

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi merupakan tanda dari adanya perkembangan zaman yang memengaruhi adanya perubahan perilaku kehidupan manusia. Perkembangan zaman membuat adanya perubahan peningkatan taraf hidup masyarakat yang didasari oleh perubahan tingkat pendapatan yang lebih tinggi dari sebelumnya, sehingga berdampak pada pola perilaku konsumsi dari hanya pemenuhan kebutuhan dasar yang sederhana berubah menjadi pemenuhan kebutuhan hidup yang lebih kompleks untuk mencapai kepuasan diri sehingga menyebabkan konsumsi tersebut berlebihan atau yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.¹

Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam melakukan konsumsi yang mengarah ke konsumsi tanpa batas dan tanpa pertimbangan yang rasional, seperti membeli berdasarkan keinginan yang berlebihan tanpa adanya perencanaan.² Perilaku konsumtif juga menggambarkan gaya hidup seseorang yang didorong oleh keinginan

¹ Arif Rahmat, Asyari, dan Hesi Eka Puteri, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies* 4, no. 1 (2020): 39, 40, 44–45, 50, <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>. hlm. 40.

² Marisyah Dwi Ambarsari dan Nadia Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan uang elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-Pop," *Jurnal Ilmu Manajemen* 11 (2023): 550, 551, 557, <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/24668>. hlm. 551.

untuk memenuhi hasrat demi kesenangan semata.³ Hal ini didorong dengan kemajuan teknologi yang menurut data Badan Pusat Statistik dari hasil pendataan Survei Sosial Ekonomi Nasional (SuSeNas), 66,48 persen penduduk Indonesia telah mengakses internet di tahun 2022.⁴ Tingginya penggunaan internet dan perkembangan teknologi ini menjadikan masyarakat memiliki akses penuh atas informasi yang ada mengenai suatu produk atau jasa yang diinginkan dan menjadikan semuanya lebih mudah untuk terpengaruh bersikap konsumtif.

Salah satu lapisan masyarakat yang melakukan kegiatan konsumsi adalah masyarakat pada Generasi Z. Generasi Z yang saat ini termasuk dalam populasi penduduk yang sangat rentan dengan isu kontrol diri dan konsumtif.⁵ Hal ini dikarenakan Generasi Z adalah generasi yang sedang mendominasi dan termasuk kedalam kelompok usia remaja sehingga sangat memungkinkan adanya peningkatan konsumsi.⁶ Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan ingin diterima merupakan salah satu contoh dari pola konsumsi remaja yang dapat membuat remaja melakukan pembelian secara berlebihan, sehingga dapat menyebabkan terjadinya gejala perilaku membeli yang tidak wajar pada remaja.

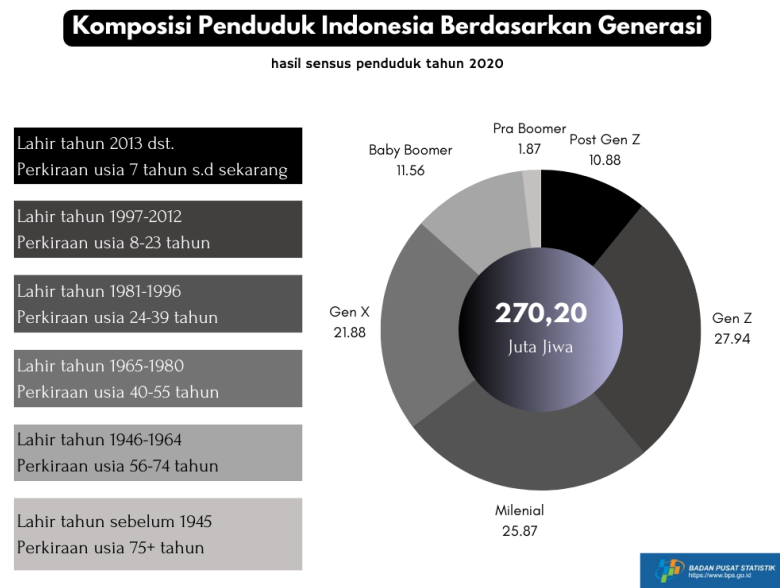
³ Rahmat, Asyari, dan Puteri, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." : 40.

⁴ Tri Sutarsih dan Karmila Maharani, "Telecommunication Statistics in Indonesia 2022," 2023.

⁵ Luh Gede Kusuma Dewi, Nyoman Trisna Herawati, dan I Made Pradana Adiputra, "Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri," *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 5, no. 1 (2021): 3, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i1.4669>.

⁶ Ambasari dan Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-pop." Hlm. 550.

Generasi Z (lahir antara tahun 1997 dan 2012) saat ini merupakan kelompok generasi terbesar di Indonesia dengan 27,94 persen atau sekitar 74,93 juta orang dari total penduduk 270,20 juta jiwa berdasarkan data BPS hasil sensus penduduk tahun 2020.⁷



Gambar 1. 1 Komposisi Penduduk Indonesia Berdasarkan Generasi

Sumber: Badan Pusat Statistik Tahun 2020⁸

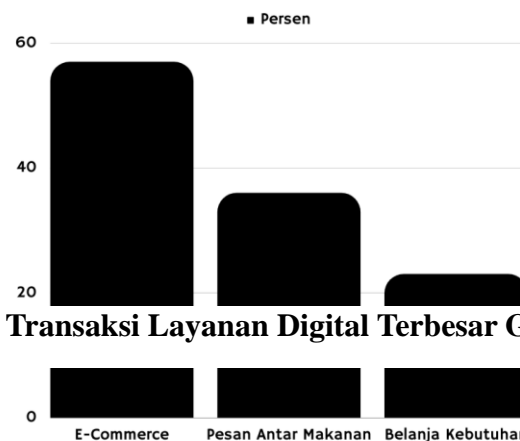
Lahir pada era dengan segala kemajuan teknologi yang berkembang pesat menjadikan kehidupan Generasi Z tidak dapat terlepas dari gadget dan internet.⁹ Terhitung dari 2020-2022, telah terjadi perkembangan yang luar biasa dalam *financial technology* dan *e-*

⁷ Badan Pusat Statistik, “Hasil Sensus Penduduk 2020,” 2021, <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.

⁸ Badan Pusat Statistik.

⁹ Marisyah Dwi Ambarsari dan Nadia Asandimitra, “Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, Dan uang elektronik Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-Pop.” : 550.

commerce.¹⁰ Katadata Insight Center (KIC) melakukan survei (2021) terhadap 1.146 responden dengan 82 persen responden diantaranya adalah Generasi Z. Hasil survei menunjukkan tiga layanan digital yang paling sering digunakan oleh Generasi Z dengan persentase yaitu 57 persen responden pengguna *e-commerce*, 36 persen menggunakan layanan pengiriman makanan, dan 23 persen menggunakan layanan pengiriman bahan makanan.



Gambar 1. 2 Transaksi Layanan Digital Terbesar Generasi Z

Sumber: Katadata.co.id¹¹

Mahasiswa jenjang sarjana merupakan lapisan masyarakat yang mengalami fenomena perilaku konsumtif ini, karena Mahasiswa juga akan dihadapkan oleh pilihan pada berbagai macam keputusan dalam

¹⁰ Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian dan Republik Indonesia, “Kedepankan Inovasi, Penerapan Teknologi Digital Terus Diakselerasi Ditengah Dunia yang Berubah Sangat Cepat,” 2022, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4472/kedepankan-inovasi-penerapan-teknologi-digital-terus-diakselerasi-ditengah-dunia-yang-berubah-sangat-cepat>.

¹¹ Pingit Aria, “Survei KIC:Generasi Z Makin Banyak Adopsi Layanan Digital Kala Pandemi,” Katadata, 2021, <https://katadata.co.id/pingitaria/digital/60b77e0be885b/survei-kicgenerasi-z-makin-banyak-adopsi-layanan-digital-kala-pandemi>.

berkonsumsi dimana pada setiap Mahasiswa memiliki kebutuhan dan keinginannya yang berbeda.¹² Mahasiswa juga umumnya merupakan kelompok usia remaja yang mana saat ini termasuk kedalam Generasi Z.¹³ Seorang remaja akan mengalami adanya suatu perubahan seperti perubahan fisik, mental, hobi, dan keinginan sehingga Mahasiswa akan menjadi konsumtif akibat dari adanya pemuasan keinginan yang banyak.¹⁴ Hal ini didukung dengan munculnya berbagai macam produk seperti pakaian, kosmetik, makanan, dan lain-lain, yang menjadikan Mahasiswa sebagai target pemasarannya.¹⁵

Perkembangan teknologi digital tidak hanya terjadi pada konsumsi secara *online*, pada konsumsi secara *offline* pun sudah menerapkan teknologi pada sistem transaksinya berbasis aplikasi atau yang biasa disebut *e-wallet* (dompet digital). Perkembangan teknologi ini mengubah budaya sistem tunai menjadi budaya *cashless society* pada transaksi konsumsi sehari-hari, terlebih lagi sejak diluncurkannya *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) semakin mempermudah Masyarakat

¹² Dini Lestari Aulia Zahra, Umi Khairani, "Pengaruh Fomo, Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara," *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)* 3, no. 2 (2023): 3206, <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/6245/2916>.

¹³ Dewi, Herawati, dan Adiputra, "Penggunaan E-Money terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Dimediasi Kontrol Diri."

¹⁴ Adibah Yahya, "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Jurnal Pengembangan Wiraswasta* 23, no. 01 (2021): 38, <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506> <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/jpw> p-ISSN.

¹⁵ Yahya: 38.

bertransaksi menggunakan *e-wallet*.¹⁶ Terbukti bahwa penggunaan QRIS mengalami peningkatan transaksi sebesar Rp91,73 juta atau senilai 9,66 triliun pada tahun 2022.¹⁷ Beberapa alasan penggunaan QRIS meningkat bagi Gen Z sendiri (termasuk mahasiswa) adalah karena kemudahan penggunaan dan menawarkan keuntungan dalam aktivitas mereka. Gen Z juga memercayai bahwa penggunaan *digital payment* dapat lebih cepat daripada menggunakan metode pembayaran tradisional karena menghemat waktu dan tidak direpotkan dengan uang kembalian secara tunai.¹⁸ Eksistensi dari perkembangan *digital payment* ini telah menyebar di berbagai tempat makan maupun jajanan. Hal tersebut dapat menimbulkan dampak negatif, seperti kecenderungan Mahasiswa untuk melakukan perilaku konsumtif. Sebelum era digital, Mahasiswa ketika bepergian ke kampus ataupun tempat makan, mereka akan membawa uang secukupnya dan sisanya akan simpan dalam tabungan.¹⁹

Islam mengatur kegiatan konsumsi umatnya dalam kesederhanaan. Artinya, konsumsi dapat memberikan keseimbangan antara kehidupan mewah (*israf*), bermegah-megahan, dan mementingkan hawa nafsu yang dapat menghanyutkan pada kesenangan duniawi. Islam juga menegaskan

¹⁶ IDN Research Institute, "Indonesian Gen Z Report 2022," 2022, <https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-gen-z-report-2022.pdf>. hlm. 54.

¹⁷ Aprilia, "Transaksi Lewat QRIS Tembus Rp 9,66 Triliun," *InterActive QRIS*, 2022, <https://www.qris.online/homepage/qris-news-detail?page=21-transaksi-lewat-qris-tembus-rp-966-triliun>.

¹⁸ Siti Nur Zahra, Yuhana Astuti, dan Deden Syarih Hidayatulloh, "Pengaruh Digital Payment QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telom (Studi Kasus Pada Pujasera Tel-U)," *Cakrawala* 6, no. 4 (2023): 1119, <https://www.journal.imwi.ac.id/index.php/cakrawala/article/view/330/423>.

¹⁹ Zahra, Astuti, dan Hidayatulloh. Hlm. 1119-20

larangan bertindak *mubadzir* atau melarang tindakan boros dan menciptakan rasa cukup.²⁰ Perilaku konsumsi dalam Islam juga menekankan konsumsi yang memberikan *mashlahah* atau manfaat duniawi dan akhirat.²¹

Perilaku konsumtif mahasiswa terjadi karena adanya banyak faktor yang memengaruhi, antara lain literasi keuangan, dan uang elektronik.²² Pada penelitian lain menyebutkan bahwa budaya, kelompok referensi, motivasi dan gaya hidup juga dapat menjadi faktor perilaku konsumtif.²³ Berdasarkan beberapa faktor perilaku konsumtif yang sudah disebutkan diatas, peneliti tertarik untuk menggunakan faktor gaya hidup, uang elektronik dan religiusitas dalam penelitian ini.

Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan pola hidup seseorang yang dapat dilihat melalui aktivitas, minat dan opininya dalam menjalankan kehidupannya.²⁴ Mahasiswa mempunyai rasa penasaran yang cenderung tinggi sehingga gemar untuk mencoba sesuatu hal yang baru ditambah dengan lingkungan pergaulan, ketika sekelompok lingkungan pertemanan mempunyai barang tertentu sehingga timbul rasa ingin memiliki barang

²⁰ Dr. Syaparuddin, *Edukasi Ekonomi Islam (Perilaku Konsumen Muslim)*, 2021. Hlm. 15.

²¹ Anita Rahmawaty, *Perilaku Konsumen Konsep, Teori dan Analisis* (Yogyakarta: IDEA Press Yogyakarta, 2021). Hlm. 90.

²² Yahya: 37.

²³ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian (Studi Kasus Pada Remaja Berstatus Sosial Ekonomi Rendah)," *Jurnal Spirits* 2, no. 1 (2011): 5–7, [http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/18776/1/3_Faktor-Faktor yg Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian.pdf](http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/18776/1/3_Faktor-Faktor_yg_Mempengaruhi_Perilaku_Konsumtif_Remaja_Terdapat_Pakaian.pdf).

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Global Edition*, vol. 15E (Pearson Education Limited, 2016): 186, <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>.

tersebut, alasan tersebut merupakan salah satu yang akan menjadikan mahasiswa menjadi boros.²⁵ Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan kepada Generasi Z di Surabaya menyatakan bahwa *lifestyle* atau gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁶ Sedangkan penelitian yang dilakukan kepada siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Batu menyatakan hasil yang berbeda bahwa *lifestyle* atau gaya hidup ini tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.²⁷

Uang elektronik atau *electronic money* adalah produk *stored value* (nilai tersimpan) atau *prepaid* (prabayar) di mana catatan dana atau nilai yang tersedia bagi konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang dimiliki oleh konsumen.²⁸ Berkembangnya sistem pembayaran non-tunai dikalangan masyarakat terutama di mahasiswa ini memengaruhi perilaku mahasiswa tersebut dalam kegiatan konsumsi sehingga menjadi lebih konsumtif karena membuat transaksi menjadi lebih mudah, cepat, nyaman dan merasa aman.²⁹ Pada penelitian yang dilakukan kepada Generasi Z di Surabaya sejalan dengan pernyataan diatas, semakin tinggi penggunaan uang elektronik maka terjadi peningkatan dalam pola perilaku konsumsi

²⁵ Yahya, "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa." Hlm. 40.

²⁶ Ambasari dan Asandimitra, "Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Konformitas, Money Attitude, dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Penggemar K-pop."

²⁷ Risnawati, Sri Umi Mintarti, dan Cipto Wardoyo, "Pengaruh Pendidikan Ekonomi Keluarga, Gaya Hidup, Modernitas Individu, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumtif Siswa," *Jurnal Pendidikan* 3, no. 4 (2018): 434.

²⁸ Aneke Nurdian Dwi Sari, Zaini Abdul Malik, dan Yayat Rahmat Hidayat, "Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (Uang elektronik) Terhadap Perilaku Konsumen," *Prosiding Hukum Ekonomi Syariah* 6 (2020): 2, <https://doi.org/10.29313/syariah.v0i0.19202>.

²⁹ Dewi Fatmasari et al., "Use of E-Money and Debit Cards in Student Consumption Behavior," *E3S Web of Conferences* 125, no. 201 9 (2019): 1, <https://doi.org/10.1051/e3sconf/201912503013>.

yang berarti signifikan.³⁰ Namun, penelitian yang dilakukan kepada Mahasiswa Program Diploma Akuntansi Universitas Pelita Bangsa menyatakan bahwa uang elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.³¹

Religiusitas merupakan komitmen individu terhadap nilai-nilai agama yang menyangkut kepada keyakinan, simbol dan dapat memengaruhi cara seseorang dalam bertindak laku.³² Keyakinan agama dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi, karena di dalam keyakinan terdapat aturan yang menjadi acuan bagi manusia dalam berperilaku.³³ Pada penelitian yang dilakukan kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh dan memiliki signifikansi terhadap perilaku konsumtif.³⁴ Hasil berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan kepada santri Pondok

³⁰ Maulidysneni Nurvita Sukma dan Clarashinta Canggih, "Pengaruh Electronic Money , Gaya Hidup dan Pengendalian Diri terhadap Perilaku Konsumsi Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7 (2021): 213, <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1570>.

³¹ Yahya, "Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa.": 47.

³² Rafidah, Rabiyatul Alawiyah, dan Mulyana, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa," *Jurnal Economina* 1 (2022): 53–54, 60, <https://doi.org/10.55681/economina.v1i1.25>.

³³ Rahmat, Asyari, dan Puteri, "Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa." Hlm. 40.

³⁴ Rafidah, Alawiyah, dan Mulyana, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Religiusitas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa."

Pesantren Al- Munawwir bahwa religiusitas memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif.³⁵

Penelitian awal dilakukan kepada lima Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi melalui wawancara singkat pada tanggal 3 Januari 2024. Dari hasil wawancara tersebut didapatkan bahwa semua narasumber menjawab alasan menggunakan uang elektronik karena mudah, cepat dan efisien sehingga membantu kegiatan transaksi. Narasumber juga menjelaskan bahwa penggunaan uang elektronik dalam kegiatan konsumsinya cenderung lebih boros dengan alasan penggunaannya yang mudah dalam bertransaksi. Hal tersebut diungkapkan bahwa tiga dari lima narasumber menggunakan uang elektronik sebanyak tiga kali dalam sehari, dan dua lainnya bisa sampai lima kali mengakses dan menggunakan uang elektronik dalam sehari.

Beberapa narasumber mengatakan jika mereka menggunakan uang elektronik untuk kebutuhan internet dan listrik, namun semua narasumber menjawab penggunaan terbesarnya digunakan untuk konsumsi makanan dan belanja *online*.³⁶ Kemudian didukung dengan penelitian awal kepada 32 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi lainnya menggunakan kuesioner melalui *Google Form* pada tanggal 29 September 2023 dengan hasil menyatakan bahwa 87 persen responden mengakses aplikasi belanja online sebanyak 1-5 kali dalam sehari.

³⁵ Fatkhul Sani Rohana, "Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek R2)," *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga* (2017), <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/29578/>.

³⁶ Wawancara dengan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah tanggal 4 Januari 2024.

Kemudian dalam sebulan 87 persen responden dapat membeli produk di aplikasi belanja online sebanyak 1-5 kali.³⁷ Dari penelitian awal tersebut, dapat menggambarkan adanya indikasi perilaku konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi. Hal ini juga dapat menjadi gambaran kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai perilaku konsumsi dalam Islam.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai perilaku konsumtif dengan judul penelitian **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Generasi Z (Studi Kasus: Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi)”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi?
2. Apakah uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi?
3. Apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi?

³⁷ Kuesioner Online dengan Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi, tanggal 29 September 2023.

4. Apakah gaya hidup, uang elektronik, dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari proposal ini untuk:

1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.
2. Untuk mengetahui apakah uang elektronik berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.
3. Untuk mengetahui apakah religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.
4. Untuk mengetahui apakah gaya hidup, uang elektronik, dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Siliwangi.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi penambahan pengembangan keilmuan dalam bidang ekonomi,

khususnya pada kajian variabel gaya hidup, uang elektronik dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif generasi Z terutama pada mahasiswa.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan literatur yang berkaitan dengan variabel gaya hidup, uang elektronik, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa generasi Z dalam melakukan penelitian selanjutnya.

b. Bagi Lembaga

Penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak atau lembaga yang berkepentingan sebagai bahan dalam memberikan informasi terkait pengendalian perilaku konsumtif kepada mahasiswa.

c. Bagi Masyarakat Umum

Memberi pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh gaya hidup, uang elektronik dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z khususnya mahasiswa dan menjadikannya sebagai bahan evaluasi pribadi.