

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang akan diteliti oleh peneliti berlokasi di kota Banjarmasin. Banjarmasin merupakan kota terbesar di provinsi Kalimantan selatan, yang terletak di Indonesia. Kota Banjarmasin pernah menjadi ibu kota provinsi Kalimantan pada tahun (1945-1956) dan provinsi Kalimantan selatan pada tahun (1956-2022). Kota Banjarmasin dijuluki sebagai kota “Seribu Sungai” dan memiliki wilayah seluas 98,46 km² . Menurut data yang dikeluarkan oleh kementrian dalam negeri pada semester pertama tahun 2025, populasi Kota Banjarmasin tercatat sebanyak 682.360 jiwa, dengan kepadatan penduduk mencapai 6.900 jiwa/km². Sedangkan populasi di wilayah metropolitan Banjarmasin yang dikenal sebagai Banjar Bakula mencapai sekitar 2,2 juta jiwa. (Wikipedia,2025).

Secara astronomis, Kota Banjarmasin terletak di antara 3°16'46" sampai 3°22'54" Lintang selatan dan garis Bujur 114°31'40" sampai 114°39'55" Bujur Timur. Dan Kota Banjarmasin menggunakan zona Waktu Indonesia Tengah (WITA). Secara geografis, Kota Banjarmasin berbatasan dengan beberapa kabupaten. Di sebelah utara, Banjarmasin berbatasan dengan kabupaten Barito Kuala. Di sebelah timur,

Banjarmasin berbatasan dengan kabupaten Banjar. Sementara itu di sebelah barat, Banjarmasin juga berbatasan dengan kabupaten Barito Kuala. Dan di sebelah selatan, Banjarmasin berbatasan dengan kabupaten Banjar. Sebagai kota dengan julukan “Seribu Sungai” Banjarmasin dilalui oleh beberapa aliran sungai, di antaranya Sungai Barito dan Sungai Martapura. Dan sungai Martapura adalah sungai terpanjang yang melintasi kota Banjarmasin dengan total Panjang mencapai 25.066 meter. (PEMKO Banjarmasin, 2025).

Secara administratif, wilayah Kota Banjarmasin terbagi menjadi 5 kecamatan, yaitu: Kecamatan Banjarmasin Barat, Kecamatan Banjarmasin Timur, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kecamatan Banjarmasin Utara, dan Kecamatan Banjarmasin Tengah.

2. Karakteristik Responden

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	35	36,5%
2	Perempuan	61	63,5%
	Jumlah	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini adalah perempuan sebanyak 61 orang dengan persentase (63,5%), Sedangkan laki-laki sebanyak 35 orang dengan persentase (36,5%). Dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa gender berpengaruh terhadap perilaku konsumtif individu, khususnya pada perempuan. Kurniawan et al., (2025) menemukan bahwa gender memoderasi hubungan antara gaya hidup, literasi finansial, dan perilaku konsumtif mahasiswa, di mana perempuan cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih tinggi dibanding laki-laki karena pengaruh sosial dan gaya hidup yang lebih menekankan pada kebutuhan estetika, tren, dan pemenuhan kebutuhan sosial. Selain itu, Sabrina & Revulton, (2025) meneliti perilaku *impulsive buying* pada karyawan pengguna Shopee PayLater di Indonesia dan menemukan bahwa perempuan cenderung lebih sering melakukan pembelian impulsif dibanding laki-laki, meskipun tidak selalu signifikan secara statistik. Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki kecenderungan untuk membeli produk secara spontan, yang terkait dengan faktor emosional, motivasi hedonis, dan pengaruh media digital.

Perbedaan gender menjadi salah satu faktor yang dapat memoderasi pengaruh gaya hidup, sikap keuangan, dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif. Dengan kata lain, memahami perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan gender membantu menjelaskan variasi konsumsi pada Generasi Z, terutama dalam konteks penggunaan mobile banking yang memudahkan akses dan mempercepat keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat pentingnya analisis peran religiusitas dan sikap keuangan dalam mengendalikan perilaku konsumtif, sekaligus mempertimbangkan faktor gender sebagai konteks tambahan dalam penelitian.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17 Tahun	1	1%
2	19 Tahun	3	3,1%
3	20 Tahun	5	5,2%
4	21 Tahun	15	15,5%
5	22 Tahun	34	35,1%
6	23 Tahun	23	23,7%
7	24 Tahun	5	5,2%

8	25 Tahun	9	9,3%
9	27 Tahun	1	1%
10	Jumlah	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden berusia 17 tahun sebanyak 1 orang (1%), 19 tahun sebanyak 3 orang (3,1%), 20 tahun sebanyak 5 orang (5,2%), 21 tahun sebanyak 15 orang (15,5%), 22 tahun sebanyak 34 orang (35,1%), 23 tahun sebanyak 23 orang (23,7%), 24 tahun sebanyak 5 orang (5,2%), 25 tahun sebanyak 9 orang (9,3%), 27 tahun sebanyak 1 orang (1%). Dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 22 tahun sebanyak 34 orang dengan persentase (35,1%).

c. Berdasarkan Kecamatan

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

No	Kecamatan	Frekuensi	Persentase
1	Banjarmasin Barat	20	20,6%
2	Banjarmasin Timur	19	19,6%
3	Banjarmasin Selatan	19	19,6%
4	Banjarmasin Utara	19	19,6%

5	Banjarmasin Tengah	19	19,6%
	Jumlah	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan kecamatan, diketahui bahawa responden dalam penelitian berasal dari kecamatan Banjarmasin Barat sebanyak 20 orang dengan persentase (20,6%), kecamatan Banjarmasin Timur sebanyak 19 orang dengan persentase (19,6%), kecamatan Banjarmasin Selatan sebanyak 19 orang dengan persentase (19,6%), kecamatan Banjarmasin Utara sebanyak 19 orang dengan persentase (19,6%), kecamatan Banjarmasin Tengah sebanyak 19 orang dengan persentase (19,6%). Dapat disimpulkan mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari kecamatan Banjarmasin Barat sebanyak 20 orang dengan persentase (20,6%).

3. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Gaya Hidup (X1)

Variabel Gaya Hidup (X1) pada penelitian ini memiliki 3 indikator Yaitu: Aktivitas (*Activity*), Minat (*Interest*), Dan Opini (*Opinion*).

Tabel 4.4
Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X1)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	2	2,1%	7	7,3%	27	28,1%	44	45,8%	16	16,7%	96	100%
X1.2	2	2,1%	11	11,5%	26	27,1%	44	45,8%	13	13,5%	96	100%
X1.3	8	8,3%	13	13,5%	27	28,1%	32	33,3%	16	16,7%	96	100%
X1.4	3	3,1%	3	3,1%	22	22,9%	40	41,7%	28	29,2%	96	100%
X1.5	5	5,2%	1	1%	16	16,7%	46	47,9%	28	29,2%	96	100%
X1.6	1	1%	12	12,5%	27	28,1%	38	39,6%	18	18,8%	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.4 berikut adalah hasil dari jawaban responden terhadap variabel Gaya Hidup (X1) yaitu:

- 1) Pernyataan X1.1 tentang Saya sering hangout di kafe, mall atau tempat hiburan. Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang (2,1%), tidak setuju 7 orang (7,3%), netral 27 orang (28,1%), setuju 44 orang (45,8%), dan sangat setuju 16 orang (16,7%). Mayoritas responden (45,8%) menjawab setuju bahwa sering hangout di kafe, mall atau tempat hiburan.
- 2) Pernyataan X1.2 tentang saya suka mencoba tempat makanan atau minuman baru yang sedang viral.

Responden menjawab sangat tidak setuju 2 orang (2,1%), tidak setuju 11 orang (11,5%), netral 26 orang (27,1%), setuju 44 orang (45,8%), dan sangat setuju 13 orang (13,5%). Mayoritas responden (45,8%) menjawab setuju bahwa suka mencoba tempat makanan atau minuman baru yang sedang viral.

3) Pernyataan X1.3 tentang saya tertarik membeli barang diskon atau penawaran khusus, meskipun tidak terlalu membutuhkan barangnya. Responden menjawab sangat tidak setuju 8 orang (8,3%), tidak setuju 13 orang (13,5%), netral 27 orang (28,1%), setuju 32 orang (33,3%), dan sangat setuju 16 orang (16,7%). Mayoritas responden (33,3%) menjawab setuju bahwa tertarik membeli barang diskon atau penawaran khusus, meskipun tidak terlalu membutuhkan barangnya.

4) Pernyataan X1.4 tentang saya sangat tertarik untuk mengikuti workshop atau kursus yang dapat meningkatkan skill atau hobi saya. Responden menjawab sangat tidak setuju 3 orang (3,1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral 22 orang (22,9%), setuju 40 orang (41,7%), dan sangat setuju 28 orang (29,2%). Mayoritas responden (41,7%) menjawab setuju bahwa sangat tertarik untuk mengikuti

workshop atau kursus yang dapat meningkatkan skill atau hobi.

5) Pernyataan X1.5 tentang saya percaya bahwa penampilan dan gaya hidup sangat penting untuk menunjukkan identitas diri. Responden menjawab sangat tidak setuju 5 orang (5,2%), tidak setuju 1 orang (1%), netral 16 orang (16,7%), setuju 46 orang (47,9%), dan sangat setuju 28 orang (29,2%). Mayoritas responden (47,9%) menjawab setuju bahwa percaya penampilan dan gaya hidup sangat penting untuk menunjukkan identitas diri.

6) Pernyataan X1.6 tentang opini teman-teman atau influencer sangat mempengaruhi saya dalam membeli sesuatu. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 12 orang (12,5%), netral 27 orang (28,1%), setuju 38 orang (39,6%), dan sangat setuju 18 orang (18,8%). Mayoritas responden (39,6%) menjawab setuju bahwa opini teman-teman atau influencer sangat mempengaruhi dalam membeli sesuatu.

b. Variabel Sikap Keuangan (X2)

Variabel Sikap Keuangan (X2) pada penelitian ini memiliki 3 indikator Yaitu: Menilai Keuangan Pribadi, Orientasi Terhadap Keuangan Pribadi, Dan Keamanan Uang.

Tabel 4.5**Deskriptif Variabel Sikap Keuangan (X2)**

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	7	7,3%	23	24%	24	25%	34	35,4%	8	8,3%	96	100%
X2.2	6	6,3%	16	16,7%	28	29,2%	25	26%	21	21,9%	96	100%
X2.3	1	1%	6	6,3%	25	26%	43	44,8%	21	21,9%	96	100%
X2.4	0	0%	2	2,1%	19	19,8%	41	42,7%	34	35,4%	96	100%
X2.5	0	0%	0	0%	3	3,1%	40	41,7%	53	55,2%	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.5 berikut adalah hasil dari jawaban responden terhadap variabel Sikap Keuangan (X2) yaitu:

- 1) Pernyataan X2.1 tentang Saya cenderung membeli barang atau produk terbaru yang sedang tren meskipun saya tidak terlalu membutuhkannya. Responden menjawab sangat tidak setuju 7 orang (7,3%), tidak setuju 23 orang (24%), netral 24 orang (25%), setuju 34 orang (35,4%), dan sangat setuju 8 orang (8,3%). Mayoritas responden (35,4%) menjawab setuju bahwa cenderung membeli barang atau produk terbaru yang sedang tren meskipun tidak terlalu membutuhkannya.

- 2) Pernyataan X2.2 tentang saya kesulitan menahan diri untuk tidak membeli barang yang saya inginkan saat melihatnya. Responden menjawab sangat tidak setuju 6 orang (6,3%), tidak setuju 16 orang (16,7%), netral 28 orang (29,2%), setuju 25 orang (26%), dan sangat setuju 21 orang (21,9%). Mayoritas responden (29,2%) menjawab netral bahwa kesulitan menahan diri untuk tidak membeli barang yang diinginkan saat melihatnya.
- 3) Pernyataan X2.3 tentang saya mencatat pendapatan dan pengeluaran untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 6 orang (6,3%), netral 25 orang (26%), setuju 43 orang (44,8%), dan sangat setuju 21 orang (21,9%). Mayoritas responden (44,8%) menjawab setuju bahwa mencatat pendapatan dan pengeluaran untuk mengelola keuangan pribadi dengan baik.
- 4) Pernyataan X2.4 tentang saya selalu menyisihkan Sebagian dari pendapatan saya untuk ditabung sebelum menggunakannya untuk pengeluaran lain. Responden menjawab tidak setuju 2 orang (2,1%), netral 19 orang (19,8%), setuju 41 orang (42,7%), dan sangat setuju 34 orang (35,4%). Mayoritas responden (42,7%) menjawab setuju bahwa selalu menyisihkan Sebagian dari

pendapatan untuk ditabung sebelum menggunakannya untuk pengeluaran lain.

- 5) Pernyataan X2.5 tentang saya lebih tenang dan aman ketika memiliki tabungan yang cukup. Responden menjawab netral 3 orang (3,1%), setuju 40 orang (41,7%), dan sangat setuju 53 orang (55,2%). Mayoritas responden (55,2%) menjawab sangat setuju bahwa lebih tenang dan aman ketika memiliki tabungan yang cukup.

c. Variabel Religiusitas (X3)

Variabel Religiusitas (X3) pada penelitian ini memiliki 3 indikator Yaitu: Melakukan Aktivitas Sesuai Dengan Ajaran Islam, Memperoleh Kesejahteraan Di Dunia Dan Akhirat Dan, Mempertimbangkan Kemaslahatan Dalam Menggunakan Suatu Produk.

Tabel 4.6

Deskriptif Variabel Religiusitas (X3)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0%	4	4,2%	18	18,8%	37	38,5%	37	38,5%	96	100%
X3.2	0	0%	1	1%	4	4,2%	39	40,6%	52	54,2%	96	100%
X3.3	0	0%	2	2,1%	21	21,9%	40	41,7%	33	34,4%	96	100%

X3.4	1	1%	1	1%	12	12,5%	45	46,9%	37	38,5%	96	100%
X3.5	1	1%	3	3,1%	5	5,2%	40	41,7%	47	49%	96	100%
X3.6	0	0%	1	1%	15	15,6%	40	41,7%	40	41,7%	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.6 berikut adalah hasil dari jawaban responden terhadap variabel Religiusitas (X3) yaitu:

- 1) Pernyataan X3.1 tentang saya membatasi pembelian barang yang tidak benar-benar dibutuhkan. Responden menjawab tidak setuju 4 orang (4,2%), netral 18 orang (18,8%), setuju 37 orang (38,5%), dan sangat setuju 37 orang (38,5%). Mayoritas responden (38,5%) menjawab sangat setuju bahwa membatasi pembelian barang yang tidak benar-benar dibutuhkan.
- 2) Pernyataan X3.2 tentang saya berhati-hati dalam memilih makanan dan minuman agar sesuai dengan syariat islam (Halal). Responden menjawab tidak setuju 1 orang (1%), netral 4 orang (4,2%), setuju 39 orang (40,6%), dan sangat setuju 52 orang (54,2%). Mayoritas responden (54,2%) menjawab sangat setuju bahwa berhati-hati dalam memilih makanan dan minuman agar sesuai dengan syariat islam (Halal).

- 3) Pernyataan X3.3 tentang saya mengutamakan kebutuhan pokok dan menabung untuk masa depan yang berkah, dari pada mengikuti keinginan belanja sesaat. Responden menjawab tidak setuju 2 orang (2,1%), netral 21 orang (21,9%), setuju 40 orang (41,7%), dan sangat setuju 33 orang (34,4%). Mayoritas responden (41,7%) menjawab setuju bahwa mengutamakan kebutuhan pokok dan menabung untuk masa depan yang berkah, dari pada mengikuti keinginan belanja sesaat.
- 4) Pernyataan X3.4 tentang saya lebih tenang dan berkah ketika menggunakan harta untuk tujuan akhirat. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 1 orang (1%), netral 12 orang (12,5%), setuju 45 orang (46,9%), dan sangat setuju 37 orang (38,5%). Mayoritas responden (46,9%) menjawab setuju bahwa lebih tenang dan berkah ketika menggunakan harta untuk tujuan akhirat.
- 5) Pernyataan X3.5 tentang saya cenderung memilih produk yang memiliki label halal atau sesuai dengan prinsip Syariah. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 3 orang (3,1%), netral 5 orang (5,2%), setuju 40 orang (41,7%), dan sangat setuju 47 orang (49%). Mayoritas responden (49%) menjawab sangat setuju

bahwa cenderung memilih produk yang memiliki label halal atau sesuai dengan prinsip Syariah.

- 6) Pernyataan X3.6 tentang saya berusaha untuk tidak boros atau berlebihan dalam membeli dan menggunakan suatu produk. Responden menjawab tidak setuju 1 orang (1%), netral 15 orang (15,6%), setuju 40 orang (41,7%), dan sangat setuju 40 orang (41,7%). Mayoritas responden (41,7%) menjawab sangat setuju bahwa berusaha untuk tidak boros atau berlebihan dalam membeli dan menggunakan suatu produk.

Tolak ukur religiusitas atau sikap keuangan dalam penelitian ini diambil dari perilaku nyata responden yang mencerminkan nilai-nilai agama Islam dalam mengatur konsumsi dan pengelolaan uang, seperti membatasi pembelian barang yang tidak dibutuhkan, berhati-hati memilih produk halal, mengutamakan kebutuhan pokok dan menabung untuk masa depan yang berkah, menggunakan harta untuk tujuan akhirat, serta menghindari boros atau berlebihan. Dengan kata lain, semakin tinggi religiusitas seseorang, semakin baik kemampuan mengendalikan perilaku konsumtif dan membuat keputusan keuangan yang rasional (Resky, 2025).

d. Variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4)

Variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) pada penelitian ini memiliki 4 indikator Yaitu: Fleksibel (*Flexible*), Dapat Mengontrol Pekerjaan (*Controllable*), Mudah Dipelajari (*Easy To Learn*) Dan Mudah Digunakan (*Easy To Use*).

Tabel 4.7

Deskriptif Variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4)

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	1	1%	3	3,1%	23	24%	31	32,3%	38	39,6%	96	100%
X4.2	0	0%	2	2,1%	16	16,7%	46	47,9%	32	33,3%	96	100%
X4.3	0	0%	3	3,1%	14	14,6%	49	51%	30	31,3%	96	100%
X4.4	0	0%	2	2,1%	15	15,6%	33	34,4%	46	47,9%	96	100%
X4.5	0	0%	6	6,3%	18	18,8%	51	53,1%	21	21,9%	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.7 berikut adalah hasil dari jawaban responden terhadap variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) yaitu:

- 1) Pernyataan X4.1 tentang saya sering menggunakan aplikasi mobile banking untuk membayar berbagai kebutuhan, seperti belanja online atau tagihan. Responden menjawab sangat tidak setuju 1 orang (1%), tidak setuju 3

orang (3,1%), netral 23 orang (24%), setuju 31 orang (32,3%), dan sangat setuju 38 orang (39,6%). Mayoritas responden (39,6%) menjawab sangat setuju bahwa sering menggunakan aplikasi mobile banking untuk membayar berbagai kebutuhan, seperti belanja online atau tagihan.

- 2) Pernyataan X4.2 tentang aplikasi mobile banking sangat membantu saya dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari. Responden menjawab tidak setuju 2 orang (2,1%), netral 16 orang (16,7%), setuju 46 orang (47,9%), dan sangat setuju 32 orang (33,3%). Mayoritas responden (47,9%) menjawab setuju bahwa aplikasi mobile banking sangat membantu dalam melakukan transaksi keuangan sehari-hari.
- 3) Pernyataan X4.3 tentang saya menggunakan mobile banking karena memiliki fitur yang lengkap dan mudah di pahami. Responden menjawab tidak setuju 3 orang (3,1%), netral 14 orang (14,6%), setuju 49 orang (51%), dan sangat setuju 30 orang (31,3%). Mayoritas responden (51%) menjawab setuju bahwa menggunakan mobile banking karena memiliki fitur yang lengkap dan mudah di pahami.
- 4) Pernyataan X4.4 tentang saya menggunakan mobile banking karena proses transaksi, seperti transfer uang atau pembayaran lebih cepat dan mudah. Responden menjawab

tidak setuju 2 orang (2,1%), netral 15 orang (15,6%), setuju 33 orang (34,4%), dan sangat setuju 46 orang (47,9%). Mayoritas responden (47,9%) menjawab sangat setuju bahwa menggunakan mobile banking karena proses transaksi, seperti transfer uang atau pembayaran lebih cepat dan mudah.

- 5) Pernyataan X4.5 tentang Saya menyelesaikan transaksi dengan menggunakan mobile banking tanpa mengalami kesulitan teknis. Responden menjawab tidak setuju 6 orang (6,3%), netral 18 orang (18,8%), setuju 51 orang (53,1%), dan sangat setuju 21 orang (21,9%). Mayoritas responden (53,1%) menjawab setuju bahwa menyelesaikan transaksi dengan menggunakan mobile banking tanpa mengalami kesulitan teknis.

e. Variabel Perilaku Konsumtif (Y)

Variabel Perilaku Konsumtif (Y) pada penelitian ini memiliki 3 indikator Yaitu: Membeli Barang Untuk Pemenuhan Gaya Hidup, Membeli Barang Untuk Menaikkan Status Sosial, Dan Mengutamakan Keinginan Dari Pada Kebutuhan.

Tabel 4.8**Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif (Y)**

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	5	5,2%	15	15,6%	35	36,5%	30	31,3%	11	11,5%	96	100%
Y.2	14	14,6%	25	26%	27	28,1%	21	21,9%	9	9,4%	96	100%
Y.3	14	14,6%	28	29,2%	27	28,1%	21	21,9%	6	6,3%	96	100%
Y.4	10	10,4%	18	18,8%	26	27,1%	30	31,3%	12	12,5%	96	100%
Y.5	5	5,2%	24	25%	29	30,2%	23	24%	15	15,6%	96	100%
Y.6	20	20,8%	41	42,7%	11	11,5%	12	12,5%	12	12,5%	96	100%
Y.7	12	12,5%	17	17,7%	20	20,8%	31	32,3%	16	16,7%	96	100%

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.7 berikut adalah hasil dari jawaban responden terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y) yaitu:

- 1) Pernyataan Y.1 tentang saya sering membeli produk karena banyak teman atau influencer yang menggunakannya. Responden menjawab sangat tidak setuju 5 orang (5,2%), tidak setuju 15 orang (15,6%), netral 35 orang (36,5%), setuju 30 orang (30,3%), dan sangat setuju 11 orang (11,5%). Mayoritas responden (36,5%) menjawab netral bahwa sering membeli produk karena banyak teman atau influencer yang menggunakannya.

- 2) Pernyataan Y.2 tentang saya tidak ingin dianggap ketinggalan zaman jika tidak mengikuti tren belanja tertentu. Responden menjawab sangat tidak setuju 14 orang (14,6%), tidak setuju 25 orang (26%), netral 27 orang (28,1%), setuju 21 orang (21,9%), dan sangat setuju 9 orang (9,4%). Mayoritas responden (28,1%) menjawab netral bahwa tidak ingin dianggap ketinggalan zaman jika tidak mengikuti tren belanja tertentu.
- 3) Pernyataan Y.3 tentang saya harus memiliki barang yang sedang viral atau populer dimedia sosial. Responden menjawab sangat tidak setuju 14 orang (14,6%), tidak setuju 28 orang (29,2%), netral 27 orang (28,1%), setuju 21 orang (21,9%), dan sangat setuju 6 orang (6,3%). Mayoritas responden (29,2%) menjawab tidak setuju bahwa harus memiliki barang yang sedang viral atau populer dimedia sosial.
- 4) Pernyataan Y.4 tentang saya lebih percaya diri Ketika menggunakan barang barang branded atau mahal. Responden menjawab sangat tidak setuju 10 orang (10,4%), tidak setuju 18 orang (18,8%), netral 26 orang (27,1%), setuju 30 orang (31,3%), dan sangat setuju 12 orang (12,5%). Mayoritas responden (31,3%) menjawab

setuju bahwa lebih percaya diri Ketika menggunakan barang barang branded atau mahal.

- 5) Pernyataan Y.5 tentang saya menganggap memiliki barang mewah dapat meningkatkan status sosial saya di lingkungan pergaulan. Responden menjawab sangat tidak setuju 5 orang (5,2%), tidak setuju 24 orang (25%), netral 29 orang (30,2%), setuju 23 orang (24%), dan sangat setuju 15 orang (15,6%). Mayoritas responden (30,2%) menjawab netral bahwa menganggap memiliki barang mewah dapat meningkatkan status sosial di lingkungan pergaulan.
- 6) Pernyataan Y.6 tentang saya lebih memprioritaskan kesenangan dan gaya hidup mewah daripada menabung untuk kebutuhan masa depan. Responden menjawab sangat tidak setuju 20 orang (20,8%), tidak setuju 41 orang (42,7%), netral 11 orang (11,5%), setuju 12 orang (12,5%), dan sangat setuju 12 orang (12,5%). Mayoritas responden (42,7%) menjawab tidak setuju bahwa lebih memprioritaskan kesenangan dan gaya hidup mewah daripada menabung untuk kebutuhan masa depan.
- 7) Pernyataan Y.7 tentang saya sering membeli makanan atau minuman di kafe atau restoran kekinian untuk pengalaman atau vibes-nya bukan karena lapar atau haus. Responden

menjawab sangat tidak setuju 12 orang (12,5%), tidak setuju 17 orang (17,7%), netral 20 orang (20,8%), setuju 31 orang (32,3%), dan sangat setuju 16 orang (16,7%). Mayoritas responden (32,3%) menjawab setuju bahwa sering membeli makanan atau minuman di kafe atau restoran kekinian untuk pengalaman atau vibes-nya bukan karena lapar atau haus.

B. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	X1.1	0,643	0,1996	Valid
	X1.2	0,708	0,1996	Valid
	X1.3	0,654	0,1996	Valid
	X1.4	0,518	0,1996	Valid
	X1.5	0,400	0,1996	Valid
	X1.6	0,613	0,1996	Valid
Sikap Keuangan	X2.1	0,754	0,1996	Valid
	X2.2	0,665	0,1996	Valid

(X2)	X2.3	0,583	0,1996	Valid
	X2.4	0,674	0,1996	Valid
	X2.5	0,453	0,1996	Valid
Religiusitas (X3)	X3.1	0,621	0,1996	Valid
	X3.2	0,633	0,1996	Valid
	X3.3	0,706	0,1996	Valid
	X3.4	0,690	0,1996	Valid
	X3.5	0,604	0,1996	Valid
	X3.6	0,610	0,1996	Valid
Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4)	X4.1	0,792	0,1996	Valid
	X4.2	0,793	0,1996	Valid
	X4.3	0,823	0,1996	Valid
	X4.4	0,836	0,1996	Valid
	X4.5	0,722	0,1996	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,675	0,1996	Valid
	Y.2	0,819	0,1996	Valid
	Y.3	0,810	0,1996	Valid
	Y.4	0,742	0,1996	Valid
	Y.5	0,811	0,1996	Valid
	Y.6	0,831	0,1996	Valid
	Y.7	0,716	0,1996	Valid

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.4 hasil uji validitas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung $>$ dari nilai r table maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua butir-butir pernyataan dalam penelitian ini semua dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.10

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Standar	N of items	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,621	0,60	6	Reliabel
Sikap Keuangan (X2)	0,615	0,60	5	Reliabel
Religiusitas (X3)	0,715	0,60	6	Reliabel
Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4)	0,850	0,60	5	Reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,887	0,60	7	Reliabel

Sumber: data diolah peneliti, 2025.

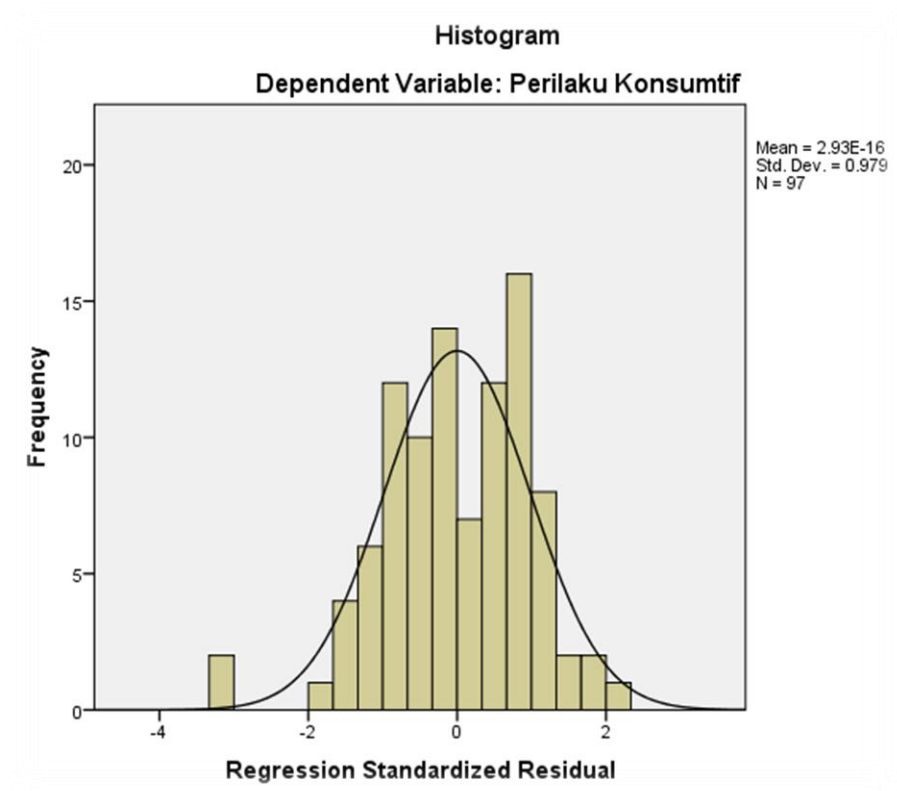
Berdasarkan tabel 4.5 hasil uji reliabilitas diatas menunjukkan bahwa nilai Cronbach"s Alpha setiap variabel lebih dari 0,60 yang artinya instrumen dapat disimpulkan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas Menggunakan Histogram



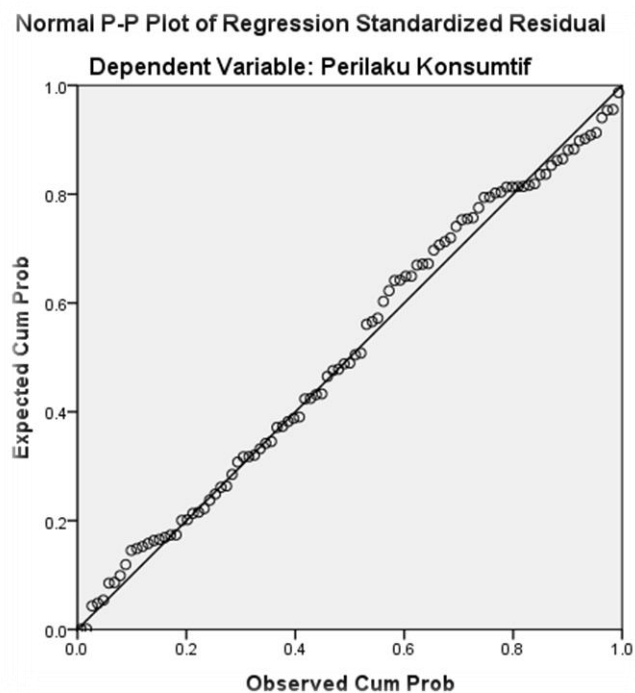
Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan gambar di atas, histogram regression standardized residual membentuk kurva simetris yang menyerupai

lonceng, yang menunjukkan bahwa data dapat dianggap normal. Untuk menguji normalitas data data, juga dapat menggunakan P-P Plot seperti berikut:

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot



Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Data dapat dikatakan normal apabila titik-titik yang ada pada gambar mengikuti garis diagonal dan tidak menjauhi garis tersebut. Pada gambar 4.2, titik-titik mengikuti garis diagonal dan menyebar tidak jauh dari garis tersebut, sehingga berdistribusi normal.

Tabel 4.11**Hasil Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.70793579
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.041
	Negative	-.067
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan hasil dari uji Kolmogorov-smirnov, Sig (2 Tailed) sebesar 0,200. Karena nilai tersebut lebih besar dari pada Asymp, Sig. (2-tailed) 0,05, maka data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas**Tabel 4.12****Hasil Uji Multikolinearitas****Coefficients^a**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.717	1.395
	X2	.829	1.206
	X3	.989	1.011
	X4	.784	1.275

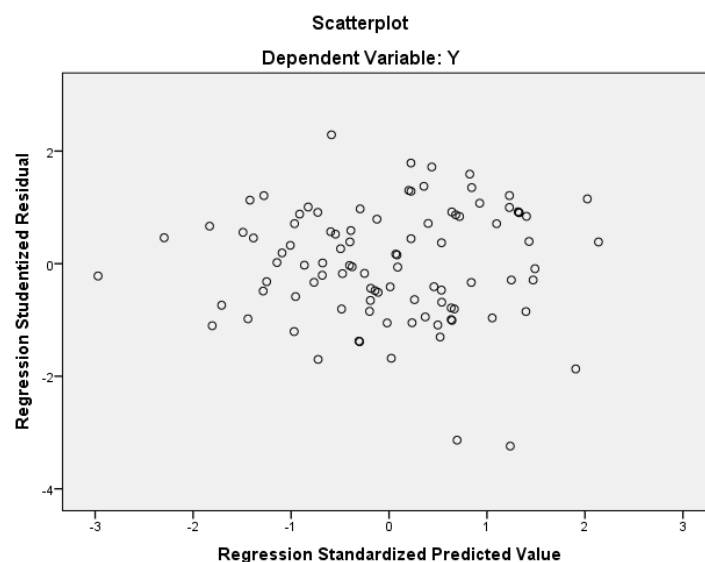
Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui hasil uji Multikolinearitas diatas diperoleh nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas diantara variabel independent (bebas) pada penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot



Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan gambar 4.3, hasil uji Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.679	5.700		.119	.905
X1	1.079	.164	.593	6.570	.000
X2	.342	.185	.155	1.853	.067
X3	-.360	.164	-.168	-2.189	.031
X4	-.042	.172	-.021	-.245	.807

Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji Regresi Linier Berganda dapat diketahui persamaan linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0,679 + 1,079X_1 + 0,342X_2 - 0,360X_3 - 0,042X_4 + e$$

Persamaan linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai a (konstanta) sebesar 0,679 artinya jika variabel gaya hidup (X1), sikap keuangan (X2), religiusitas (X3), dan kemudahan menggunakan mobile banking (X4) bernilai 0, maka nilai dari variabel dependen (Y) adalah sebesar 0,679.

- b. Koefisien Regresi X_1 sebesar 1,079 hal ini menunjukkan bahwa X_1 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X_1 sebesar 1% maka akan meningkatkan Y sebesar 1,079.
- c. Koefisien Regresi X_2 sebesar 0,342 hal ini menunjukkan bahwa X_2 mempunyai arah koefisien regresi positif yang berarti setiap kenaikan X_2 sebesar 1% maka akan meningkatkan Y sebesar 0,342.
- d. Koefisien Regresi X_3 sebesar -0,360 hal ini menunjukkan bahwa X_3 mempunyai arah koefisien regresi negatif yang berarti setiap kenaikan X_3 sebesar 1% maka akan mengurangi Y sebesar -0.360.
- e. Koefisien Regresi X_4 sebesar -0,042 hal ini menunjukkan bahwa X_4 mempunyai arah koefisien regresi negatif yang berarti setiap kenaikan X_4 sebesar 1% maka akan mengurangi Y sebesar -0.042.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (T)

Tabel 4.14

Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.679	5.700		.119	.905
X1	1.079	.164	.593	6.570	.000
X2	.342	.185	.155	1.853	.067
X3	-.360	.164	-.168	-2.189	.031
X4	-.042	.172	-.021	-.245	.807

Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji Parsial (T) dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Gaya Hidup (X1)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap X1 diperoleh nilai Thitung 6.570 lebih besar dari Ttabel 1,985, dan nilai Sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

2) Sikap Keuangan (X2)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap X2 diperoleh nilai Thitung 1.853 lebih kecil dari Ttabel 1,985, dan nilai Sig 0,067 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Sikap Keuangan (X2) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

3) Religiusitas (X3)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap X3 diperoleh nilai Thitung -2.189 nilai ini lebih Besar dari Ttabel 1,985, dan nilai Sig 0,031 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Religiusitas (X3) memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

4) Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4)

Berdasarkan hasil pengujian terhadap X4 diperoleh nilai Thitung -0,245 lebih kecil dari Ttabel 1,985, dan nilai Sig 0,807 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) tidak memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

b. Uji Simultan (F)

Tabel 4.15

Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1836.358	4	459.089	19.850	.000 ^b
	Residual	2127.807	92	23.128		
	Total	3964.165	96			

Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui hasil uji Simultan (F) menunjukkan bahwa nilai Fhitung 19.850 lebih besar dari Ftabel 2,47, dan nilai Sig 0,000 lebih kecil dari nilai signifikasi 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen, Gaya Hidup (X1), Sikap Keuangan (X2), Religiusitas (X3), Dan Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X4) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Perilaku Konsumtif (Y).

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.16

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.463	.440	4.80919

Sumber: SPSS 25, data diolah peneliti, 2025.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,440 atau 44,0%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, sikap keuangan, religiusitas, dan kemudahan menggunakan mobile banking memberikan kontribusi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Banjarmasin sebesar 44,0%. Dan sisanya sebesar 56,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian ini.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Gaya Hidup Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel Gaya Hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel gaya hidup yang sebesar 0,000

$< 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 6.570 > \text{nilai } T_{tabel} 1,986$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial dari variabel Gaya Hidup (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Menurut Kotler yang diterjemahkan oleh Bob Sabran (2009:210) mengatakan: "Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. gaya hidup mencerminkan pola konsumtif yang menggambarkan pilihan seseorang untuk bagaimana mempergunakan waktu dan uangnya. (Azizah, 2020). Hal ini menunjukkan semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki oleh generasi Z, maka semakin besar juga kecenderungan untuk meningkatkan perilaku konsumtif mereka.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syakhilah, dkk (2025) dalam hasilnya menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi islam UIN sumatera utara. Selain itu, penelitian dari Sofyan (2023) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2. Pengaruh Sikap Keuangan Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sikap Keuangan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Hal ini dilihat dari nilai signifikansi $0,067 > 0,05$ dan nilai $T_{hitung} 1.853 < \text{nilai } T_{tabel} 1,986$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel Sikap Keuangan (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Meskipun sebagian besar responden menunjukkan sikap keuangan yang positif, hasil uji parsial menunjukkan bahwa sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karakteristik Generasi Z yang cenderung lebih dipengaruhi faktor eksternal seperti gaya hidup, tren sosial, dan teknologi (mobile banking) daripada kontrol diri finansial tradisional. Dengan kata lain, kesadaran dan pengelolaan keuangan pribadi saja belum cukup untuk memprediksi perilaku konsumtif Generasi Z, karena kemudahan akses transaksi digital dan dorongan gaya hidup juga memegang peranan penting.

Menurut Muhidia (2019) Sikap merupakan suatu cara seseorang dalam bereaksi terhadap suatu rangsangan yang akan timbul dari seseorang atau situasi. Sehingga disimpulkan Sikap Keuangan adalah keadaan pemikiran, pendapat dan penilaian seseorang terhadap keuangan yang dimilikinya kemudian diterapkan kedalam sikapnya sehingga dapat

mempertahankan nilai tersebut dengan pengambilan keputusan dan pengelolaan yang tepat. (Austin & Nuryasman, 2021).

Pemahaman tentang sikap keuangan akan membantu seseorang untuk mengerti apa yang dipercaya terkait dengan hubungan dirinya dengan uang. Untuk membentuk sikap keuangan yang benar yaitu diantaranya dengan fokus pada saat ini, serta bertindak positif dengan melihat manfaat dari masa lalu untuk tidak mengulangnya dimasa sekarang dan masa depan. (Widyaningrum, 2018). Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z yang memiliki sikap keuangan yang baik lebih cenderung mempersepsikan uang sebagai alat untuk perencanaan masa depan dan mencapai tujuan jangka panjang, serta menimbulkan keinginan untuk tidak membelanjakan uangnya dan memikirkan rencana masa depan.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Murni dan Sandari (2025) dalam hasilnya Financial Attitude(Sikap Keuangan) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian dari Ohorella, dkk (2025) menyatakan bahwa sikap keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa penerima KIP kuliah fakultas ekonomi Universitas Nuku Kota Tidore Kepulauan.

3. Pengaruh Religiusitas Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Religiusitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,031 < 0,05$ dan nilai $T_{hitung} -2,189 > \text{nilai } T_{tabel} 1,986$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh secara parsial dari variabel Religiusitas (X_3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Religiusitas adalah kebergamaan, yang merupakan keadaan dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk bertindak laku sesuai dengan kadar ketaatannya kepada agama. Bagi seorang muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan ibadah, dan penghayatan ajaran agama berfungsi untuk mengikat dan mengontrol diri. Agama memberikan petunjuk dalam menjalani hidup. (Hidayatulloh & Syamsu, 2020).

Hal ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi Generasi Z Di Kota Banjarmasin tergolong rasional dan tidak berlebihan. Salah satu penyebab rasionalnya pola konsumtif seorang muslim adalah tingkat religiusitas, sehingga konsumtifnya tidak berlebihan dan membatasi perilaku konsumtif yang didorong oleh hawa nafsu dan kesenangan duniawi, sehingga konsumsi menjadi sebatas kebutuhan yang wajar.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rafidah, dkk (2022) dalam hasilnya menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Selain itu, penelitian dari Marotain dan Jufri (2025) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Mataram.

4. Pengaruh Kemudahan Menggunakan Mobile Banking Secara Parsial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking secara parsial tidak berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Hal ini dilihat dari nilai signifikansu $0,807 > 0,05$ dan nilai $T_{hitung} -0,245 < \text{nilai } T_{tabel} 1,986$ sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh secara parsial dari variabel Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X_4) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Meskipun responden menunjukkan tingkat penggunaan mobile banking yang tinggi, hasil uji parsial menunjukkan tidak ada pengaruh signifikan secara langsung terhadap perilaku konsumtif. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh karakter Generasi Z yang sudah terbiasa dengan teknologi digital, sehingga kemudahan mobile banking bukan lagi faktor pembeda utama perilaku konsumtif mereka. Dalam konteks ini, mobile banking lebih berfungsi sebagai fasilitas atau alat pendukung daripada

faktor yang secara langsung mendorong konsumsi. Perilaku konsumtif Generasi Z lebih dipengaruhi secara simultan oleh kombinasi gaya hidup, sikap keuangan, religiusitas, dan mobile banking daripada pengaruh parsial masing-masing variabel.

M-banking adalah suatu layanan perbankan yang diberikan oleh pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan. Menurut Jogiyanto, kemudahan penggunaan (*Ease Of Use*) diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa suatu teknologi dapat digunakan untuk memudahkan pengguna dan bebas dari suatu upaya. Persepsi kemudahan memberikan indikasi bahwa suatu sistem dirancang bukan untuk menyulitkan pemakainya, tetapi justru mempermudah seseorang dalam menyelesaikan pekerjaannya. (Hasyim et al., 2025).

Hal ini Menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking tidak menyebabkan generasi Z berperilaku konsumtif. Meskipun aplikasi perbankan mudah digunakan, fungsi utamanya adalah memfasilitasi transaksi dan manajemen keuangan, dan tidak mendorong pengeluaran yang tidak perlu. Bagi Generasi Z, kemudahan ini lebih dimanfaatkan sebagai sarana untuk efisiensi dan kontrol keuangan yang lebih baik, seperti melakukan transfer, memantau saldo, atau mencatat pengeluaran.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Trisuci dan Abidin (2022) dalam hasilnya kemudahan

menggunakan mobile banking tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Villania, dkk (2023) yang menyatakan bahwa kemudahan menggunakan mobile banking berpengaruh signifikan.

5. Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan, Religiusitas, Dan Kemudahan Menggunakan Mobile Banking Secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel Gaya Hidup, Sikap Keuangan, Religiusitas, Dan Kemudahan Menggunakan Mobile Banking secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai Fhitung 19.850 > nilai Ftabel 2,47, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Gaya Hidup (X_1), Sikap Keuangan (X_2), Religiusitas (X_3), Dan Kemudahan Menggunakan Mobile Banking (X_4) secara simultan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Dan berdasarkan hasil pengujian Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,440 atau 44%. Hal ini menunjukkan bahwa Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Banjarmasin dipengaruhi sebesar 44% oleh variabel independen. Dan sisanya sebesar 56% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam variabel penelitian ini.

Pemilihan mobile banking sebagai objek penelitian didasarkan pada fakta bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang sangat akrab dengan teknologi digital dan transaksi online. Penggunaan mobile banking memudahkan akses pembayaran, transfer, dan pembelian produk secara instan, sehingga mempercepat keputusan konsumtif dan mempengaruhi perilaku belanja sehari-hari. Generasi Z yang memiliki karakteristik digital native, cepat, dan terbiasa melakukan transaksi instan cenderung lebih responsif terhadap kemudahan yang ditawarkan mobile banking, sehingga variabel ini sangat relevan untuk diteliti. Dengan kata lain, kemudahan penggunaan mobile banking menjadi salah satu faktor penting yang mendorong perilaku konsumtif, terutama bagi Generasi Z, karena meminimalkan hambatan dalam proses transaksi dan memungkinkan pembelian secara cepat tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang.

Dengan demikian, pengaruh simultan keempat variabel ini menegaskan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z tidak hanya dipengaruhi gaya hidup, sikap keuangan, dan religiusitas, tetapi juga oleh kemudahan teknologi finansial yang mereka gunakan sehari-hari, khususnya mobile banking.