Syaddah (Tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydīd, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

رَبَّانٍ : *rabbana*

نَزَّلَ : *nazzala*

الْبِرُّ : *al-birr*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

- a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

- c. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

الرَّجُلُ	: <i>ar-rajulu</i>
السَّيِّدُ	: <i>as-sayyidu</i>
الْقَلَمُ	: <i>al-qalamu</i>
الْبَدِيُّ	: <i>al-badi'u</i>
الْجَلَلُ	: <i>al-jalalu</i>

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذَنَّ	: <i>ta'khuduna</i>
النَّوْءُ	: <i>an-nau'</i>
إِنَّ	: <i>inna</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	<i>Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn</i>
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَ الْمِيزَانَ	<i>Wa auf al-kaila wa-almīzān</i>
	<i>Wa aufulkaila wal mīzān</i>

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di

antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

Wa mā Muhammadun illā rasul

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk “Allāh” bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak xxii digunakan.

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ
qarībun

Naṣrun minallāhi wa faṭḥun

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid karena itu peresmian transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survei Mengenai Perilaku Konsumtif	1
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional	39
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili	50
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	51
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan ..	52
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	53
Tabel 4.8 Distribusi Responden Berdasarkan Pengeluaran	54
Tabel 4.9 Distribusi Variabel Literasi Keuangan Digital	55
Tabel 4.10 Distribusi Variabel Perencanaan Keuangan.....	57
Tabel 4.11 Distribusi Variabel Perilaku Konsumtif.....	59
Tabel 4.12 Distribusi Variabel Konformitas.....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	65
Tabel 4.16 Hasil Uji MRA.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Glejser	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas	71
Tabel 4.20 Hasil Uji t (Parsial)	73
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	74
Tabel 4.22 Hasil Uji T (Parsial) Setelah dimoderasi.....	75
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) setelah dimoderasi	76

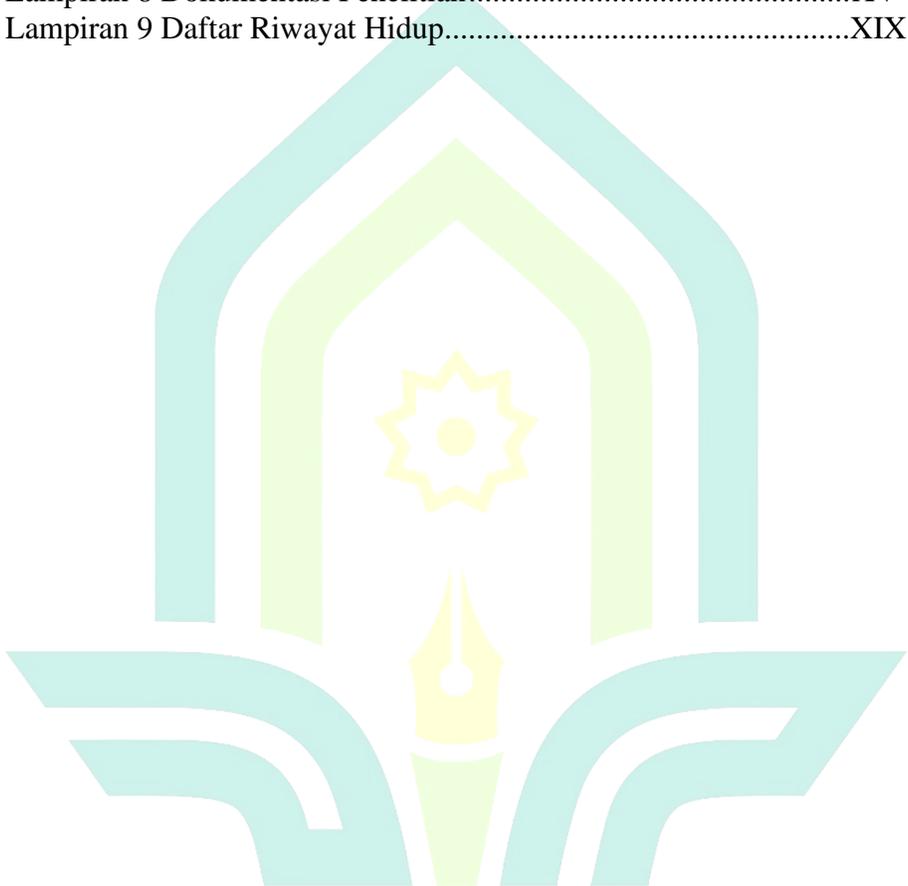
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur.....	3
Gambar 1.2 Kebutuhan Rutin Bulanan Gen Z.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	I
Lampiran 2 Data Mentah	V
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1	X
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2.....	XI
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y.....	XII
Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Z	XIII
Lampiran 7 Surat Pernyataan.....	XIV
Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian.....	XV
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	XIX



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk cara individu mengakses dan mengelola keuangan. Generasi Z, sering juga disingkat Gen Z, ialah lapisan Masyarakat yang dilahirkan antara tahun 1997 dan 2012. Generasi ini adalah penerus Generasi Milenial dan didahului oleh Generasi X. Generasi Z diketahui sebagai "digital natives," karena mereka tumbuh dengan akses mudah terhadap teknologi seperti *smartphone* dan internet (Fadillah et al., 2022). Kemampuan mereka dalam memanfaatkan beragam platform digital memungkinkan mereka untuk berkomunikasi, memperoleh pengetahuan, dan berbelanja dengan sangat lancar.

Kemudahan akses ke berbagai platform digital, Generasi Z lebih memilih belanja online dibandingkan metode konvensional. Mereka sering kali melakukan pembelian impulsif berdasarkan tren yang mereka lihat di media sosial (Utama et al., 2024). Gen Z cenderung mempercayai ulasan dari seriap orang yang mereka ikuti di media sosial, yang dapat mendorong pembelian barang-barang tertentu meskipun tidak selalu berdasarkan kebutuhan. Banyak pembelian yang dilakukan oleh Generasi Z didorong oleh keinginan untuk mengikuti tren daripada kebutuhan fungsional. Hal ini menciptakan pola konsumsi yang lebih hedonis, di mana mereka mencari barang-barang yang memberikan kesenangan atau meningkatkan citra diri mereka (Muna & Aenurofik, 2023). Fenomena ini berpotensi memicu perilaku konsumtif yang tidak terkontrol, terutama jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang memadai.

Fenomena ini semakin nyata ketika melihat hasil pra-penelitian yang dilakukan pada 30 Generasi Z di Kota dan Kabupaten Pekalongan, yang menunjukkan bahwa:

Tabel 1.1 Hasil Survei Mengenai Perilaku Konsumtif

Hasil Survei	Persentase
Generasi Z sering membeli barang karena mengutamakan keinginan daripada kebutuhan	59.6%

Generasi Z sering membeli produk karena kemasannya yang menarik, meskipun belum tentu tahu kualitasnya	53.7%
Generasi Z sering melakukan pembelian secara berlebihan	56%
Tren media sosial (Instagram, TikTok, dll.) memiliki pengaruh besar terhadap keputusan pembelian Generasi Z	73.4%

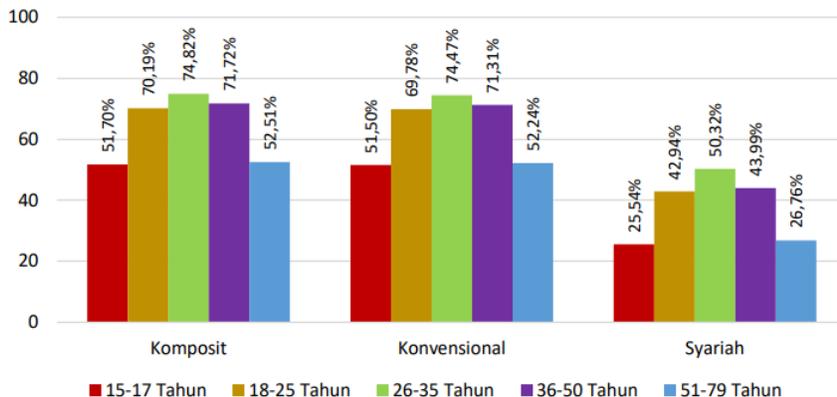
Sumber: Pra Penelitian (2025)

Berdasarkan data dalam tabel 1.1, Generasi Z menunjukkan tingkat konsumtivitas yang cukup tinggi. Hal ini terlihat dari kecenderungan mereka melakukan pembelian yang lebih dipengaruhi oleh keinginan daripada kebutuhan, dengan persentase mencapai 59.6%. Biasanya, mereka tergoda untuk membeli produk ketika terdapat promo atau diskon, seperti “Buy 1 Get 1”, karena dianggap menguntungkan tanpa banyak pertimbangan. Selain itu, sebanyak 53.7% dari Generasi Z sering memilih produk karena kemasan yang menarik. Sebanyak 56% dari mereka juga cenderung membeli secara berlebihan, didorong oleh dorongan emosional tanpa pemikiran panjang. Sementara itu, keputusan pembelian 73.4% Generasi Z dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial misalnya Instagram dan TikTok.

Perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai kebiasaan membeli atau menggunakan produk secara berlebihan dan tidak didasari kebutuhan riil, melainkan sebagai bentuk pemenuhan keinginan emosional dan simbolik (Mujahidah, 2022). Berbagai faktor seperti budaya, sosial, psikologis, dan kepribadian memengaruhi kecenderungan ini (Fuad, 2023). Faktor pribadi dan psikologis, seperti literasi keuangan digital, mencakup kemampuan untuk secara efektif dan aman menggunakan teknologi serta platform digital dalam menjalankan, memahami, dan mengambil keputusan keuangan yang bijak. Literasi keuangan digital melibatkan pengetahuan dan kemampuan perorangan untuk memanfaatkan produk serta layanan keuangan digital, hal ini meliputi melakukan pembelian, pembayaran, peminjaman, menabung, serta berinvestasi secara daring, serta pemahaman terkait risiko yang mungkin terjadi akibat kesalahan dalam pengelolaan (Umami & Syofyan, 2023). Namun, rendahnya tingkat literasi keuangan

digital dalam kelompok Generasi Z merupakan kendala besar dalam upaya menekan perilaku konsumtif.

Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur



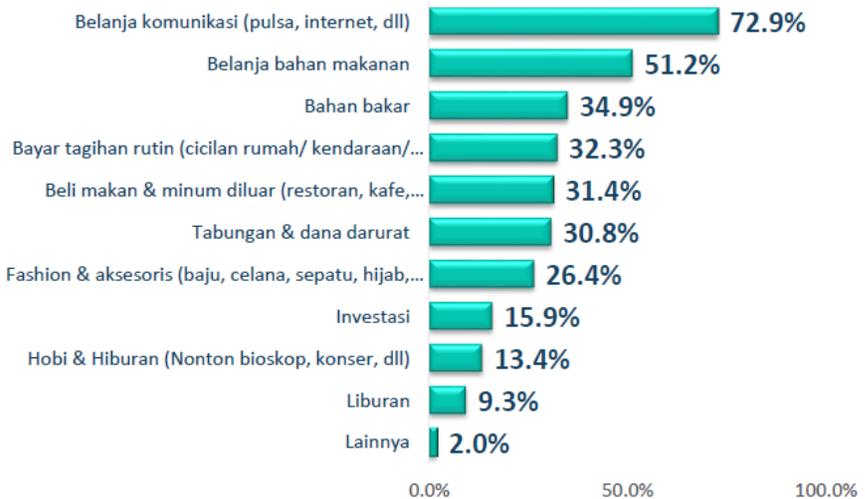
Sumber: SNLINK (2024)

Menurut Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) oleh Otoritas Jasa Keuangan (2024), diketahui bahwa generasi Z (15-17) memiliki indeks literasi terendah, dengan indeks literasi komposit sebesar 51,70% serta indeks konvensional sebesar 51,50% dengan literasi keuangan digital yang jauh lebih rendah. Data ini menunjukkan adanya kesenjangan tingkat literasi antar kelompok umur. Literasi keuangan digital yang baik sangat penting untuk membantu generasi ini memahami risiko transaksi digital, mengelola pengeluaran, dan menghindari pembelian impulsif (Pramedi & Haryono, 2021). Hasil penelitian Umami dan Syofyan (2023) menunjukkan adanya korelasi positif antara tingkat literasi keuangan digital dan kecenderungan perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Negeri Padang. Sebaliknya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2024), literasi keuangan digital memiliki hubungan negatif dengan perilaku belanja daring di kalangan Generasi Z yang tinggal di Desa Pananrang, Kecamatan Mattiro Bulu, Kabupaten Pinrang. Sedangkan pada penelitian Paramita dan Paramita (2024) menjelaskan bahwa literasi keuangan tidak mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi milenial dan Generasi Z.

Selain itu, perencanaan keuangan yang matang juga diperlukan agar pengeluaran dapat diatur sesuai prioritas dan

tujuan keuangan jangka panjang. Perencanaan keuangan meliputi mekanisme yang memiliki tujuan untuk memperoleh tujuan hidup melalui pengelolaan keuangan yang efektif (FPSB, 2007). Dalam proses ini, individu merancang strategi keuangan pribadi guna mencukupi kebutuhan jangka pendek, menengah, dan panjang, termasuk pengelolaan aset dan investasi (Adler, 2009).

Gambar 1.2 Kebutuhan Rutin Bulanan Gen Z



Sumber: Katadata Insight Center (2021)

Berdasarkan survei Katadata Insight Center (2021), hanya 30.8% responden Gen Z yang rutin menabungkan dan memiliki dana darurat setiap bulannya dan hanya 15,9% yang berinvestasi, serta lebih dari separuh responden Gen Z saat ini belum memiliki asuransi dan 81,7% Generasi Z tidak menggunakan jasa penasihat keuangan. Sisanya cenderung melakukan pengeluaran tanpa perencanaan, terutama untuk kebutuhan gaya hidup seperti fesyen, makanan, hiburan, dan langganan aplikasi digital. Di wilayah seperti Pekalongan, yang didominasi oleh pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda, pola konsumsi ini menjadi semakin menonjol seiring dengan kemudahan akses terhadap berbagai promo, diskon, dan kemudahan pembayaran non-tunai. Penelitian Kuswanto et al. (2024) mengemukakan bahwa perencanaan keuangan mempunyai dampak positif pada perilaku konsumtif mahasiswa S1 Pendidikan Ekonomi di Universitas Jambi. Sebaliknya, penelitian Menurut Ristanti dan Hidajat (2024), perencanaan

keuangan tidak memberikan pengaruh yang signifikan dalam menekan perilaku konsumtif, meskipun arah pengaruhnya negatif. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan oleh Paramita dan Paramita (2024) menunjukkan bahwa pada golongan generasi milenial dan Generasi Z di tiga universitas yang berlokasi di Bandung, Jakarta, dan Surabaya, perencanaan keuangan justru tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Di lain pihak, konformitas bertindak sebagai variabel moderator yang memoderasi hubungan antara literasi keuangan digital, perencanaan keuangan, dan perilaku konsumtif. Generasi Z yang aktif di media sosial sangat terpengaruh oleh norma dan tren kelompok, yang dapat memperkuat dorongan konsumtif demi mendapatkan pengakuan sosial (Cialdini & Goldstein, 2004; Azlan et al., 2025). Konformitas berupa fenomena sosial di mana individu mengubah perilakunya karena pengaruh dari orang lain (Vatmawati, 2019). Dalam kelompok remaja, konformitas menyebabkan seseorang bertindak selaras dengan teman-temannya demi memenuhi standar yang ditetapkan oleh kelompok. Laporan Deloitte (2022) menunjukkan bahwa 54% Gen Z di Indonesia mengaku membeli suatu produk karena melihat tren yang diikuti teman atau influencer di media sosial. Studi yang dilakukan oleh Umami dan Syofyan (2023) menunjukkan bahwa konformitas memiliki hubungan positif dengan kecenderungan konsumtif mahasiswa di Universitas Negeri Padang. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Ermayanti (2021) menemukan bahwa konformitas justru berdampak negatif terhadap pola konsumtif dalam belanja online pada mahasiswa Pendidikan Akuntansi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan oleh Astrini (2022) menjelaskan bahwa konformitas teman sebaya tidak mampu memoderasi pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif. Akan tetapi konformitas teman sebaya memoderasi gaya hidup sebesar 14,9%.

Di Kota dan Kabupaten Pekalongan, fenomena perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh rendahnya literasi keuangan digital serta minimnya perencanaan keuangan juga semakin nyata di kalangan generasi Z. Pemanfaatan aplikasi belanja online dan dompet digital yang semakin meluas, didukung oleh kemudahan akses pembayaran non-tunai dan berbagai promo

menarik, mendorong generasi muda di wilayah ini untuk berbelanja secara impulsif dan mengikuti tren gaya hidup yang sedang populer. Data dari Katadata Insight Center (2021) menunjukkan bahwa lebih dari separuh generasi Z di Indonesia, termasuk di Kota dan Kabupaten Pekalongan, cenderung melakukan pengeluaran tanpa perencanaan matang, khususnya untuk kebutuhan gaya hidup seperti fesyen, makanan, dan langganan aplikasi digital. Hal ini diperkuat oleh survei OJK (2024) yang menemukan indeks literasi keuangan digital generasi Z hanya sebesar 51,70%, yang menunjukkan masih rendahnya pemahaman mereka dalam mengelola keuangan digital secara bijak. Selain itu, tekanan sosial dan konformitas terhadap norma-norma kelompok, yang semakin diperkuat oleh pengaruh media sosial dan tren, membuat generasi Z di Pekalongan mudah terpengaruh untuk mengikuti gaya hidup konsumtif demi mendapatkan pengakuan sosial. Melihat kompleksitas masalah tersebut, diperlukan upaya untuk meneliti secara mendalam bagaimana literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan memengaruhi perilaku konsumtif, serta bagaimana konformitas sosial berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut.

Penelitian sebelumnya menunjukkan ketidak konsistenan, karena beberapa penelitian menemukan hasil yang berbeda. Sehubungan dengan fenomena tersebut, penelitian ini dianggap relevan untuk dilakukan guna menelaah pengaruh literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif, dengan konformitas sebagai variabel moderasi, pada kalangan Generasi Z di wilayah Pekalongan. Oleh sebab itu, penulis berminat untuk menyelenggarakan penelitian dengan judul **“PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DENGAN KONFORMITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi pada Generasi Z Di Pekalongan)”**

B. Rumusan Masalah

Dengan berlandaskan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penelitian merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan?

2. Apakah Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan?
3. Apakah Konformitas memoderasi Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan?
4. Apakah Konformitas memoderasi Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Dengan merujuk pada rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk mengetahui apakah Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan
- b. Untuk mengetahui apakah Perencanaan Keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan
- c. Untuk mengetahui apakah Konformitas memoderasi Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan
- d. Untuk mengetahui apakah Konformitas memoderasi Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Pekalongan?

2. Manfaat

Studi ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah, baik dalam pengembangan teori maupun dalam penerapan praktis di lapangan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun beberapa manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan wawasan, menghasilkan kontribusi terhadap kemajuan ilmu pengetahuan, serta memperluas referensi tentang perilaku konsumtif generasi Z dan faktor-faktor yang memengaruhinya, terutama dalam konteks literasi keuangan digital, perencanaan keuangan, dan konformitas.

b. Manfaat Praktis

i. Bagi Peneliti

Sebagai peningkatan pengetahuan, praktik di masyarakat, dan evaluasi pengetahuan yang dipelajari

selama perkuliahan. Studi ini juga dapat membantu penulis memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Masyarakat, terutama generasi Z.

ii. Bagi Masyarakat

Sebagai bahan evaluasi dan pertimbangan bagi orang tua dan masyarakat dalam memahami perilaku konsumtif generasi Z dan mengembangkan pendekatan yang tepat untuk membimbing generasi ini dalam mengambil keputusan keuangan yang bijak.

iii. Bagi Akademisi

Sebagai referensi untuk penelitian terkait dan memberikan pemahaman kepada pembaca tentang komponen yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

D. Sistematika Pembahasan

Guna memberikan pemahaman yang terstruktur terkait pembahasan, penyusunan skripsi ini disajikan mengikuti sistematika berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisi uraian awal yang mengemukakan konteks permasalahan sebagai fondasi dalam merumuskan arah penelitian. Selain itu, bagian ini juga memuat perumusan masalah yang akan diteliti, tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian, serta manfaat potensial yang dapat diberikan baik dari segi teoritis maupun aplikatif.

BAB II : KERANGKA TEORI

Dalam bagian kerangka teori, disajikan uraian mendalam tentang teori-teori yang memiliki keterkaitan langsung dengan variabel-variabel yang menjadi fokus penelitian ini. Bagian ini juga mencakup ringkasan temuan penelitian sebelumnya, alur pemikiran yang mendasari penelitian, dan hipotesis yang dirumuskan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bagian metode penelitian, dijabarkan pendekatan sistematis yang

diterapkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian secara ilmiah. Uraian ini mencakup tipe penelitian yang diterapkan sesuai dengan tujuan dan karakteristik studi, penetapan lokasi penelitian sebagai konteks pengumpulan data, serta pemilihan teknik analisis data yang relevan untuk menguji hubungan antarvariabel.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menguraikan tentang objek penelitian yang berfokus pada Generasi Z di Pekalongan. Selain itu, juga membahas jawaban atas rumusan masalah serta temuan yang dihasilkan melalui proses penelitian tersebut. Dalam pembahasan ini, akan diuraikan terkait pengaruh literasi keuangan digital, perencanaan keuangan, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Pekalongan.

BAB V : PENUTUP

Bagian terakhir mencakup kesimpulan, pembahasan mengenai keterbatasan, implikasi baik secara teoritis maupun praktis, serta daftar pustaka dan melampirkan dokumen-dokumen pendukung lainnya.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif, dengan konformitas sbagai variabel moderasi dalam studi yang dilakukan pada Generasi Z di Pekalongan. Berdsarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis yang telah dilaksanakan, berikut kesimpulan utama dari penelitian ini:

1. Literasi Keuangan Digital (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dengan t hitung sebesar 0,656, lebih kecil dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi 0,514, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H1 ditolak, yang berarti peningkatan Literasi Keuangan Digital tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif di kalangan Generasi Z di Pekalongan.
2. Perencanaan Keuangan (X2) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y), dengan t hitung sebesar 0,003, lebih kecil dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi 0,997, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H2 ditolak, yang menunjukkan bahwa peningkatan Perencanaan Keuangan tidak memiliki dampak terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Pekalongan.
3. Konformitas (Z) tidak bertindak sebagai moderator dalam hubungan antara Literasi Keuangan Digital (X1) dan Perilaku Konsumtif (Y), dengan t hitung sebesar 1,673, lebih besar dari t tabel 1,661, namun nilai signifikansi 0,098, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis H3 ditolak, yang menunjukkan bahwa Konformitas tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Konsumtif di kalangan Generasi Z di Pekalongan.
4. Konformitas (Z) juga tidak bertindak sebagai moderator dalam hubungan antara Perencanaan Keuangan (X2) dan Perilaku Konsumtif (Y), dengan t hitung sebesar -1.188, lebih kecil dari t tabel 1,661, serta nilai signifikansi 0,238, yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, hipotesis H4

ditolak, yang menunjukkan bahwa Konformitas tidak memperkuat maupun melemahkan pengaruh Perencanaan Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari sejumlah keterbatasan yang perlu dicermati sebagai masukan konstruktif bagi pengembangan studi berikutnya guna menghasilkan temuan yang lebih komprehensif. Adapun keterbatasan yang dimaksud beberapa diantaranya sebagai berikut:

1. Keterbatasan Waktu

Pelaksanaan penelitian ini dibatasi oleh keterbatasan waktu, sehingga fokus utama diarahkan pada aspek-aspek yang paling esensial dan relevan terhadap tujuan studi. Meskipun demikian, peneliti tetap mampu memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh data yang valid.

2. Keterbatasan Pembahasan

Penelitian ini hanya melibatkan 96 responden, yang masih jauh dari jumlah populasi keseluruhan, sehingga belum sepenuhnya merepresentasikan kondisi yang sebenarnya. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel, yang dapat membatasi cakupan analisis. Selain itu, data yang diperoleh melalui kuesioner terkadang tidak sepenuhnya mencerminkan pandangan atau pengalaman sebenarnya dari responden, karena tingkat pemahaman masing-masing individu terhadap pertanyaan yang diberikan dapat bervariasi.

C. Implikasi

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat implikasi penting yang dapat diidentifikasi, baik dari sisi teoriis maupun praktis, sebagaimana dijelaskan berikut:

1. Implikasi Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi studi serupa serta berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut di masa mendatang. Dalam penelitian ini, variabel independen tidak menunjukkan hubungan signifikan dengan variabel dependen, yakni Literasi Keuangan Digital (X1) dan

Perencanaan Keuangan (X_2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Selain itu, kedua variabel independen tersebut juga tidak dapat dimoderasi oleh Konformitas (Z), yang menunjukkan bahwa konformitas tidak berperan dalam memperkuat atau melemahkan hubungan antar variabel.

2. Implikasi Praktis

Hasil temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa Literasi Keuangan Digital maupun Perencanaan Keuangan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada kalangan Generasi Z di Pekalongan. Selain itu, variabel Konformitas juga tidak terbukti berperan sebagai pemoderasi dalam hubungan antara literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif kelompok tersebut. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Generasi Z meningkatkan kemampuan dalam pengendalian diri, memiliki kesadaran dalam membedakan kebutuhan dan keinginan, serta membangun pola hidup yang selaras dengan kondisi keuangan pribadi. Penguatan aspek manajemen keuangan yang bijak dan terencana menjadi penting, agar individu mampu melakukan pemilihan konsumsi yang mempertimbangkan urgensi kebutuhan, daya beli, serta dampak jangka panjang.

D. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh literasi keuangan digital dan perencanaan keuangan terhadap perilaku konsumtif, dengan konformitas sebagai variabel moderasi pada Generasi Z di Kota dan Kabupaten Pekalongan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Generasi Z di Pekalongan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik literasi keuangan digital maupun perencanaan keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun individu memiliki pemahaman tentang keuangan digital atau telah melakukan perencanaan keuangan, tidak secara otomatis mengurangi kecenderungan konsumtif. Oleh karena itu, disarankan kepada Generasi Z untuk meningkatkan

kesadaran terhadap pentingnya pengendalian diri dalam pengambilan keputusan konsumsi. Penguatan nilai-nilai kedisiplinan, kemampuan membedakan kebutuhan dan keinginan, serta membangun kebiasaan finansial yang sehat perlu lebih ditanamkan, baik melalui pendidikan formal maupun nonformal.

2. Bagi Lembaga Pendidikan dan Pemerintah Daerah

Diperlukan peran aktif dari institusi pendidikan dan pemerintah daerah, khususnya di Kota dan Kabupaten Pekalongan, dalam meningkatkan program literasi keuangan yang tidak hanya berfokus pada pemahaman konsep, tetapi juga pada pengembangan sikap dan perilaku finansial yang bijak. Program pembinaan keuangan berbasis komunitas, seminar kewirausahaan, serta pelatihan manajemen keuangan digital dapat menjadi alternatif untuk menjangkau generasi muda secara lebih luas dan aplikatif.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal jumlah responden dan variabel yang digunakan. Oleh karena itu, disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian, baik dari sisi jumlah sampel maupun penambahan variabel lain seperti kontrol sosial, hedonisme, atau pengaruh media sosial, yang dapat memberikan kontribusi lebih dalam memahami perilaku konsumtif Generasi Z. Selain itu, metode penelitian kualitatif atau campuran (mix methods) juga dapat digunakan untuk menangkap dinamika perilaku keuangan secara lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adler, H. M., & Rizki, L. T. (2009). *Successful Financial Planner A Complete Guide*. Jakarta: Penerbit Grasindo.
- Al'Hafiz, A., & Ramadhani, A. A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Kota Depok. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(6), 764–770. Doi:<https://doi.org/10.32493/dr.b.v7i6.43686>
- Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, Dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 972-979. Doi:<https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.542>
- Anggraini, P. S., & Cholid, I. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Perencanaan Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Pengrajin Tempe Di Kecamatan Plaju. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 178-187.
- Asnal Muna, N. & Aenurofik. (2023). Pengaruh Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Generasi Z: (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 143–149. Retrieved from Doi:<https://e-journal.uingusdur.ac.id/sahmiyya/article/view/885>
- Astrini, S. P. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Teman Sebaya Sebagai Moderasi (Studi Empiris Pada Siswa Jurusan Ips Sma N 2 Slawi). *Skripsi*, Sarjana Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Jawa Tengah
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social Influence: Compliance and Conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591.
- David O'Sears, et. al., Psikologi Sosial Jilid Kedua, ter. Michael Adryanto (Jakarta : Erlangga,1985)76
- Desvita Mahanani, A. ., Alifia Nauli, D. ., & Alvaro Sihombing, J. . (2024). Dampak Literasi Keuangan dan Financial Experience Generasi Z terhadap Penggunaan PayLater di E-Commerce. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1b), 1955-1963. Doi:<https://doi.org/10.62710/tp4h731>

- Dyahfirdania, I. R. A., & Nurlaili, E. (2023). The Influence of Conformity and Family Economic Education on Consumption Behavior of High School Students in Mojokerto City. *International Journal of Emerging Research and Review*, 1(3), 000029-000029.
Doi:<https://doi.org/10.56707/ijoerar.v1i3.29>
- Ermayanti G. (2021). Pengaruh Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi*, Sarjana Pendidikan Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Fadillah, M., Nurbalqis, A., & Agustina, L. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(2), 01-11.
Doi:<https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.29>
- Financial Planning Standards Board (FPSB). 2007. *Fundamental of Financial Planning*. Jakarta: CFP
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanuman Prasad, Devendra Meghwal, & Vijay Dayama. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. Dalam *The Journal of Business and Management* (Vol. 23).
Doi:<https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Hermanto, A. (2021). *MAQASHID AL-SYARI'AH Metode Ijtihad dan Pembaruan Hukum Keluarga Islam*. www.penerbitlitnus.co.id
- Islami, F., Rafidah, & Lubis, P. A. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Money Dan Sistem Pembayaran Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Febi Uin Sulthan Thaha Saifuddin Jambi Dalam Pespektif Syari'ah. *INFOTECH journal*, 9(2), 339-344.
Doi:<https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6072>
- Ismawan, M. B., & Pamungkas, H. P. (2023). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Online Shop. *Jambura Economic Education Journal*, 5(1), 32-41.
Doi:<https://doi.org/10.37479/jeej.v5i1.15215>
- Kurniawan, A., Mulyati, S., & Tribuana, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Konformitas Hedonis, Penggunaan Electronic Money, Gaya Hidup dan Lingkungan Teman

- Sebaya Terhadap Perilaku Konsumti. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 4(02).
Doi:<https://doi.org/10.35310/jass.v4i02.1011>
- Kuswanto, K., Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 268-276.
Doi:<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>
- M. Abdul Mannan Ekonomi Islam, 1993, Teori dan Praktek, P.T. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta
- Mujahidah, A. N. (2022). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar). *Skripsi*, Sarjana Psikologi Pendidikan Dan Bimbingan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Makassar. Makassar
- Nurhayati, D., Laisoka, D., Ratnawati, T., & Hwihanus (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penghasilan Terhadap Gaya Hidup Di Era Milenial. *Jurnal Manajemen*. 3(5) 1-14.
Doi:10.8734/mnmae.v1i2.359
- OJK (2022, Juli 28) Retrieved from ojk.go.id:
Doi:<https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/40763>
- Paramita, B. B., & Paramita, V. S. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Financial Planning on Consumptive Behavior In Millennials and Generation Z. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2), 373-382.
Doi:<https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>
- Pramedi, A. D., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Attitude, Income dan Financial Self Efficacy terhadap Financial Management Behavior Entrepreneur Lulusan Perguruan Tinggi di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 572-586.
Doi:<https://doi.org/10.26740/jim.v9n2.p572-586>
- Prasinta, F. I., Wiyono, G., & Maulida, A. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3028-3038.
Doi:<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.2703>

- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital: Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi dan Bisnis*, 6(1), 74-87.
Doi:<https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>
- Ramadhani A. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan *Financial Behavior* Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja *Online* Pada Generasi Z di Desa Pananrang Kecamatan Mattiro Bulu Kabupaten Pinrang. *Skripsi*, Sarjana Akuntansi Syariah Institut Agama Islam Negeri Parepare. Sulawesi Selatan
- Ratna Firdiyana, & Dwi Novaria Misidawati. (2024). Pengaruh Lifestyle, Modernitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumsi Generasi Z Kota Pekalongan dalam Pembelian Merchandise K-Pop. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 322-343.
Doi:<https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2751>
- Ridwan, M., & Wahyudi, I. G., (2019). Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Pada Pengguna Situs Belanja Online Aplikasi Lazada di Medan). *SNPMas 2019*, 326-333.
- Ristanti, N., & Hidajat, S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial, Dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Genshin Impact. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5), 5125-5139.
Doi:<https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12902>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 4(2), 26-35.
Doi:<https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Sari, R. A., & Manjaleni, R. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan E-money, dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Bandung*. *JEMSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11 (2), 878-889.
Doi:<https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i2.3939>
- Senduk, S. (2009). *Seri Perencanaan Keuangan, Mengelola Keuangan Keluarga*. PT. Elex Media Komputindo.
- Subagyo, S. E. F., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh iklan, konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku

- konsumentif pengguna e-commerce shopee di kota Mojokerto. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 14(1), 26-39.
Doi:<https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v14i1.342>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, dkk (2012). *Pengantar psikologi sosial*. Airlangga University Press.
- Susanti, A., & Ardyan, E. (2018). Tingkat pendidikan, literasi keuangan, dan perencanaan keuangan terhadap perilaku keuangan UMKM di Surakarta. *Telaah Bisnis*, 18(1), 45-56.
Doi:<http://dx.doi.org/10.35917/tb.v18i1.93>
- Umami, N., & Syofyan, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal Salingka Nagari*, 2(1), 341-354.
- Utama, N. F., dkk. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 2(3), 218-226.
Doi:<https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3.194>
- Vatmawati, S. (2019). Hubungan konformitas siswa dengan pengambilan keputusan karir. *Empati: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 55-70.
Doi:<https://doi.org/10.26877/empati.v6i1.4114>

Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

A. IDENTITAS DIRI

Nama : Shohma Mifdah Masya
Tempat/Tanggal lahir : Pekalongan, 14 Maret 2003
Jenis Kelamin : Perempuan
Status : Mahasiswa
Alamat : Gang Syeh Magelung RT. 07 RW. 03 Desa
Pecakaran Kec. Wonokerto Kab. Pekalongan

B. IDENTITAS ORANG TUA

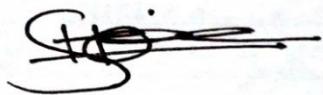
Nama Ayah : Kayumi (Alm)
Pekerjaan : -
Nama Ibu : Karsinah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : TK Muslimat NU Pecakaran
SD : SDN 01 Pecakaran
SMP : SMPN 03 Wonokerto
SMA : SMAN 01 Wiradesa

Demikian daftar Riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Pekalongan, 20 Juni 2025



Shohma Mifdah Masya



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Pekalongan. Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.uingusdur.ac.id Email : perpustakaan@u.uingusdur.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Shohma Mifdah Masya
NIM : 4121127
Program Studi : Ekonomi Syariah/FEBI
E-mail address : shohmamifdahmasya@mhs.uingusdur.ac.id
No. Hp : 081953779172

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul : **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN PERENCANAAN KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DENGAN KONFORMITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI PADA GENERASI Z DI PEKALONGAN)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database, mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.
Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 25 Juli 2025



SHOHMA MIFDAH MASYA
NIM. 4121127