



INSTITUT PERTANIAN BOGOR

PENGARUH RELIGIOSITAS, *FINANCIAL LITERACY*, *PEER INFLUENCE*, DAN *SELF-CONTROL* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

SKRIPSI

**AMALIA PUTRI KHALIDAH
I2401221105**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
BOGOR
2026**



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI, SUMBER INFORMASI, PENGGUNAAN AI, DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Religiositas, *Financial Literacy*, *Peer Influence*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.” merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Karya ini adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dalam penyusunan karya ini, penulis menggunakan bantuan kecerdasan buatan ChatGPT, dan Claude AI untuk menemukan jurnal-jurnal sebagai pustaka acuan. Setelah menggunakan layanan tersebut, penulis meninjau dan menyunting konten sesuai kebutuhan serta bertanggung jawab penuh atas isi karya tugas akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Oktober 2026

Amalia Putri Khalidah
I2401221105

© Hak Cipta milik IPB, 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



SOROTAN

AMALIA PUTRI KHALIDAH. Pengaruh Religiositas, *Financial Literacy*, *Peer Influence*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. Dibimbing oleh LILIK NOOR YULIATI.

1. Penelitian ini membahas perilaku konsumtif pada generasi z, dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik dan antar variabel penelitian.
2. Penelitian ini menggunakan metode *voluntary sampling* untuk menganalisis perilaku konsumtif
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh terhadap perilaku konsumtif.
4. Temuan ini memberikan kontribusi terhadap bidang keilmuan perilaku konsumen sebagai edukasi, serta menawarkan wawasan baru mengenai konsep perilaku konsumtif.
5. Tugas akhir ini menunjukkan pentingnya pemahaman pengelolaan keuangan yang komprehensif, dan menyarankan potensi penerapan pada generasi muda.

HIGHLIGHTS

AMALIA PUTRI KHALIDAH. *The Influence of Religiosity, Financial Literacy, Peer Influence, and Self-Control on Generation Z' Consumptive Behaviour.* Supervised by LILIK NOOR YULIATI.

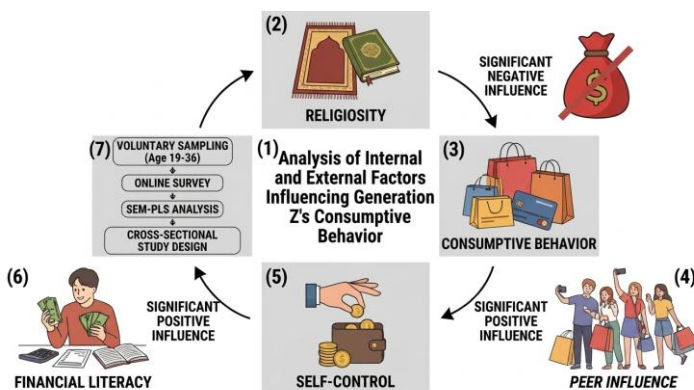
1. *This study addresses consumptive behaviour of Generation Z, aiming to analyze the influence of characteristics and the correlation between the research variables.*
2. *The research employs a voluntary sampling method to analyze consumptive behaviour*
3. *Results indicate that indicate an correlation on consumptive behaviour*
4. *These findings contribute to the field of consumer behavior as a discipline and offer new insights into the concept of consumptive behavior.*
5. *This final assignment demonstrates the importance of a comprehensive understanding of financial management and suggest its potential application among the younger generation*

ABSTRAK GRAFIS



Analisi Perilaku Konsumtif Generasi Z

GRAPHICAL ABSTRACT



Analysis of Generation Z's Consumptive Behavior



ABSTRAK

Amalia Putri Khalidah. Pengaruh Religiositas, *Financial Literacy*, *Peer Influence*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. Dibimbing oleh LILIK NOOR YULIATI.

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Kondisi tersebut dapat mendorong munculnya perilaku konsumtif, khususnya pada Generasi Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan karakteristik responden dengan religiositas, *financial literacy*, *peer influence*, dan *self-control*, serta menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung antarvariabel pada Generasi Z. Penelitian ini menggunakan desain *cross-sectional study* dengan metode survei terhadap responden berusia 18–26 tahun yang dipilih menggunakan teknik *voluntary sampling*. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji korelasi, dan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, *financial literacy* berpengaruh positif signifikan terhadap *self-control*, dan *peer influence* berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa religiositas merupakan faktor internal, sedangkan *peer influence* merupakan faktor eksternal yang berperan dalam perilaku konsumtif.

Kata kunci: *financial literacy*, generasi z, *peer influence*, perilaku konsumtif, *self-control*

ABSTRACT

AMALIA PUTRI KHALIDAH. *The Influence of Religiosity, Financial Literacy, Peer Influence, and Self-Control on Generation Z' Consumptive Behaviour*. Supervised by LILIK NOOR YULIATI.

Technological advancements have brought about significant changes in people's consumption patterns. These conditions may encourage the emergence of consumerist behavior, particularly among Generation Z. This study aims to analyze the relationship between respondents' characteristics and religiosity, financial literacy, peer influence, and self-control, as well as to analyze the direct and indirect effects among these variables in Generation Z. This study employs a cross-sectional design using a survey method targeting respondents aged 18–26 years, selected through voluntary sampling. Data were analyzed using descriptive analysis, correlation tests, and *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). The results indicate that religiosity has a significant negative effect on consumerist behavior, financial literacy has a significant positive effect on self-control, and peer influence has a significant positive effect on consumerist behavior. The findings indicate that religiosity is an internal factor, while peer influence is an external factor that plays a role in consumer behavior.

Keywords: *consumptive behaviour financial literacy, generation z, peer influence, self-control*.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si
- 2 Dr. Susri Adeni, S.Sos., M.A.

Judul Skripsi : Pengaruh Religiositas, *Financial Literacy*, *Peer Influence*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z

Nama : Amalia Putri Khalidah

NIM : I2401221105

Disetujui oleh

Pembimbing:

Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.

NIP. 196407181989032003



Digitally signed by:
Lilik Noor Yuliati

Date: 26 Okt 2025 14:49:47 WIB
Verify at: dsign.ipb.ac.id

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Alfiasari, S.P., M.Si

NIP. 198112182006042015



Digitally signed by:
Alfiasari

Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ekologi Manusia

Prof. Dr. Megawati Simanjutak, S.P., M.Si.

NIP. 197211032005012002



Digitally signed by:
Megawati

Tanggal Ujian: 23 September 2026

Tanggal Lulus: 26 Oktober 2026



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Religiositas, *Financial Literacy*, *Peer Influence*, dan *Self-Control* terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z” ini berhasil diselesaikan. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang perlu ditempuh untuk menyelesaikan program studi sarjana (S1) di Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, IPB University.

Selama proses penyusunan skripsi, penulis dibantu dan didukung oleh berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengungkapkan terima kasih dan rasa hormat yang sebesar-besarnya kepada Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktu untuk memberikan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P, M.M selaku dosen moderator kolokium yang telah memberikan masukan dan saran yang membangun, kepada Ibu Dr. Defina S.S., M.Si., selaku dosen moderator seminar hasil, juga kepada Ibu Ismayanti Pratiwi, S.Si., M.Si selaku dosen penguji 1 dan Ibu Dr. Susri Adeni, S.Sos., M.A. selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan masukan dan saran, serta kepada Ibu Yulina Eva Riany, S.P., M.Ed. selaku dosen penggerak akademik yang telah mendampingi perjalanan akademik penulis selama di Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh dosen dan tenaga kependidikan Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen atas ilmu, bantuan, dan dukungan yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada mamah, bapak, kakak, serta seluruh keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan dalam setiap proses yang penulis jalani. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada para sahabat-sahabat terdekat, Syahira, Nadiva, Keysha yang selalu menyemangati dan menjadi pendengar yang baik untuk penulis. Ucapan terima kasih turut penulis sampaikan kepada teman-teman seperbimbingan, teman-teman Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen Angkatan 59, serta seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis terbuka atas kritikan dan saran untuk perbaikan di masa depan. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perilaku konsumen dan pengembangan generasi z.

Bogor, Oktober 2026

Amalia Putri Khalidah



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	6
2.2 Teori Perilaku Konsumtif	7
2.3 Religiositas	7
2.4 <i>Financial Literacy</i>	8
2.5 <i>Peer Influence</i>	9
2.6 <i>Self-Control</i>	9
2.7 Generasi Z	10
2.8 Pengaruh Religiositas terhadap <i>Self-Control</i>	11
2.9 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap <i>Self-Control</i>	11
2.10 Pengaruh <i>Peer Influence</i> terhadap <i>Self-Control</i>	11
2.11 Pengaruh <i>Self-Control</i> terhadap Perilaku Konsumtif	12
2.12 Pengaruh Religiositas terhadap Perilaku Konsumtif	12
2.13 Pengaruh <i>Financial Literacy</i> terhadap Perilaku Konsumtif	13
2.14 Pengaruh <i>Peer Influence</i> terhadap Perilaku Konsumtif	13
2.15 Pengaruh Tidak Langsung	13
2.16 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	16
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	16
3.2 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	16
3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	16
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	19
3.5 Variabel dan Pengukuran	21
3.6 Pengolahan dan Analisis Data	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Hasil	26
4.2 Pembahasan	40
4.3 Kontribusi Teori Penelitian	45
4.4 Implikasi Edukasi Konsumen	45
4.5 Keterbatasan Penelitian	46
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

1	Variabel, skala, dan kategori data	17
2	Definisi operasional	20
3	Variabel, kode, indikator	22
4	Hasil reliabilitas uji coba kuesioner	24
5	Tujuan dan analisis data	24
6	Sebaran responden berdasarkan karakteristik	26
7	Sebaran perilaku pembelian	27
8	Sebaran responden berdasarkan indikator religiositas	29
9	Sebaran responden berdasarkan kategori religiositas	30
10	Sebaran responden berdasarkan indikator <i>financial literacy</i>	31
11	Sebaran responden berdasarkan kategori <i>financial literacy</i>	32
12	Sebaran responden berdasarkan indikator <i>peer influence</i>	32
13	Sebaran responden berdasarkan kategori <i>peer influence</i>	33
14	Sebaran responden berdasarkan indikator <i>self-control</i>	33
15	Sebaran responden berdasarkan kategori <i>self-control</i>	34
16	Sebaran responden berdasarkan indikator perilaku konsumtif	34
17	Sebaran responden berdasarkan kategori perilaku konsumtif	35
18	Koefisien korelasi karakteristik responden dengan variabel penelitian	36
19	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>Average Variance Extracted</i>	38
20	Hasil analisis model <i>structural R-Square</i>	38
21	Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh langsung	39
22	Nilai <i>path coefficient</i> pengaruh tidak langsung	40
23	Hasil dekomposisi pengaruh langsung, tidak langsung, dan total	40

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka Pemikiran Konseptual	14
2	Model <i>Hybrid SEM</i>	25
3	Nilai <i>loading factor</i> dari hasil outer model awal	37
4	Nilai <i>loading factor</i> dari hasil model akhir	37