

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, penelitian ini menunjukkan bahwa:

1. Variabel *social demographics* yang meliputi usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
2. Variabel *financial technology* juga tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
3. *Lifestyle* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
4. *Self-control* tidak mampu memediasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Meskipun *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap *self-control*, *self-control* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sehingga peran mediasi tidak terpenuhi.
5. *Self-control* juga tidak mampu memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap perilaku konsumtif. Walaupun *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *self-control*, pengaruh *self-control* terhadap perilaku konsumtif tidak signifikan. Dengan demikian, hubungan antara *lifestyle* dan perilaku konsumtif terjadi secara langsung tanpa melalui mekanisme *self-control*.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun masih terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan sebagai bahan evaluasi bagi penelitian selanjutnya.

1. Pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner juga memiliki keterbatasan karena sangat bergantung pada persepsi dan kejujuran responden dalam memberikan jawaban. Terdapat kemungkinan responden kurang memahami beberapa pernyataan dalam instrumen penelitian atau memberikan jawaban yang dianggap paling dapat diterima secara sosial, sehingga berpotensi menimbulkan bias dan memengaruhi tingkat akurasi data.
2. Responden dalam penelitian ini masih terbatas pada kelompok dengan rentang usia 21–24 tahun yang mayoritas berstatus mahasiswa. Kondisi ini menyebabkan variasi responden menjadi kurang beragam. Selain itu, sebaran responden berdasarkan usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan cenderung terkonsentrasi pada satu kelompok tertentu dan belum menyebar secara merata. Kondisi distribusi sampel yang kurang merata tersebut diduga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan variabel *social demographics* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam penelitian ini.
3. Penelitian ini belum memasukkan status pekerjaan responden sebagai variabel yang dianalisis lebih lanjut dalam pembahasan. Padahal, perbedaan status

sebagai pelajar/mahasiswa dan individu yang sudah bekerja berpotensi memengaruhi tingkat perilaku konsumtif, terutama karena adanya perbedaan tingkat pendapatan, kemandirian finansial, serta pola pengeluaran. Tidak dimasukkannya aspek ini dalam model penelitian menjadi keterbatasan, karena kemungkinan terdapat variasi perilaku konsumtif yang belum sepenuhnya tergambarkan berdasarkan perbedaan status pekerjaan responden.

4. Pada tahap analisis *outer model*, peneliti belum melakukan pengujian *convergent validity* melalui nilai *Average Variance Extracted* (AVE) secara komprehensif untuk memastikan bahwa setiap konstruk telah memenuhi validitas konvergen yang memadai. Penelitian ini juga belum memasukkan pengujian *discriminant validity* berbasis korelasi antar konstruk secara mendalam. Keterbatasan tersebut berpotensi menyebabkan kemampuan indikator dalam merefleksikan variabel laten serta tingkat keunikan antar konstruk dalam model belum terkonfirmasi secara optimal.
5. Nilai reliabilitas dalam penelitian ini tergolong sangat tinggi terutama pada variabel perilaku konsumtif, *lifestyle*, dan *self-control* yang memungkinkan dipengaruhi oleh jumlah item pernyataan pada masing-masing variabel yang relatif banyak. Kondisi tersebut berpotensi menyebabkan koefisien reliabilitas meningkat secara artifisial, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan konsistensi internal instrumen secara proporsional sehingga temuan reliabilitas dalam penelitian ini perlu diinterpretasikan dengan hati-hati.

6. Dalam penelitian ini variabel *self-control* berperan sebagai mediator terhadap perilaku konsumtif, namun pengaruh langsung *self-control* terhadap perilaku konsumtif tidak diuji sebagai tahap awal untuk memastikan signifikansinya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menguji pengaruh langsung *self-control* terhadap perilaku konsumtif terlebih dahulu, sehingga kelayakan *self-control* sebagai variabel mediasi antara variabel independen dan dependen dapat dibuktikan secara lebih kuat.
7. Cakupan wilayah penelitian ini masih terbatas karena pengumpulan data hanya terfokus di Surabaya. Kondisi tersebut membuat hasil penelitian belum sepenuhnya dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas. Selain itu, perbedaan karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya di wilayah lain kemungkinan belum terwakili, sehingga dapat memengaruhi ketidaksignifikanan beberapa variabel dalam model penelitian.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan peneliti sebagai bentuk implikasi praktis maupun pengembangan penelitian di masa mendatang.

1. Bagi Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, indikator *lifestyle* tertinggi terdapat pada kebiasaan mengunjungi café atau tempat yang sedang viral serta kecenderungan mencoba makanan yang populer di media sosial. Oleh karena

itu, Generasi Z disarankan untuk lebih bijak dalam menyikapi tren gaya hidup yang berkembang. Keinginan untuk mengikuti tren sebaiknya tidak didasarkan pada dorongan *fear of missing out* (FOMO), tetapi mempertimbangkan kebutuhan dan prioritas pribadi. Mengunjungi tempat atau mencoba produk yang viral boleh dilakukan sebagai bentuk aktualisasi diri dan hiburan, namun tetap perlu disertai pengendalian agar tidak menjadi pola konsumsi yang berlebihan. Dengan membangun pola *lifestyle* yang lebih rasional dan tidak semata berorientasi pada tren sosial, Generasi Z dapat tetap mengikuti perkembangan zaman tanpa harus terjebak pada perilaku konsumsi yang tidak terencana.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menggunakan teknik pengumpulan data yang lebih beragam, tidak hanya kuesioner, tetapi juga wawancara atau observasi untuk mengurangi bias persepsi dan kecenderungan jawaban yang bersifat *socially desirable*. Selain itu, penyebaran kuesioner sebaiknya dilakukan secara langsung (*hardcopy*) atau tetap melalui formulir daring namun dengan pendampingan peneliti, sehingga apabila terdapat item yang kurang dipahami, peneliti dapat memberikan penjelasan agar data yang diperoleh lebih valid dan reliabel.
- b. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan responden dengan karakteristik yang lebih beragam, baik dari segi rentang usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, maupun latar belakang generasi. Dengan

demikian, variasi data yang diperoleh menjadi lebih luas dan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh social demographics terhadap perilaku konsumtif.

- c. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan status pekerjaan responden sebagai variabel yang dianalisis lebih lanjut. Hal ini penting karena perbedaan status sebagai mahasiswa, pekerja, atau individu yang telah memiliki penghasilan tetap dapat memengaruhi tingkat perilaku konsumtif melalui perbedaan pendapatan, kemandirian finansial, serta pola pengeluaran.
- d. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan pengujian outer model secara lebih komprehensif, khususnya dengan memasukkan analisis *Average Variance Extracted (AVE)* untuk menguji *convergent validity* serta pengujian *discriminant validity* secara lebih mendalam. Langkah ini penting untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk laten secara valid dan memiliki tingkat perbedaan yang jelas antar variabel dalam model penelitian.
- e. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan penyederhanaan jumlah item pernyataan pada masing-masing variabel atau melakukan evaluasi terhadap indikator yang digunakan. Hal ini bertujuan agar nilai reliabilitas yang dihasilkan dapat mencerminkan konsistensi internal instrumen secara lebih proporsional dan tidak meningkat secara artifisial akibat banyaknya jumlah item.

- f. Penelitian selanjutnya disarankan untuk terlebih dahulu menguji pengaruh langsung *self-control* terhadap perilaku konsumtif sebelum menguji perannya sebagai variabel mediasi. Dengan melakukan tahapan tersebut, kelayakan *self-control* sebagai variabel mediator antara variabel independen dan perilaku konsumtif dapat dibuktikan secara lebih kuat dan sistematis.
- g. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian, tidak hanya di Surabaya dan sekitarnya, tetapi juga pada daerah dengan karakteristik yang berbeda. Perluasan wilayah ini penting agar hasil penelitian lebih representatif serta mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai perilaku konsumtif dalam konteks yang lebih luas.

3. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator *lifestyle* yang dominan berkaitan dengan kebiasaan mengikuti tren, berlibur ke tempat viral, serta menjadikan aktivitas tersebut sebagai sumber kebahagiaan. Oleh karena itu, pemerintah perlu mengambil langkah yang lebih aplikatif seperti mengintegrasikan materi literasi konsumsi ke dalam kurikulum pendidikan menengah dan perguruan tinggi, khususnya terkait pengelolaan pengeluaran berbasis kebutuhan, bukan tren. Program ini dapat dikemas melalui modul praktis seperti perencanaan anggaran pribadi dan simulasi pengambilan

keputusan konsumsi. Selain itu, pemerintah daerah dapat memperluas penyediaan ruang interaksi sosial non-komersial seperti taman tematik kekinian, ruang komunitas, dan event kreatif gratis atau berbiaya rendah. Dengan tersedianya alternatif aktivitas sosial yang tidak selalu berbasis konsumsi, dorongan untuk mengekspresikan *lifestyle* melalui pengeluaran berlebihan dapat ditekan.

DAFTAR RUJUKAN

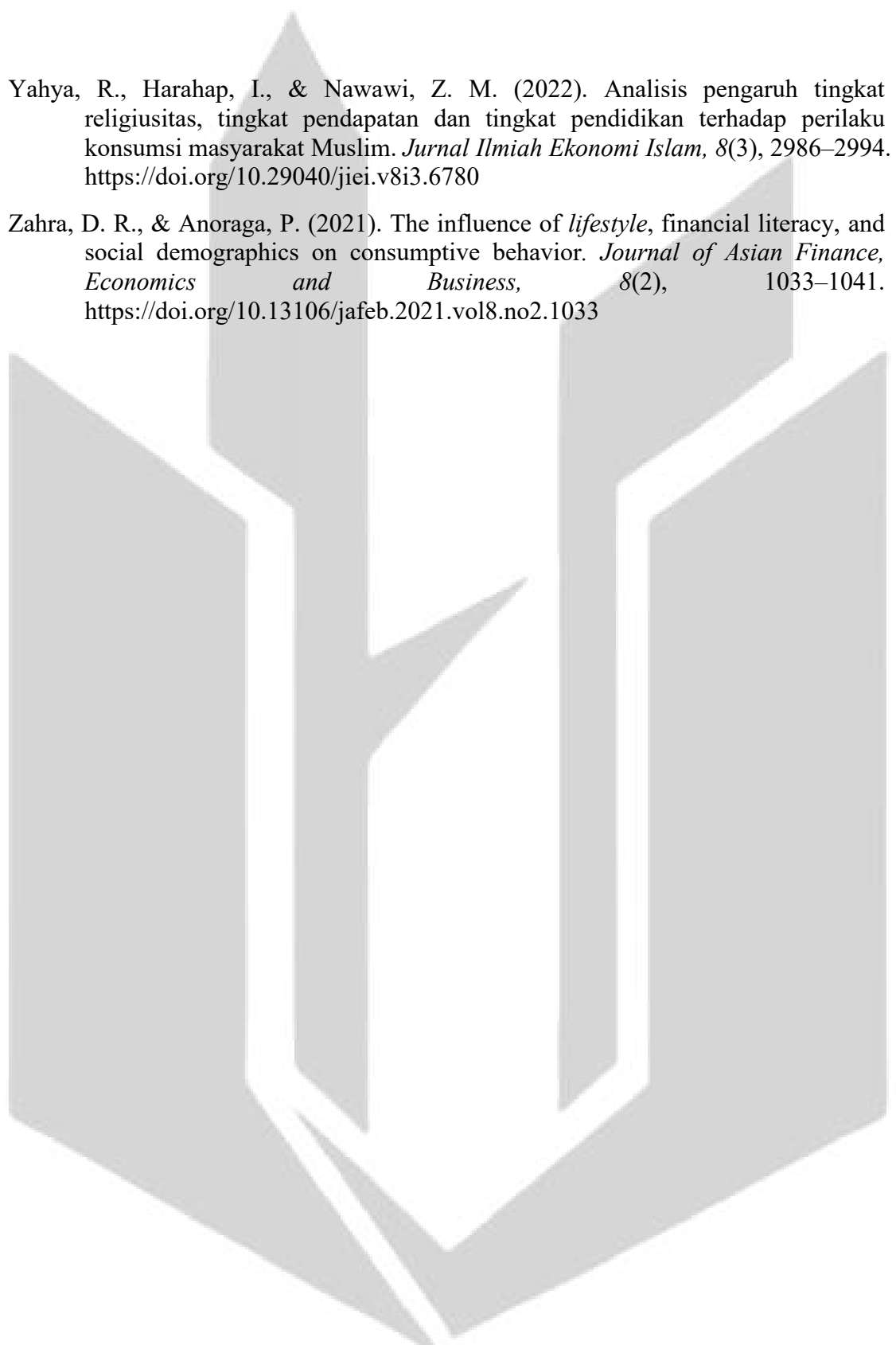
- Abdullah, M. N. F., & Suja'i, I. S. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Pendidikan Dewantara*, 8(2), 72–80. <https://doi.org/10.55933/jpd.v8i2.402>
- Ahyuni, N. S., & Istiana, I. (2022). Pengaruh belanja online di media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi dan Kesehatan*, 3(2), 165–168. <https://doi.org/10.51849/j-p3k.v3i2.170>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- APJII. (2023). Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Apriyanti, D. A., & Christiana, I. (2025). Mediasi Locus Of Control: Pengaruh Fitur Paylater Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3(3), 236-255.
- Asrun, N. A., & Gunawan, A. (2024). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai media intervening. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(1), 173–186. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.205>
- Ayu, M. D. R., Sari, A. D. R., & Dwipayana, I. D. M. A. (2022). Pengaruh belanja online di media sosial terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. *E-Jurnal Manajemen*, 11(12).
- Azizah, N., & Yuniati, E. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.21009/JRMSI.013.1.01>
- Bank Indonesia: Gen Z pengguna QRIS terbesar di Indonesia. (2025). *Moneter.id*. <https://moneter.id/bank-indonesia-gen-z-pengguna-qr-is-terbesar-di-indonesia>
- Dilasari, D., Mulyati, S., & Kurniawan, A. (2021). The Influence of Financial Literacy, Life Style, Locus of Control and Demographics on The Consumptive Behavior of The Millennial Generation. *JASS (Journal of Accounting for Sustainable Society)*, 2(02), 56-77.
- Eko Wardoyo, & Mahyuzar, H. (2024). Pengaruh life style, self control, penggunaan e-money dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif mahasiswa

- melakukan online shopping. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6), 1629–1640.
- Fahriansah, F., Safarida, N., & Midesia, S. (2023). Buy now, think later: Impulsive buying behavior among Generation Z in Indonesia. *SHARE: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 12(2), 386–421. <https://doi.org/10.22373/share.v12i2.17453>
- Faisal, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Pontianak. *Journal on Education*, 6(2), 155–166.
- Faisal, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Pontianak. *Journal on Education*, 7(1), 6255–6260. <http://jonedu.org/index.php/joe>
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi. *Jurnal Valuasi*, 1(1), 71–86. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gurning, P. S., Situngkir, E. Y., Manurung, D. P., Sagala, V. Y., Pasaribu, B., & Sianturi, R. (2025). Pengaruh variabel demografis terhadap perilaku konsumsi di era digital: Pendekatan ANOVA. *Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif*, 6(1), 249–255.
- Hergita, S. V. S. (2019). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif melalui online shop pada mahasiswi. *Acta Psychologia*, 1(1), 53–61. <http://journal.uny.ac.id/index.php/acta-psychologia>
- Indarto, D. N. S., & Dananti, K. (2021). Pengaruh perilaku konsumtif, jenis kelamin, dan pendapatan terhadap pengelolaan keuangan pribadi karyawan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(5), 558–562.
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. (2023). Literasi keuangan, gaya hidup, sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Ema*, 8(1), 32–42.
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal EMA*, 8(1), 32–42.
- Jaman, M. B., Kusmiati, E., & Wufron, W. (2025). *Faktor determinan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z: Literasi keuangan, e-wallet, advertising exposure dan self-control*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 9(3).

- Jelyanah, J., Abtasari, S. M., Ulhaq, A. D., Syakuro, M., Mardhatila, I., Hartono, Y., & Lubis, K. (2025). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial terhadap kontrol diri pada siswa SMA. *Jurnal Edu Research*, 6(1), 1662–1664.
- Khairulanam, R. S., & Surjanti, J. (n.d.). Pengaruh literasi ekonomi, gaya hidup dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh intensitas penggunaan Instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Psikoborneo*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Kurniawan, Y., & Andriyani, R. (2022). Pengaruh e-commerce dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Akuntansi*, 24(1), 78–85.
- Kuswanto, K., Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh *financial technology* dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 268–276. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>
- Layaman, L., Khairunnisa, H., & Rohayati, R. (2022). Pengaruh E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Hawalah: Kajian Ilmu Ekonomi Syariah*, 1(2), 61-73.
- Media Wahana Ekonomika. (2025). Digital financial literacy, FoMO, performance expectancy dan effort expectancy terhadap use behavior pada digital payment. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(1), 45–60.
- Meliasari, D., Setiawan, B., & Roswaty. (2025). Pengaruh digital financial literacy, FoMO, performance expectancy dan effort expectancy terhadap use behavior pada digital payment. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 22(2), 458–469.
- Muwaffaq, B. S., Dewi, F. R., Viana, E. D., & Matoati, R. (2023). The influence of financial literacy, use of social media, and social demographic factors on consumptive behavior. *Greenomika*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2022.05.1.1>
- Nabila, S., Trihudiatmanto, M., & Efendi, B. (2025). Kontrol diri sebagai mediasi pengaruh penggunaan uang elektronik, gaya hidup, dan konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi Z Kota Depok. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(1).
- Ningrum, S. D., & Azzahra, M. N. (2022). Pengaruh *financial technology* dan manajemen keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Riset Akuntansi*, 11(5), 1971–1984.

- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh e-commerce dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic*, 9(3), 281–290.
- OSC Medcom. (2022). Tren penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. <https://osc.medcom.id/community/tren-penggunaan-media-sosial-di-kalangan-mahasiswa-6439>
- Parluhutan, C., Harahap, H. I. P. Y., Berliana, I., & Nofirda, F. A. (2025). Pengaruh penggunaan QRIS terhadap perilaku konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 4256–4262.
- Permadani, A. A., & Sartika, F. (2025). Pengaruh fintech dan financial literacy terhadap perilaku konsumtif belanja online e-commerce Shopee dengan *self-control* sebagai mediasi (Studi pada mahasiswa PTN Malang). *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, 9(2).
- Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2024). Pengaruh financial literacy, financial behavior, financial attitude, dan demografi terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Moneter: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 2(2), 63–76. <https://doi.org/10.61132/moneter.v2i2.443>
- Rosnidah, I., Kartono, & Sumartinih, A. (2025). Status sosial ekonomi orang tua, konformitas dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dalam perspektif gender. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 14(1), 17–26.
- Salsabila, S. (2022). Dampak cashless payment terhadap pola konsumsi generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/49371>
- Salsabilla, S., & Wicaksono, C. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonis, dan *Self-control* Terhadap Perilaku Konsumtif pada Gen-Z. *Efektor*, 12(1), 87-101.
- Sapira, B., Juhari, J., Suhardi, S., & Makrus, M. (2025). Financial self-efficacy, *lifestyle*, and peer influence on credit decisions: The mediating role of financial control in Gen Z. *Economic: Journal Economic and Business*, 4(2), 292–307. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v4i2.1082>
- Sari, M., & Pratiwi, D. (2023). Efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran non tunai QRIS dalam mempengaruhi inklusi keuangan nasabah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 10(2), 123–135.
- Sari, N. T., Hidayati, A., & Puspita, V. (2023). Efektivitas dan efisiensi sistem pembayaran non tunai Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dalam mempengaruhi inklusi keuangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 299–309. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i2>

- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Shofiyyah, N. A., Komarudin, T. S., & Muharam, A. (2022). Characteristics of Generation Z and its impact on education: Challenges and opportunities. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(1), 5655–5668.
- Sholehah, N. A., & Widarno, B. (2025). Pengaruh media sosial dan perilaku hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa kos dan tidak kos. *Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 4(1), 1–12.
- Sholihah, Z., & Junaidi, A. (2024). Analisis Instagram Direktorat Jenderal Perhubungan Laut dalam menjangkau generasi muda. *Prologia*, 8(1), 55–64.
- Siregar, Y. Z., & Zikri, F. (2022). Pengaruh gaya hidup dan media sosial terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai media intervening. *Jurnal Ilmiah Methosika*, 8(1), 95–103.
- Sudiro, P. I., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh financial literacy, uang elektronik, demografi, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 160–172.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (cet. 29). Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, P. M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk fashion pada individu dewasa awal. *PSIKOLOGI KONSELING: Jurnal Kajian Psikologi dan Konseling*, 15(2), 222–230. <https://doi.org/10.24114/konseling.v15i2.55132>
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High *self-control* predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Taqwa, Y. S. S., & Mukhlis, I. (2022). Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(7), 831.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(01), 1–12. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01.1923>
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279.

- 
- Yahya, R., Harahap, I., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis pengaruh tingkat religiusitas, tingkat pendapatan dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2986–2994. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6780>
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of *lifestyle*, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 1033–1041. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.1033>