JURNAL FOKUS MANAJEMEN
p-ISSN 2809-9931
e-ISSN 2809-9141

The Influence Of Hedonistic Lifestyle And Financial Behavior On The Financial Literacy Of Generation Z Employees At Saygroup Medan Office

Pengaruh *Hedonistic Lifestyle* Dan *Financial Behavior* Terhadap Literasi Keuangan Pekerja Gen Z Di Kantor Saygroup Medan

Ayu Aulia [1] ; Hernawaty [2] ; Geby Citra Ananda [3]
[1]*Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Pembangunan Panca Budi*
[2,3] *Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Pembangunan Panca Budi*
Email: [1] ayurusmalia03@gmail.com

ARTICLE HISTORY
Received [07 September 206]
Revised [02 November 2026]
Accepted [05 November 2026]

KEYWORDS
Financial Behavior, Financial Literacy, Generation Z, Hedonistic Lifestyle.

This is an open access article under the CC–BY-SA license

ABSTRAK
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh hedonistic lifestyle dan financial behavior terhadap literasi keuangan pada pekerja Generasi Z di SayGroup Medan, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pekerja Generasi Z di SayGroup Medan, dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan bantuan SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonistic lifestyle berpengaruh negatif dan signifikan terhadap literasi keuangan, sedangkan financial behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan. Secara simultan, hedonistic lifestyle dan financial behavior berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Model penelitian juga menunjukkan kemampuan penjelasan yang sangat kuat terhadap variasi literasi keuangan. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian manajemen keuangan perilaku, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan pekerja Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi masukan bagi perusahaan maupun pekerja muda dalam meningkatkan pengelolaan keuangan melalui pengendalian gaya hidup dan pembentukan perilaku keuangan yang lebih baik.

ABSTRACT
This study aims to analyze the influence of hedonistic lifestyle and financial behavior on financial literacy among Generation Z employees at SayGroup Medan, both partially and simultaneously. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of Generation Z employees at SayGroup Medan, with a total sample of 30 respondents. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using SPSS, including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, partial test (t-test), simultaneous test (F-test), and coefficient of determination. The findings show that hedonistic lifestyle has a negative and significant effect on financial literacy, while financial behavior has a positive and significant effect on financial literacy. Simultaneously, hedonistic lifestyle and financial behavior significantly affect the financial literacy of Generation Z employees at SayGroup Medan. The research model also demonstrates a very strong explanatory power for variations in financial literacy. This study contributes to the development of behavioral financial management studies, particularly regarding factors influencing the financial literacy of Generation Z employees. Practically, the findings can serve as input for companies and young workers to improve financial management through lifestyle control and better financial behavior.

PENDAHULUAN

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat agar tercapai kesejahteraan finansial. Dalam konteks kehidupan modern, literasi keuangan menjadi semakin penting karena individu dihadapkan pada beragam pilihan produk dan layanan keuangan, mulai dari tabungan, pinjaman, dompet digital, hingga investasi. Kemampuan dalam mengelola keuangan tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan mengenai konsep keuangan, tetapi juga menyangkut kebiasaan, sikap, serta perilaku individu dalam menggunakan pendapatan yang dimilikinya. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu merencanakan pengeluaran, menabung, mengelola utang, dan membuat keputusan keuangan secara rasional.

Pada era digital, tantangan literasi keuangan semakin besar, khususnya bagi Generasi Z. Generasi ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi, media sosial, tren konsumsi, serta kemudahan transaksi digital yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Di satu sisi, kemudahan akses informasi dan layanan keuangan memberikan peluang bagi Generasi Z untuk meningkatkan pemahaman finansial.

Namun di sisi lain, intensitas paparan terhadap gaya hidup modern, hiburan, dan tren sosial juga berpotensi mendorong perilaku pengeluaran yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan. Kondisi ini menjadikan literasi keuangan sebagai isu yang penting untuk dikaji pada kelompok pekerja muda. Salah satu faktor yang diduga memengaruhi literasi keuangan adalah hedonistic lifestyle. Gaya hidup hedonis menggambarkan pola hidup yang berorientasi pada kesenangan, kepuasan pribadi, hiburan, serta pemenuhan keinginan jangka pendek. Individu dengan kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya lebih mudah melakukan pembelian impulsif, mengikuti tren, dan menjadikan konsumsi sebagai bagian dari ekspresi diri. Pola tersebut dapat menggeser perhatian individu dari perencanaan keuangan jangka panjang ke pemenuhan kesenangan sesaat, sehingga berpotensi menurunkan kualitas pengelolaan keuangan.

Selain gaya hidup, financial behavior juga menjadi faktor yang sangat penting dalam membentuk literasi keuangan. Financial behavior menggambarkan bagaimana individu merencanakan, mengatur, menggunakan, dan mengevaluasi keuangannya. Perilaku keuangan yang baik tercermin dari kemampuan menyusun anggaran, mengontrol pengeluaran, mempertimbangkan prioritas kebutuhan, menabung, serta mengambil keputusan keuangan secara rasional. Dengan demikian, financial behavior tidak hanya mencerminkan kebiasaan finansial sehari-hari, tetapi juga menunjukkan sejauh mana seseorang mampu menerapkan pengetahuan keuangan dalam tindakan nyata. Fenomena tersebut juga terlihat pada pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. SayGroup merupakan perusahaan yang didominasi oleh tenaga kerja muda dan berada dalam lingkungan kerja modern yang dekat dengan teknologi, media sosial, serta dinamika tren konsumsi. Kondisi ini menjadikan pekerja Generasi Z rentan terhadap gaya hidup konsumtif dan orientasi kesenangan, meskipun pada saat yang sama mereka telah memiliki penghasilan sendiri dan dituntut untuk mampu mengelola keuangan secara bijak. Hasil pra-observasi dalam penelitian menunjukkan bahwa sebagian pekerja memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis yang cukup tinggi, sementara perilaku keuangan dan literasi keuangan mereka masih beragam.

LANDASAN TEORI

Theory of Planned Behavior

Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior (TPB) sebagai grand theory. TPB menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk melalui sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Dalam konteks keuangan, teori ini relevan karena keputusan individu dalam menggunakan uang, mengatur pengeluaran, serta menahan dorongan konsumsi tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan, tetapi juga oleh sikap, pengaruh lingkungan, dan kemampuan mengendalikan perilaku. Pada pekerja Generasi Z, paparan media sosial, tren konsumsi, dan lingkungan pergaulan dapat membentuk sikap konsumtif dan memengaruhi keputusan finansial sehari-hari.

Hedonistic Lifestyle

Hedonistic lifestyle merupakan pola hidup yang menempatkan kesenangan, kepuasan pribadi, hiburan, dan pemenuhan keinginan sebagai prioritas utama. Gaya hidup ini tercermin dalam kecenderungan mengikuti tren, melakukan pembelian impulsif, mengonsumsi barang atau jasa untuk kepuasan emosional, dan menjadikan konsumsi sebagai simbol identitas sosial. Dalam konteks pekerja muda, gaya hidup hedonis dapat mendorong pengeluaran yang berlebihan dan mengurangi perhatian terhadap perencanaan keuangan, tabungan, maupun investasi.

Financial Behavior

Financial behavior adalah perilaku nyata individu dalam mengelola, menggunakan, dan mengambil keputusan keuangan. Financial behavior yang baik tercermin dari kemampuan membuat perencanaan keuangan, mengendalikan pengeluaran, menetapkan prioritas kebutuhan, serta mengevaluasi keputusan pembelian. Perilaku keuangan yang baik menunjukkan bahwa individu tidak hanya mengetahui konsep keuangan, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Literasi Keuangan

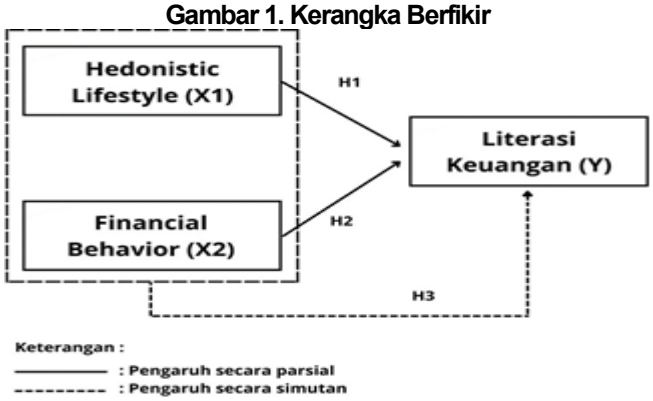
Literasi keuangan adalah kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola sumber daya finansial, memilih produk keuangan yang sesuai, serta mengambil keputusan ekonomi secara rasional. Literasi keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan, kemampuan membuat perencanaan keuangan, pengelolaan utang, tabungan dan investasi, serta pengambilan keputusan finansial yang bijak.

JURNAL FOKUS MANAJEMEN
p-ISSN 2809-9931
e-ISSN 2809-9141

Kerangka Pemikiran

Berikut kerangka pemikiran dari penelitian ini :

Gambar 1. Kerangka Berfikir



Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori dan hubungan antarvariabel, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Hedonistic lifestyle berpengaruh terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan.
H2: Financial behavior berpengaruh terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan.
H3: Hedonistic lifestyle dan financial behavior secara simultan berpengaruh terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas hedonistic lifestyle (X1) dan financial behavior (X2), sedangkan variabel dependen adalah literasi keuangan (Y). Penelitian dilaksanakan pada pekerja Generasi Z di SayGroup Medan dengan tujuan menganalisis pengaruh gaya hidup hedonis dan perilaku keuangan terhadap tingkat literasi keuangan responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pekerja Generasi Z yang bekerja di SayGroup Medan. Teknik pengambilan sampel menggunakan sampling jenuh (total sampling), yaitu teknik penentuan sampel apabila seluruh anggota populasi dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan demikian, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel hedonistic lifestyle diukur menggunakan lima indikator, yaitu kesenangan pribadi, konsumsi berlebihan, mengikuti tren, menunjukkan status sosial, dan mengutamakan hiburan. Variabel financial behavior diukur melalui indikator yang menggambarkan perilaku individu dalam mengelola keuangan, sedangkan variabel literasi keuangan diukur berdasarkan indikator pengetahuan keuangan dasar, perencanaan keuangan, pengelolaan utang, tabungan dan investasi, serta pengambilan keputusan keuangan. Berikut tabel definisi operasional dari penelitian ini :

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
1	Hedonistic lifestyle (X1)	Gaya hidup individu yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi melalui aktivitas konsumsi, hiburan, serta upaya mengikuti tren social (Solomon, 2018).	1. Kesenangan pribadi 2. Konsumsi berlebihan 3. Mengikuti tren 4. Menunjukkan status sosial 5. Mengutamakan hiburan. Solomon (2018)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator
2	Financial behavior (X2)	Perilaku individu dalam mengelola keuangan pribadi yang tercermin dari perencanaan, pencatatan, pengendalian, dan pengambilan keputusan keuangan (Choowan, 2024).	1. Pembelian spontan 2. Dipengaruhi emosi 3. Tanpa perencanaan 4. Mudah tergoda promosi 5. Penyesalan setelah membeli. Choowan (2024)
3	Literasi Keuangan (Y)	Tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif dan membuat keputusan finansial yang tepat (OECD, 2016).	1. Pengetahuan keuangan dasar 2. Perencanaan keuangan 3. Pengelolaan utang 4. Investasi dan tabungan 5. Pengambilan keputusan keuangan. OECD (2016)

Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Tahapan analisis meliputi analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran karakteristik data, uji kualitas instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama, serta koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kemampuan variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior dalam menjelaskan variasi literasi keuangan. Seluruh pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% (α = 0,05).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data penelitian yang meliputi jumlah data, nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel. Berikut tabel statistic deskriptif dari penelitian ini :

Tabel 2. Nilai Statistic Deskriptif

	N Statistic	Range Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Sum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic	Variance Statistic
TotalX1	30	29.000	16	45	904	30.13	1.793	9.818	96.395
TotalX2	30	48.000	36	84	1864	62.13	2.482	13.594	184.809
TotalY	30	27.000	18	45	939	31.30	1.328	7.274	52.907
Valid N (listwise)	30								

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 30 responden. Variabel hedonistic lifestyle memiliki nilai rata-rata sebesar 30,13 dengan standar deviasi 9,818, variabel financial behavior memiliki nilai rata-rata sebesar 62,13 dengan standar deviasi 13,594, sedangkan variabel literasi keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar

JURNAL FOKUS MANAJEMEN
p-ISSN 2809-9931
e-ISSN 2809-9141

31,30 dengan standar deviasi 7,274. Hasil ini menunjukkan bahwa data setiap variabel memiliki sebaran yang cukup beragam, khususnya pada variabel financial behavior yang memiliki standar deviasi paling besar dibandingkan variabel lainnya. Sementara itu, variabel literasi keuangan memiliki penyebaran data yang relatif lebih homogen dibandingkan variabel independen lainnya.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai korelasi item-total lebih besar dari nilai r tabel atau nilai signifikansinya memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil uji validitas, seluruh item pernyataan pada variabel hedonistic lifestyle, financial behavior, dan literasi keuangan dinyatakan valid. Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian telah mampu merepresentasikan konstruk yang diukur, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat validitas dan dapat dilanjutkan pada pengujian berikutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Berikut tabel uji reabilitas dari penelitian ini :

Tabel 3.Hasil Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	30

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,907. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik, karena jauh di atas batas minimum yang ditetapkan. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan konsisten dan andal dalam mengukur variabel hedonistic lifestyle, financial behavior, dan literasi keuangan.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki residual berdistribusi normal. Berikut tabel uji normalitas dari penelitian ini :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Statistic	Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12002141
Most Extreme Differences	Absolute	,104
	Positive	,104
	Negative	-,071
Test Statistic		,104
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		,200[d]
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[e]	Sig.	,539
	99% Confidence Interval – Lower Bound	,526
	99% Confidence Interval – Upper Bound	,552

Berdasarkan hasil uji normalitas yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Hal tersebut menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas, sehingga analisis regresi linier berganda dapat dilanjutkan. Terpenuhinya asumsi normalitas juga mengindikasikan bahwa model memiliki distribusi residual yang baik dan tidak mengalami penyimpangan yang dapat mengganggu hasil pengujian statistik selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas. Berikut tabel uji multikolinearitas dari penelitian ini :

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model	Variable	Tolerance	VIF
1	TotalX1	,506	1,978
	TotalX2	,506	1,978
a. Dependent Variable: TotalY			

Berdasarkan hasil pengujian, variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,506 dan nilai VIF sebesar 1,978. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, kedua variabel independen dalam penelitian ini tidak saling mengganggu atau memiliki hubungan linear yang berlebihan, sehingga layak digunakan secara bersama-sama dalam model regresi untuk menjelaskan variabel literasi keuangan.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Berikut tabel uji heteroskedastisitas dari penelitian ini :

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Variable	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2,299	1,185		1,940	,063
	TotalX1	-,017	,036	-,125	-,468	,643
	TotalX2	-,003	,026	-,027	-,101	,921
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians residual pada model regresi cenderung konstan, sehingga model yang digunakan telah memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier berganda.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior terhadap literasi keuangan. Berikut tabel uji analisis regresi linier berganda dari penelitian ini :

Tabel 7.Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Variable	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	23,565	1,909		12,343	<,001
	TotalX1	-,977	,058	-1,318	-16,710	<,001
	TotalX2	,598	,042	1,118	14,171	<,001
a. Dependent Variable: TotalY						

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Y = 23,565 – 0,977X1 + 0,598X2

JURNAL FOKUS MANAJEMEN
p-ISSN 2809-9931
e-ISSN 2809-9141

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa konstanta sebesar 23,565 mengindikasikan bahwa apabila variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai literasi keuangan sebesar 23,565. Koefisien regresi variabel hedonistic lifestyle sebesar -0,977 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada hedonistic lifestyle akan menurunkan literasi keuangan sebesar 0,977, dengan asumsi variabel lain tetap. Tanda negatif pada koefisien ini menunjukkan arah hubungan yang berlawanan antara hedonistic lifestyle dan literasi keuangan. Sementara itu, koefisien regresi variabel financial behavior sebesar 0,598 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada financial behavior akan meningkatkan literasi keuangan sebesar 0,598, dengan asumsi variabel lain tetap. Tanda positif pada koefisien ini menunjukkan bahwa semakin baik perilaku keuangan responden, maka semakin tinggi pula tingkat literasi keuangan yang dimilikinya.

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, yaitu literasi keuangan. Berikut tabel uji parsial t dari penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Parsial T

Model	Variable	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	23,565	1,909		12,343	<,001
	TotalX1	-,977	,058	-1,318	-16,710	<,001
	TotalX2	,598	,042	1,118	14,171	<,001
a. Dependent Variable: TotalY						

Berdasarkan hasil uji parsial, variabel hedonistic lifestyle memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 dan koefisien regresi bernilai negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa hedonistic lifestyle berpengaruh negatif dan signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Artinya, semakin tinggi kecenderungan responden menjalani gaya hidup hedonis, maka semakin rendah tingkat literasi keuangannya.

Selanjutnya, variabel financial behavior juga memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05 dengan koefisien regresi bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa financial behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Artinya, semakin baik perilaku keuangan responden, maka semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior secara bersama-sama berpengaruh terhadap literasi keuangan. Berikut tabel uji simultan f dari penelitian ini :

Tabel 9. Hasil Uji Simultan F

Model	Source	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1403,960	2	701,980	145,415	<,001[b]
	Residual	130,340	27	4,827		
	Total	1534,300	29			
a. Dependent Variable: TotalY						
b. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1						

Berdasarkan hasil uji simultan, diperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hedonistic lifestyle dan financial behavior secara simultan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Dengan demikian, hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa perubahan tingkat literasi keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh satu variabel saja, tetapi dipengaruhi secara bersama-sama oleh gaya hidup hedonis dan perilaku keuangan responden.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Berikut tabel uji koefisien determinasi R dari penelitian ini :

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,957[a]	,915	,909	2,197
a. Predictors: (Constant), TotalX2, TotalX1				

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,915. Hal ini berarti bahwa 91,5% variasi dalam literasi keuangan dapat dijelaskan oleh variabel hedonistic lifestyle dan financial behavior, sedangkan sisanya sebesar 8,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini yang tidak diteliti, seperti financial attitude, self-control, pendapatan, lingkungan keluarga, atau faktor lainnya. Nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang sangat kuat dalam menerangkan perubahan literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan.

Pembahasan

Pengaruh Hedonistic Lifestyle terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonistic lifestyle berpengaruh negatif dan signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi kecenderungan pekerja menjalani gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, mengikuti tren, mengutamakan hiburan, dan memenuhi keinginan jangka pendek, maka semakin rendah tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Kondisi ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang terlalu menekankan aspek konsumsi dan kepuasan sesaat dapat mengurangi perhatian individu terhadap perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, serta pengambilan keputusan finansial yang lebih rasional.

Dalam perspektif Theory of Planned Behavior, temuan ini dapat dipahami melalui pengaruh sikap dan kontrol perilaku terhadap keputusan keuangan individu. Pekerja Generasi Z yang lebih terdorong oleh kesenangan, pengakuan sosial, dan tren konsumsi cenderung memiliki sikap konsumtif yang lebih kuat, sehingga keputusan keuangannya lebih diarahkan pada pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan. Ketika orientasi kesenangan menjadi dominan, maka kemampuan individu untuk menerapkan pengetahuan keuangan dalam kehidupan sehari-hari menjadi lebih lemah. Hal ini menyebabkan literasi keuangan tidak berkembang secara optimal, karena individu lebih fokus pada konsumsi jangka pendek daripada kestabilan finansial jangka panjang.

Pengaruh Financial Behavior terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial behavior berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Temuan ini berarti bahwa semakin baik perilaku keuangan yang dimiliki responden, maka semakin tinggi pula tingkat literasi keuangan yang dimilikinya. Perilaku keuangan yang baik tercermin dari kemampuan responden dalam mengelola pengeluaran, membuat perencanaan keuangan, mempertimbangkan keputusan pembelian, serta menggunakan pendapatan secara lebih terarah dan bertanggung jawab.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior, financial behavior dapat dipahami sebagai bentuk aktualisasi dari niat dan kontrol perilaku individu dalam mengelola keuangan. Seseorang yang memiliki kontrol diri yang baik terhadap pengeluaran serta terbiasa membuat keputusan keuangan secara rasional akan lebih mudah menerapkan pengetahuan keuangan yang dimilikinya dalam tindakan nyata. Oleh karena itu, financial behavior menjadi salah satu faktor penting yang

p-ISSN 2809-9931
e-ISSN 2809-9141
JURNAL FOKUS MANAJEMEN

memperkuat literasi keuangan, karena literasi keuangan pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan apa yang diketahui individu, tetapi juga bagaimana pengetahuan tersebut diterapkan dalam praktik keuangan sehari-hari.

Pengaruh Hedonistic Lifestyle dan Financial Behavior terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hedonistic lifestyle dan financial behavior secara simultan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Hasil ini menegaskan bahwa literasi keuangan tidak dibentuk oleh satu faktor tunggal, tetapi merupakan hasil dari kombinasi antara pola hidup yang dijalani individu dan perilaku keuangan yang diterapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup hedonis dapat mendorong pengeluaran konsumtif yang mengurangi kualitas pengelolaan keuangan, sedangkan financial behavior yang baik dapat membantu individu mengendalikan pengeluaran, menetapkan prioritas, dan merencanakan keuangan secara lebih matang.

Temuan ini menunjukkan bahwa pekerja Generasi Z berada dalam situasi yang sangat dipengaruhi oleh dua kekuatan sekaligus, yaitu dorongan gaya hidup modern yang cenderung konsumtif dan kebutuhan untuk mengelola pendapatan secara bijak. Apabila kecenderungan hedonistik lebih dominan, maka literasi keuangan berpotensi menurun karena keputusan finansial lebih diarahkan pada kesenangan sesaat. Sebaliknya, apabila financial behavior yang baik lebih dominan, maka pekerja akan lebih mampu mengelola keuangannya secara rasional dan mempertahankan kestabilan finansial. Oleh sebab itu, peningkatan literasi keuangan pada pekerja Generasi Z tidak cukup hanya melalui edukasi pengetahuan keuangan, tetapi juga perlu diiringi dengan pengendalian gaya hidup dan pembentukan kebiasaan finansial yang sehat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa hedonistic lifestyle berpengaruh negatif terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Semakin tinggi kecenderungan pekerja menjalani gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, mengikuti tren, dan mengutamakan kepuasan sesaat, maka semakin rendah tingkat literasi keuangan yang dimiliki. Sebaliknya, pekerja yang mampu mengendalikan gaya hidupnya cenderung memiliki pemahaman dan pengelolaan keuangan yang lebih baik.

Penelitian ini juga membuktikan bahwa financial behavior berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Pekerja yang memiliki perilaku keuangan yang baik, seperti mampu mengelola pengeluaran, merencanakan keuangan, dan mengambil keputusan keuangan secara bijaksana, cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi. Selain itu, hedonistic lifestyle dan financial behavior secara simultan terbukti berpengaruh terhadap literasi keuangan pekerja Generasi Z di SayGroup Medan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak hanya ditentukan oleh pengetahuan finansial, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengendalikan gaya hidup dan menerapkan perilaku keuangan yang sehat.

Saran

Bagi pekerja Generasi Z, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya mengendalikan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan sesaat serta membiasakan perilaku keuangan yang lebih terencana. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mendorong edukasi literasi keuangan melalui pelatihan pengelolaan keuangan pribadi, perencanaan keuangan, maupun pengendalian perilaku konsumtif. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambahkan variabel lain seperti financial attitude, self-control, pendapatan, financial technology, atau lingkungan keluarga, serta memperluas objek dan jumlah responden agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Aulia, D. S., & Purwanti, P. (2025). Implikasi penggunaan e-wallet dan gaya hidup hedonisme dalam perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran, 3*(1), 1–12.

Baihaqi, M., dkk. (2021). *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Yogyakarta: Deepublish.

Carrie, K., & Hariyanto, O. I. B. (2025). Pengaruh komponen kognitif, afektif, dan konatif terhadap niat dan perilaku konsumen. *Journal of Business Management Education, 10*(1), 1–12.

Chaney, D. (2017). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

Choowan, P., et al. (2024). Effects of Financial Literacy and Financial Behavior on Financial Well-Being: Meta-Analytical Review of Experimental Studies. International Journal of Financial Studies.

Darsono, S. N. A. C., Rizarda, M., & Johari, S. M. (2025). Fenomena paylater di kalangan mahasiswa: Gaya hidup, sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia, 9*(1), 125–138.

Elicia, P., & Widjaja, I. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi financial behavior. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 5*(5).

Ferdian, R. (2024). The influence of behavioral finance on investment decisions: A systematic literature review. *Management Studies and Business Journal (PRODUCTIVITY), 1*(7), 1058–1071.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi terbaru). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, A. (2023). Perilaku konsumsi dan ekspresi identitas generasi Z dalam era digital. *Jurnal Penelitian Teknologi dan Aplikasi Manajemen, 9*(2), 85–96.

Harahap, R. H., Marpaung, N. Z., & Asengbaramae, R. (2023). Consumptive behaviour of Gen-Z and identity in the digital era. *Jurnal Sosiologi Andalas, 9*(2), 183–192.

Hindyni, R., & Nurhaliza, S. (2023). Pengaruh lingkungan sosial dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Karimah Tauhid, 3*(3), 12243.

Howell, R. T. (1993). *Personal Finance*. New York: McGraw-Hill.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Lim, S. H., Lee, S., & Kim, D. J. (2017). Is online consumers' impulsive buying beneficial for e-commerce companies? *Electronic Commerce Research and Applications, 21*, 45–55.

Lusardi, A. (2019). Financial literacy and the need for financial education: Evidence and implications. *Swiss Journal of Economics and Statistics, 155*(1), 1–8.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature, 52*(1), 5–44.

Manullang, M., & Manuntun, P. (2018). *Metode Penelitian: Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Cipta Pustaka Media.

Muasyaroh, H., & Yoga, I. (2025). Dampak literasi, pencatatan, dan penganggaran keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekuilnomi, 7*(2), 535–546.

OECD. (2018). *OECD/INFE Toolkit for Measuring Financial Literacy and Financial Inclusion*. Paris: OECD Publishing.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022*. Jakarta: OJK.

Pompian, M. M. (2017). *Behavioral Finance and Wealth Management* (2nd ed.). Wiley Finance.

Putri, N., & Rahmawati, I. (2023). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan pengalaman keuangan terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan, 12*(2), 85–96.

Rahmawati, D., & Nugroho, A. (2020). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif generasi muda di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen, 8*(2), 150–160.

Rasnawati, L. (2023). Gambaran hedonis pada perilaku konsumtif generasi Z terhadap kopi. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Universitas Pamulang*.