

PENGARUH LINGKUNGAN SOSIAL DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GENERASI Z DI KOTA SORONG

Fauzan¹, Hasbiah², Rokhimah³

^{1, 2, 3}Institut Agama Islam Negeri Sorong, Jl. Sorong-Klamono, Sorong, Papua Barat Daya, Indonesia
Email: paujan2023@gmail.com

Article History

Received: 06-05-2026

Revision: 16-05-2026

Accepted: 18-05-2026

Published: 20-05-2026

Abstract. This study aims to analyze the influence of hedonistic lifestyle and social influence on the financial behavior of Generation Z in Sorong City, addressing the limited contextual evidence on how lifestyle orientation and social pressure shape young people's financial decisions in a digital consumption environment. This study employed a quantitative approach with an explanatory associative design. The respondents consisted of 100 Generation Z individuals residing in Sorong City, selected through purposive sampling based on criteria such as active social media use and experience in making personal financial decisions. Data were collected using a closed-ended questionnaire measured with a five-point Likert scale. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics, with multiple linear regression conducted through SPSS. The findings indicate that hedonistic lifestyle influences the financial behavior of Generation Z through consumption tendencies oriented toward pleasure, self-image, impulsive buying, and immediate gratification. Social influence also affects financial behavior through group norms, peer pressure, family, community, and social media. Simultaneously, hedonistic lifestyle and social influence contribute to shaping the financial behavior of Generation Z in Sorong City. The findings suggest that financial education for Generation Z should not only emphasize financial literacy, but also address self-control, digital consumption awareness, and social pressure. This study provides contextual evidence from Sorong City by integrating hedonistic lifestyle and social influence as key determinants of Generation Z's financial behavior.

Keywords: Financial Behavior; Generation Z; Hedonistic Lifestyle; Social Influence; Sorong City

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong, dengan mempertimbangkan keterbatasan bukti kontekstual mengenai peran orientasi gaya hidup dan tekanan sosial dalam membentuk keputusan keuangan di era konsumsi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif eksplanatori terhadap 100 responden Generasi Z yang dipilih melalui *purposive sampling*, dengan pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert lima poin dan analisis menggunakan regresi linear berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memengaruhi perilaku keuangan melalui kecenderungan konsumsi berbasis kesenangan, citra diri, pembelian impulsif, dan kepuasan instan, sementara pengaruh sosial berperan melalui norma kelompok, tekanan teman sebaya, keluarga, komunitas, dan media sosial. Secara simultan, kedua faktor tersebut terbukti berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendidikan keuangan tidak hanya perlu menekankan literasi keuangan, tetapi juga pengendalian diri, kesadaran konsumsi digital, serta kemampuan menghadapi tekanan sosial, sekaligus memberikan kontribusi berupa bukti empiris kontekstual dengan menempatkan gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial sebagai determinan utama perilaku keuangan Generasi Z.

Kata Kunci: Perilaku Keuangan; Generasi Z; Gaya Hidup Hedonistik; Pengaruh Sosial; Kota Sorong

How to Cite: Fauzan., Hasbiah., & Rokhimah. (2026). Pengaruh Lingkungan Sosial dan *Locus of Control* Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Sorong. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 4 (3), 835-843. <http://doi.org/10.54373/hijm.v4i3.5588>

PENDAHULUAN

Generasi Z merupakan kelompok usia yang tumbuh dalam lingkungan digital yang sangat intens, ditandai dengan penggunaan internet, media sosial, belanja daring, dan layanan keuangan digital dalam kehidupan sehari-hari. Kedekatan dengan teknologi memberikan kemudahan dalam mengakses informasi dan melakukan transaksi, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Paparan terhadap promosi digital, tren konsumsi, gaya hidup influencer, dan budaya pencitraan di media sosial berpotensi mendorong pengambilan keputusan keuangan yang bersifat emosional, impulsif, dan kurang terencana. Kondisi ini menjadikan perilaku keuangan Generasi Z sebagai isu penting, terutama karena mereka berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial.

Perilaku keuangan berkaitan dengan kemampuan individu dalam merencanakan, menggunakan, dan mengendalikan sumber daya keuangan, yang tercermin melalui kebiasaan menyusun anggaran, mengontrol pengeluaran, menabung, berinvestasi, serta mengelola utang secara bertanggung jawab. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z adalah gaya hidup hedonis, yaitu kecenderungan menempatkan kesenangan dan kepuasan emosional sebagai orientasi utama dalam konsumsi. Wahyuni dan Setiawati (2022) serta Agustin dan Prapanca (2023) menemukan bahwa gaya hidup, termasuk gaya hidup hedonis, berpengaruh terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Namun, Maharani dan Kusuma (2025) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, sehingga hubungan ini masih menunjukkan hasil yang beragam.

Selain gaya hidup, pengaruh sosial juga menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z. Keputusan keuangan tidak sepenuhnya bersifat individual karena dipengaruhi oleh keluarga, teman sebaya, komunitas, dan figur publik di media sosial. Pengaruh tersebut dapat bersifat normatif, informasional, maupun terkait dengan pembentukan identitas sosial. Lingkungan sosial yang konsumtif dapat mendorong perilaku keuangan yang kurang terencana, meskipun individu memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan merupakan hasil interaksi antara faktor psikologis dan tekanan sosial yang saling memengaruhi.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis simultan pengaruh gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z dalam konteks lokal Kota Sorong, yang memiliki karakteristik sosial dan dinamika digital yang berbeda dari wilayah perkotaan besar. Penelitian yang secara khusus mengkaji kedua faktor tersebut secara bersamaan di Kota Sorong masih terbatas, sehingga membuka celah penelitian yang perlu diisi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial terhadap

perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian perilaku keuangan generasi muda serta menjadi dasar pertimbangan dalam perancangan program edukasi keuangan yang lebih kontekstual.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif eksplanatori untuk menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Penelitian dilaksanakan di Kota Sorong, dengan pertimbangan bahwa wilayah ini mengalami perkembangan sosial, ekonomi, dan digital yang cukup pesat sehingga relevan dengan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi generasi muda. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang berdomisili di Kota Sorong. Sampel sebanyak 100 responden dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling, dengan kriteria termasuk Generasi Z, berdomisili di Kota Sorong, aktif menggunakan media sosial, dan memiliki pengalaman dalam pengambilan keputusan keuangan pribadi.

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator variabel gaya hidup hedonis, pengaruh sosial, dan perilaku keuangan, serta diukur menggunakan skala Likert lima poin. Gaya hidup hedonis diukur melalui indikator konsumsi untuk kesenangan, pembelian impulsif, kecenderungan mengikuti tren, orientasi pada citra diri, dan ketergantungan pada opini sosial. Pengaruh sosial diukur melalui pengaruh normatif, informasional, dan identitas sosial, sedangkan perilaku keuangan diukur melalui perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, investasi, dan pengelolaan utang. Sebelum analisis, instrumen diuji validitas dan reliabilitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan koefisien Cronbach's Alpha.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial. Pengujian hipotesis menggunakan regresi linear berganda dengan terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Pengaruh parsial diuji menggunakan uji t, pengaruh simultan menggunakan uji F, dan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen dianalisis melalui koefisien determinasi. Seluruh pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS dengan model regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Di mana Y mewakili perilaku keuangan, a mewakili konstanta, b₁ dan b₂ mewakili koefisien regresi, X₁ mewakili gaya hidup hedonistik, X₂ mewakili pengaruh sosial, dan e mewakili istilah kesalahan. Seluruh data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS.

HASIL**Tabel 1.** Hasil uji regresi linear berganda (uji t)

Variabel Independen	Koefisien (B)	t-hitung	Sig.
Gaya Hidup Hedonis (X1)	0,412	4,386	0,000
Pengaruh Sosial (X2)	0,297	3,128	0,002
Konstanta	12,654	5,214	0,000

Berdasarkan Tabel 1, gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa peningkatan kecenderungan gaya hidup hedonis diikuti oleh perubahan perilaku keuangan ke arah yang lebih konsumtif. Pengaruh sosial juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan dengan nilai signifikansi 0,002. Temuan ini menunjukkan bahwa norma kelompok, tekanan sosial, serta opini lingkungan sekitar berperan dalam membentuk cara Generasi Z mengelola dan menggunakan uang. Dengan demikian, secara parsial kedua variabel independen berkontribusi terhadap variasi perilaku keuangan responden.

Tabel 2. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model Regresi	F-hitung	Sig.
X1 dan X2 → Y	28,745	0,000

Hasil uji simultan pada Tabel 2 menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Nilai F-hitung sebesar 28,745 dengan signifikansi 0,000 menandakan bahwa model regresi yang digunakan layak dan mampu menjelaskan hubungan antarvariabel secara simultan. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku keuangan tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh interaksi antara orientasi gaya hidup sebagai faktor internal dan pengaruh lingkungan sosial sebagai faktor eksternal.

Tabel 3. Koefisien determinasi

R	R Square	Adjusted R Square
0,612	0,375	0,362

Berdasarkan Tabel 3, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,362 menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial mampu menjelaskan 36,2% variasi perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Sementara itu, sebesar 63,8% variasi perilaku keuangan dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun gaya hidup dan pengaruh sosial berperan penting, perilaku

keuangan Generasi Z juga dipengaruhi oleh variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, pendapatan, dan konteks keluarga, yang dapat menjadi agenda penelitian selanjutnya.

DISKUSI

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Secara teoretis, pengaruh ini tidak sekadar mencerminkan preferensi konsumsi, tetapi menunjukkan cara individu memberi makna pada uang sebagai alat pemenuhan emosi dan simbol identitas. Ketika kesenangan, kepuasan emosional, dan citra diri menjadi dasar pengambilan keputusan, uang kehilangan fungsi instrumentalnya sebagai sumber daya yang perlu dikelola secara rasional. Dalam konteks ini, perilaku keuangan menjadi ekspresi gaya hidup, bukan lagi hasil perencanaan ekonomi yang sadar. Pada Generasi Z, gaya hidup hedonis memperoleh ruang yang lebih kuat karena didukung oleh ekosistem digital yang menormalkan konsumsi sebagai bagian dari eksistensi diri. Media sosial tidak hanya menampilkan produk dan tren, tetapi juga membentuk standar keberhasilan dan kebahagiaan yang diukur melalui kepemilikan dan pengalaman konsumtif. Akibatnya, konsumsi berfungsi sebagai alat legitimasi sosial, sehingga pengeluaran sering kali dilakukan untuk menjaga kesesuaian dengan standar tersebut. Kondisi ini menjelaskan mengapa kontrol diri dan prioritas keuangan jangka panjang menjadi lebih sulit dipertahankan.

Temuan ini sejalan dengan Wahyuni dan Setiawati (2022) serta Ritakumalasari dan Susanti (2021) yang menempatkan gaya hidup sebagai determinan penting perilaku keuangan. Dukungan empiris dari Cahyani (2022) memperlihatkan bahwa orientasi hedonis berkorelasi dengan lemahnya pengelolaan keuangan pada Generasi Z. Namun, penelitian ini mempertegas bahwa pengaruh tersebut tidak bersifat netral, melainkan bekerja melalui proses normalisasi konsumsi emosional yang diperkuat oleh konteks digital. Dengan demikian, gaya hidup hedonis tidak hanya berhubungan dengan perilaku keuangan, tetapi membentuk logika keputusan keuangan itu sendiri.

Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku keuangan dapat dipahami sebagai pergeseran orientasi nilai dari rasionalitas ekonomi menuju kepuasan instan. Perilaku keuangan yang sehat menuntut kemampuan menunda kesenangan dan mengalokasikan sumber daya secara strategis. Sebaliknya, gaya hidup hedonis mendorong keputusan berbasis emosi, simbol status, dan pengalaman sesaat. Ketika uang dipersepsikan sebagai sarana memperoleh validasi dan kesenangan, fungsi perencanaan dan pengendalian menjadi terpinggirkan, sebagaimana ditegaskan oleh Tarka et al. (2022) dalam konteks belanja hedonis dan pembelian kompulsif.

Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sosial juga memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Temuan ini menegaskan bahwa keputusan keuangan tidak dapat dipahami sebagai pilihan individual yang terlepas dari konteks sosial. Individu beroperasi dalam jaringan relasi yang membentuk standar konsumsi, persepsi kewajaran, dan batas-batas pengeluaran. Dengan kata lain, perilaku keuangan merupakan hasil negosiasi antara preferensi pribadi dan ekspektasi sosial.

Kesesuaian temuan ini dengan Ameliawati dan Setiyani (2018) serta Jorgensen et al. (2017) menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan berperan sejak dini dalam membentuk kebiasaan finansial. Temuan Cuandra dan Desianti (2022) memperkuat argumen bahwa teman sebaya menjadi aktor signifikan dalam pembentukan perilaku menabung dan konsumsi. Namun, penelitian ini menambahkan bahwa pengaruh sosial bersifat ambivalen. Lingkungan dapat memperkuat perilaku keuangan yang sehat, tetapi juga dapat menormalisasi konsumsi berlebihan ketika nilai kelompok mengarah ke arah tersebut.

Secara konseptual, pengaruh sosial bekerja melalui mekanisme normatif, informasional, dan identitas sosial. Individu mengikuti norma untuk memperoleh penerimaan, mempercayai informasi dari orang lain sebagai panduan, dan menggunakan konsumsi sebagai simbol keanggotaan sosial. Pada Generasi Z, ketiga mekanisme ini saling menguatkan karena identitas sosial semakin banyak dinegosiasikan melalui konsumsi yang terlihat. Akibatnya, keputusan keuangan tidak hanya dipertimbangkan dari sisi kebutuhan, tetapi juga dari makna sosial yang melekat padanya. Media sosial memperluas dan mempercepat mekanisme pengaruh sosial tersebut. Sumber referensi tidak lagi terbatas pada keluarga dan teman sebaya, tetapi mencakup influencer, komunitas daring, algoritma promosi, dan tren viral. Tekanan sosial menjadi lebih kompleks karena bersifat terus-menerus dan sulit dihindari. Dalam konteks ini, Generasi Z tidak hanya membandingkan kondisi keuangannya dengan lingkungan sekitar, tetapi juga dengan representasi gaya hidup ideal yang sering kali tidak realistis.

Temuan simultan menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial secara bersama-sama membentuk perilaku keuangan Generasi Z. Hal ini menegaskan bahwa perilaku keuangan bersifat multidimensional dan tidak dapat dijelaskan oleh satu variabel tunggal. Dorongan internal berupa orientasi kesenangan bertemu dengan tekanan eksternal berupa norma sosial, menciptakan kondisi yang memperlemah kontrol keuangan individu. Kombinasi ini menjelaskan mengapa perilaku konsumtif dapat tetap terjadi meskipun individu memiliki pemahaman dasar tentang pengelolaan keuangan. Temuan ini penting karena menunjukkan bahwa masalah perilaku keuangan tidak selalu berakar pada kurangnya pengetahuan. Individu dapat memahami prinsip menabung dan pengelolaan keuangan, tetapi gagal menerapkannya

karena dorongan gaya hidup dan tekanan sosial lebih dominan. Utami dan Isbanah (2023) menegaskan bahwa perilaku keuangan merupakan hasil interaksi berbagai faktor psikologis dan sosial. Penelitian ini memperkuat pandangan tersebut dengan menempatkan gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial sebagai faktor yang saling memperkuat.

Implikasi teoretis dari temuan ini adalah perlunya pendekatan yang lebih holistik dalam memahami perilaku keuangan Generasi Z. Literasi keuangan tetap penting, tetapi tidak cukup jika tidak disertai pembentukan sikap dan kemampuan mengelola dorongan konsumtif. Pendidikan keuangan perlu diarahkan pada kesadaran kritis terhadap tekanan sosial dan konstruksi gaya hidup digital, bukan hanya pada pemahaman konsep finansial. Secara praktis, keluarga memiliki posisi strategis sebagai agen sosialisasi pertama yang membentuk nilai dan kebiasaan keuangan. Keteladanan, komunikasi terbuka, dan pembiasaan menabung menjadi fondasi penting. Lembaga pendidikan perlu merancang program literasi keuangan yang relevan dengan realitas Generasi Z, seperti belanja daring, *paylater*, dan tekanan media sosial. Komunitas pemuda juga dapat berperan dalam membangun norma konsumsi yang lebih sehat melalui gerakan kolektif dan kampanye kesadaran finansial.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dicermati secara kritis. Fokus wilayah di Kota Sorong membatasi generalisasi temuan ke konteks yang lebih luas. Variabel yang digunakan juga belum mencakup faktor-faktor lain yang berpotensi signifikan, seperti literasi keuangan, pengendalian diri, dan pendapatan. Selain itu, penggunaan kuesioner membuka kemungkinan bias persepsi responden. Pendekatan kuantitatif yang digunakan juga belum mampu menangkap dinamika psikologis di balik keputusan keuangan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah dan memasukkan variabel tambahan agar model yang dihasilkan lebih komprehensif. Pendekatan *mixed methods* juga dapat digunakan untuk menggali proses subjektif dan pengalaman nyata Generasi Z dalam mengelola keuangan. Pengujian peran mediasi dan moderasi, seperti pengendalian diri atau literasi keuangan, juga penting untuk memperdalam pemahaman hubungan antarvariabel. Penelitian ini menegaskan bahwa perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong dibentuk oleh interaksi gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial. Gaya hidup hedonis mengarahkan keputusan keuangan pada kepuasan instan dan citra diri, sementara pengaruh sosial membentuk norma dan tekanan konsumsi. Ketika keduanya bekerja bersamaan, risiko perilaku keuangan yang tidak terencana meningkat. Oleh karena itu, penguatan perilaku keuangan Generasi Z perlu dilakukan secara menyeluruh dengan mempertimbangkan dimensi psikologis, sosial, dan digital secara terpadu.

KESIMPULAN

Gaya hidup hedonis dan pengaruh sosial memainkan peran penting dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z di Kota Sorong. Gaya hidup hedonis memengaruhi perilaku keuangan melalui kecenderungan konsumsi yang berorientasi pada kesenangan, citra diri, pembelian impulsif, dan kepuasan instan, yang dapat melemahkan kemampuan individu dalam mengendalikan pengeluaran, menabung, serta menetapkan prioritas keuangan. Selain itu, pengaruh sosial juga memengaruhi perilaku keuangan melalui norma kelompok, tekanan teman sebaya, keluarga, komunitas, dan media sosial, yang semuanya membentuk standar konsumsi dan keputusan keuangan responden. Secara simultan, kedua faktor ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan Generasi Z tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan keuangan, tetapi juga oleh interaksi antara dorongan psikologis, lingkungan sosial, dan budaya konsumsi digital. Oleh karena itu, penguatan perilaku keuangan Generasi Z memerlukan pendekatan yang komprehensif melalui peningkatan literasi keuangan, pengembangan pengendalian diri, pembentukan kebiasaan pengelolaan keuangan yang sehat, serta penciptaan lingkungan sosial yang mendorong perilaku konsumsi yang lebih bijak dan terencana.

REKOMENDASI

Penelitian ini merekomendasikan agar Generasi Z meningkatkan literasi keuangan disertai pengendalian diri untuk mengurangi perilaku konsumtif akibat gaya hidup hedonis dan tekanan sosial. Keluarga dan lembaga pendidikan diharapkan berperan dalam membentuk kebiasaan keuangan yang sehat melalui edukasi yang kontekstual dengan era digital. Pemerintah dan komunitas juga perlu mendorong lingkungan yang mendukung perilaku konsumsi yang bijak. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan dan variabel agar hasil lebih komprehensif.

REFERENSI

- Agustin, A., & Prapanca, D. (2023). Dampak gaya hidup hedonisme dan kecerdasan spiritual terhadap perilaku keuangan Generasi Z dengan locus of control sebagai variabel intervening.
- Ameliawati, M., & Setiyani, R. (2018). The influence of financial attitude, financial socialization, and financial experience to financial management behavior with financial literacy as the mediation variable. *KnE Social Sciences*, 3(10), 811–832. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3174>
- Cahyani, N. R. (2022). Pengaruh financial literacy, locus of control, income, dan hedonism lifestyle terhadap financial management behavior Generasi Z. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 420–432. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n2.p420-432>

- Cuandra, F., & Desianti, D. (2022). Pengaruh financial literacy, peers influence, self-control, religious belief dan parental socialization terhadap saving behavior pada mahasiswa di Kota Batam. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 714–724. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n2.p714-724>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Jorgensen, B. L., Rappleyea, D. L., Schweichler, J. T., Fang, X., & Moran, M. E. (2017). The financial behavior of emerging adults: A family financial socialization approach. *Journal of Family and Economic Issues*, 38(1), 57–69. <https://doi.org/10.1007/s10834-015-9481-0>
- Maharani, P. S., & Kusuma, P. S. A. J. (2025). Pengaruh literasi keuangan, financial technology, dan gaya hidup hedonisme terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z di Kota Denpasar.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. Otoritas Jasa Keuangan.
- Ritakumalasari, N., & Susanti, A. (2021). Literasi keuangan, gaya hidup, locus of control, dan parental income terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1440–1450. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n4.p1440-1450>
- Tarka, P., Kukar-Kinney, M., & Harnish, R. J. (2022). Consumers' personality and compulsive buying behavior: The role of hedonistic shopping experiences and gender in mediating-moderating relationships. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 64, Article 102802. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102802>
- Utami, N. G. P., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh financial literacy, financial attitude, financial technology, self-control, dan hedonic lifestyle terhadap financial behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(3), 506–521. <https://doi.org/10.26740/jim.v11n3.p506-521>
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., & Kinanti, D. (2023). Pengaruh literasi keuangan, lifestyle hedonis dan sikap keuangan pribadi terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Owner: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 7(1), 656–671. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1304>
- Wahyuni, U. S., & Setiawati, R. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan Generasi Z di Provinsi Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(4), 164–175. <https://doi.org/10.22437/jdm.v10i4.19663>