

Perilaku Keuangan, *Mental Accounting* dan Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z (Survei pada Mahasiswa Generasi Z di Provinsi Jawa Barat)

Nudiya Syahidurrohim*, Gista Rismayani, Intan Rahayu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya, Tasikmalaya

Alamat Email koresponden: nudiyasydrr@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh perilaku keuangan, *mental accounting*, digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup mahasiswa pada generasi Z di Jawa Barat. Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah seluruh mahasiswa di Provinsi Jawa Barat pada generasi Z. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup, dan digitalisasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup. Adapun yang menjadi keterbaruan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yang berbeda dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel *mental accounting*, dan digitalisasi ekonomi pada mahasiswa generasi Z, serta populasi dan sampel yang digunakan berbeda dimana populasi dan sampel yang digunakan ada keterbaruan, lebih luas, dan terfokus pada generasi Z.

Kata kunci: Perilaku Keuangan, *Mental Accounting*, Digitalisasi Ekonomi dan Gaya Hidup.

PENDAHULUAN

Mahasiswa pada dasarnya sudah memiliki tujuan keuangan yang ingin dicapai dan mengetahui cara agar mencapai tujuan keuangan tersebut. Karena hal tersebut mahasiswa juga diharapkan dapat mengelola keuangan pribadinya dengan bijak. Kebanyakan mahasiswa sudah diberi kepercayaan oleh orang tua mereka dalam mengatur keuangannya sendiri, dan diberi kebebasan yang lebih luas untuk membuat keputusan belanja dan konsumsi mereka sendiri, karena dirasa mereka akan lebih mengetahui kebutuhan apa saja yang diperlukan (Mulyadi, et al., 2022). Namun, tidak jarang dari mereka yang memanfaatkan kesempatan tersebut dengan menyalahgunakan hanya untuk keinginan semata seperti membeli banyak baju hanya untuk memenuhi gaya hidup. Perilaku kurang bijak ini sangat disayangkan, padahal mahasiswa sebagai kaum intelektual diharapkan bisa lebih bijak dalam mengatur keuangan dan memilih gaya hidupnya (Nur, et al., 2021)

Digitalisasi ekonomi ini menyebabkan gaya hidup konsumtif meningkat khususnya pada Generasi Z, gaya hidup ini dipengaruhi karena karakter Generasi Z yang menginginkan serba simpel dan mudah kemudian didukung dengan adanya digitalisasi ekonomi sehingga membuat lebih efisien dan praktis dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti transaksi belanja online (Kumala & Mutia, 2020). Semakin mudahnya fasilitas tersebut dapat menyebabkan generasi Z mudah terpengaruh dan mudah melakukan pembelian dengan mengutamakan keinginan semata tanpa berpikir panjang. Oleh karena itu, Generasi Z kesulitan dalam mengontrol diri untuk menghindari pembelian yang berlebihan tersebut.

Berdasarkan laporan *East Ventures-Digital Competitiveness* (EV-DCI) tahun 2023 yang diluncurkan oleh perusahaan modal ventura *East Ventures* perkembangan digitalisasi di Jawa Barat terhitung cukup pesat. Jawa Barat masuk kedalam posisi kedua dengan skor daya saing digital (EV-

DCI) sebesar 62,2 dari skor 100. Proses digitalisasi ini terjadi diberbagai bidang kehidupan salah satunya yaitu dalam bidang ekonomi. Bahkan pemerintahan Provinsi Jawa Barat telah menjadikan digitalisasi sebagai salah satu prioritas pembangunan. Namun, dari proses digitalisasi di bidang ekonomi tersebut terdapat tantangan yang harus dihadapi seperti kemudahan dalam berbelanja online sehingga meningkatkan konsumsi masyarakat meningkat (Septiyadi, 2023). Perkembangan digitalisasi yang pesat ini menjadi alasan dipilihnya Jawa Barat sebagai lokasi penelitian, karena penggunaan digitalisasi ekonomi yang tinggi dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Menurut Nur, et al. (2021) gaya hidup seseorang dipengaruhi dari tingkat konsumsi mereka sendiri, diketahui gaya hidup dapat menjadi faktor yang mempengaruhi konsumsi, tingkat konsumsi yang tinggi terjadi karena mahasiswa masih belum mampu mengatur gaya hidup dan pola hidupnya sendiri. Hal ini pula didukung dengan penelitian Rismayani & Oktapiani (2020) bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sangat dipengaruhi oleh gaya hidup. Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari cara seseorang dalam melakukan tindakan, memanfaatkan waktu dan berbagai bentuk lainnya yang dilakukan untuk pengelolaan diri, salah satunya yaitu cara seseorang dalam mengelola keuangannya sendiri. Gaya hidup seseorang juga dapat ditentukan dari lingkungan sosial tempat mereka tinggal, kemudian keinginan keinginan yang bersifat kebutuhan sekunder (Nirmala, et al., 2020). Mahasiswa cenderung ingin menampilkan gaya hidup yang mewah untuk mendapatkan prestise dikalangan teman temannya atau sekedar untuk memuaskan perhatian lingkungan sekitarnya sehingga dapat menyebabkan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif (Cristanti, et al., 2021).

Berdasarkan data kementerian kominfo dalam laporan survei status literasi digital di Indonesia 2022, mayoritas responden Gen Z (35%) dan Gen Y (26%) menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari. Sementara yang mengakses internet lebih dari 6 jam per hari di kelompok Gen X dan Boomers lebih sedikit, yakni hanya 19%. Menariknya, mereka menggunakan Internet bukan hanya untuk berkomunikasi atau mengkonsumsi konten, tapi juga melakukan transaksi. Misalnya, berbelanja produk fashion, makanan, atau produk lainnya yang mereka butuhkan. Kebiasaan generasi Z berbelanja secara online menimbulkan banyak dampak positif dan negatif, tergantung dari sudut pandang efektivitasnya. Namun dibalik dampak baiknya, ada banyak dampak buruk yang harus diwaspadai. Kemudahan dalam bertransaksi lewat dunia maya bisa menyebabkan generasi Z menjadi lebih konsumtif.

Dilihat dari fenomena yang terjadi saat ini adalah mahasiswa yang dianggap memiliki pemahaman yang baik akan pengetahuan keuangan justru sering bias dalam mengambil keputusan sehingga menyebabkan gaya hidup yang konsumtif. Gaya hidup ini menjadi salah satu permasalahan dimana mahasiswa pada Generasi Z memilih gaya hidup mewah hanya untuk mendapat validasi dari lingkungan atau seseorang. Kehidupan mahasiswa dengan gaya hidup konsumtifnya ini pasti memiliki beberapa faktor penyebab, salah satunya yaitu dari perilaku keuangan, *mental accounting* dan digitalisasi ekonomi yang terjadi (Amelia, et al., 2023).

Menurut Suryanto (2017) perilaku keuangan adalah suatu cara yang dilakukan setiap orang untuk memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber keuangan yang dimilikinya. Seseorang yang memiliki tanggung jawab pada perilaku keuangannya akan menggunakan uang secara efektif dengan melakukan penganggaran, menyimpan uang dan mengontrol pengeluaran, melakukan investasi, dan membayar hutang tepat waktu. Hilgert, Holgart dan Beverly (2003, dalam Suryanto, 2017) menyatakan bahwa perilaku keuangan seseorang akan terlihat baik ketika seseorang mampu mengelola uang kas, mengelola utang, tabungan dan pengeluaran-pengeluaran lainnya. Penelitian tentang pola perilaku keuangan mahasiswa di perguruan tinggi menyimpulkan bahwa mahasiswa tidak pernah membuat anggaran pengeluaran maupun catatan pengeluaran secara rutin sehingga sering mengalami defisit (Suryanto, 2017). Dalam hal ini mahasiswa cenderung tidak memahami bagaimana memperlakukan dan mengelola keuangan dengan baik sehingga menimbulkan gaya hidup yang kurang bijak terhadap keuangannya (Mulyadi, et al., 2022).

Mental Accounting merupakan suatu rangkaian operasi kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk mengkode, membuat kategori, dan mengevaluasi aktivitas finansialnya. Pada dasarnya *mental accounting* dapat memberikan manfaat untuk memudahkan kita dalam mengelola keuangan dengan cara mengalokasikan uang untuk pos tabungan, investasi, dan sedekah. Namun, pengelompokan seperti itu

mempunyai profitabilitas yang dapat menyebabkan keputusan dan perilaku belanja yang irasional. Penyebab dari keputusan keuangan yang irasional adalah kecenderungan seseorang merasakan dan mengelompokkan secara berbeda tergantung dari mana sumbernya (Sari, 2017). *Mental accounting* merujuk pada perilaku atau cara berpikir seseorang yang mempunyai kecenderungan untuk mengelompokkan dan memperlakukan uang secara berbeda beda antara lain tergantung dari mana uang tersebut berasal. Misalnya uang yang berasal dari hasil kerja (harian/bulanan) akan diperlakukan berbeda dengan uang yang dihasilkan dari bonus, hadiah, tunjangan khusus atau pendapatan ekstra lainnya. Pendapatan yang berasal dari bonus atau pendapatan ekstra sering dianggap sebagai “uang mudah/rejeki”, sehingga dengan mudah pula untuk membelajakannya atau berperilaku konsumtif (Rohmawati & Widjatkiko, 2023).

Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2017) tentang Perilaku *Mental Accounting* pada Mahasiswa dalam mengelola keuangannya menunjukkan bahwa terdapat *mental accounting* pada mahasiswa mengenai bagaimana mereka mengatur, mengambil keputusan, dan mengevaluasi keuangannya. *Mental accounting* yang terjadi dapat membawa mahasiswa kedalam gaya hidup yang konsumtif.

Digitalisasi ekonomi merupakan kegiatan perekonomian berbasis teknologi digital yang memanfaatkan penggunaan internet, digitalisasi ekonomi ini mampu memberikan kemudahan serta mampu membentuk jaringan pemasaran yang lebih luas (Don Tapscott, 1995). Dengan adanya digitalisasi ekonomi memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi, sehingga tanpa disadari kemudahan tersebut memberi dampak negatif khususnya bagi mahasiswa generasi Z yang memanfaatkan kemudahan tersebut. Kemudahan tersebut disalahgunakan sehingga menyebabkan mereka berperilaku konsumtif. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Muna dan Aenurofik (2023) mengenai pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup generasi Z, dalam penelitian tersebut terbukti bahwa digitalisasi ekonomi memiliki pengaruh terhadap gaya hidup generasi Z. Pesatnya teknologi informasi mengakibatkan perilaku konsumtif meningkat.

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh cara seseorang dalam memperlakukan atau mengelola keuangan yang dimiliki, apabila seseorang dapat memperlakukan uang dengan baik maka akan terhindar dari gaya hidup yang konsumtif. Oleh karena itu, yang menjadi urgensi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang kurang bijak dalam memilih gaya hidup dan menyalahgunakan kepercayaan dari orang tua untuk mengatur keuangan sendiri. Ketika mahasiswa menentukan gaya hidup dipengaruhi oleh beberapa faktor, faktor yang mempengaruhi gaya hidup tersebut dilihat dari cara mahasiswa dalam mengelola keuangan (perilaku keuangan), cara berpikir mahasiswa yang memiliki kecenderungan untuk memperlakukan uang secara berbeda tergantung dari mana sumbernya (*mental accounting*), serta penggunaan digitalisasi ekonomi yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan dari gaya hidup tersebut nantinya dapat menyebabkan krisis keuangan pada mahasiswa terutama pada Generasi Z.

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian Kusnandar, et al. (2022) dan Amelia, et al. (2023) adapun yang menjadi keterbaruan dalam penelitian ini adalah objek penelitian yang berbeda dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel *mental accounting*, dan digitalisasi ekonomi pada mahasiswa generasi Z, serta populasi dan sampel yang digunakan berbeda dimana populasi dan sampel yang digunakan ada keterbaruan, lebih luas, dan terfokus pada generasi Z.

TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Ajzen (1991, dalam Sari, 2017) mengusulkan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) atau Teori Perilaku Rencana merupakan faktor tambahan yang dapat menentukan perilaku dari individu dalam perilaku kontrol yang dirasakan. Perilaku kontrol yang dirasakan adalah persepsi individu pada betapa mudah atau tidaknya perilaku tertentu akan dilakukan. *Theory of Planned Behaviour* (TPB) ini menggunakan tiga konstruk sebagai anteseden dari intensi, yaitu sikap kita terhadap perilaku tertentu, norma subjektif, dan persepsi kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu perilaku.

Keterkaitan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dengan penelitian ini adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) menjelaskan adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan oleh individu. Individu juga didasarkan pada pengaruh lingkungan sekitar dan faktor-faktor lainnya yang menjadi pendukung atau penghambat persepsi atas perilaku tertentu. Jadi, niat seseorang untuk berperilaku dalam sebuah penentuan keuangan (*a financial setting*) dipengaruhi faktor pendukung atau penghambat. Hal tersebut juga dapat dipengaruhi karena pengalaman perilaku seseorang serta faktor-faktor yang mendukung atau menghambat persepsi seseorang mengenai perilaku dalam menentukan keuangannya.

Theory Prospect

Thaler mengembangkan teori prospek berdasarkan konsep *psikological account* yang diperkenalkan oleh Kahneman dan Tversky (1979) melalui teori prospek. Teori tersebut mengintegrasikan variabel psikologis ke dalam pengambilan keputusan keuangan dengan menggunakan konsep *psikological account* yang menjelaskan bagaimana hasil (*outcome*) di evaluasi secara bersama-sama atau terpisah (Suratman, 2013).

Teori prospek ini saling berkaitan dengan penelitian yang diajukan dimana *mental accounting* memiliki kecenderungan untuk memisahkan uangnya ke dalam rekening berbeda berdasarkan berbagai kriteria subjektif, seperti berdasarkan sumber uang dan tujuan dari setiap rekening. Menurut teori ini, individu memberikan fungsi yang berbeda pada setiap kelompok aset, yang sering memiliki pengaruh tidak rasional kemudian merugikan pada setiap keputusan konsumsi dan perilaku lainnya (Sari, 2017).

Perilaku Keuangan

Menurut Suriani (2022) perilaku keuangan (*Financial Behavior*) dapat dikategorikan sebagai ilmu keuangan yang didalamnya membahas mengenai ilmu psikologi dan sosiologi dalam sebuah ilmu fundamental. Perilaku keuangan ini menggabungkan antara teori ekonomi dengan teori psikologi dan sosiologi yang digunakan dalam membuat suatu keputusan yang mencakup ilmu keuangan.

Mental Accounting

Mental accounting membahas tentang perilaku seseorang ataupun badan dalam bidang keuangan. Gupta dan Hee (2010) mengartikan *mental accounting* sebagai teori yang memperlihatkan perilaku keuangan seseorang yang berhubungan dengan lebih dari satu pengeluaran. Dengan kata lain, seseorang akan mempertimbangkan banyak faktor yang melekat dalam pengambilan keputusan keuangannya. Thaler (2008) menjelaskan bahwa *mental accounting* merupakan model baru dari perilaku konsumen yang dibangun dengan menggunakan psikologi kognitif dan mikro ekonomi. Model ini diuji dalam beberapa skenario yang sebenarnya memiliki kesamaan namun dapat memberikan dampak perilaku yang berbeda (Luhsasi & Sadjiarto, 2018).

Mental accounting erat kaitannya dengan pengelompokan pos-pos kebutuhan. Thaler (1990) mengatakan bahwa *mental accounting* adalah satu set operasi kognitif yang digunakan oleh individu ataupun rumah tangga guna mengorganisasi, mengevaluasi, dan tetap dalam jalur aktivitas keuangan yang semestinya. Artinya, setiap orang akan melakukan organisasi, evaluasi dan mengelompokkan kebutuhan sesuai dengan aktivitas keuangannya. Berdasarkan dengan beberapa pengertian sebelumnya, penelitian ini mengartikan *mental accounting* sebagai operasi kognitif seseorang yang dapat mengorganisasi, mengevaluasi dan mengelompokkan kebutuhan sesuai kebutuhan. Friendline, et al. (2012) mengatakan bahwa pengelompokkan kebutuhan sudah dimulai dari usia anak-anak yang terlihat dari memiliki rekening tabungan. Tabungan tersebut digunakan untuk tujuan tertentu. Misalnya, seseorang menabung untuk membeli rumah. Dengan menabung, kebutuhan tertentu dapat dipenuhi. Adanya pos-pos kebutuhan dapat membantu setiap orang untuk menata keuangannya. Oleh karena itu, *mental accounting* dapat melihat perilaku keuangan pribadi supaya tidak terkena bias yang dapat merugikan orang tersebut (Rohmawati & Widjatmiko, 2023).

Digitalisasi Ekonomi

Menurut ahli, Don Tapscott (1995), digitalisasi ekonomi merupakan kegiatan transaksi perekonomian yang berbasis teknologi digital internet. Ekonomi digital ini mampu membentuk jaringan pemasaran lebih luas dibandingkan secara konvensional. Namun menurut Maharani & Ulum (2019), dalam mempromosikan produk produsen memiliki tantangan tersendiri dalam menjalaninya. Salah satunya disampaikan oleh Latifah (2019), perekonomian digital ini mengubah pola bisnis. Semula diperdagangkan secara manual sekarang serba otomatis.

Konsep digitalisasi ekonomi sebagaimana dikutip oleh emi Suwarni merupakan sebuah ekonomi dan sosiopolitik yang memiliki karakteristik seperti ruang intelijen yang terdiri dari informasi, banyaknya akses dalam kapasitas komunikasi, dan instrument informasi, serta pemrosesan informasi. Pertama kali digitalisasi ekonomi adalah industri TIK, kegiatan *e-commerce*, pendistribusian barang dan jasa (Ismeirita, 2023).

Gaya Hidup

Menurut Sugihartati (2010) gaya hidup merupakan cara hidup yang meliputi kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, khususnya perlengkapan untuk hidup. Gaya hidup juga merupakan cara bagaimana seseorang hidup, seperti bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya dan lainnya (Kanserina, 2015).

Sunarto (2003) gaya hidup merupakan pola kehidupan seseorang, untuk memahami kekuatan-kekuatan ini diukur dengan dimensi AIO (*activity, interest, opinion*). Aktivitas meliputi pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial, minat meliputi makanan, mode, keluarga, rekreasi dan pendapat tentang diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk.

Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H1 : Perilaku Keuangan berpengaruh terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z.

Perilaku keuangan berperan sebagai kemampuan individu dalam mengatur perencanaan harian, penganggaran, audit, manajemen, kontrol, penelitian dan penyimpanan dana keuangan sehingga sangat memungkinkan perilaku keuangan ini berpengaruh terhadap gaya hidup seseorang terutama pada mahasiswa generasi Z karena gaya hidup sebagai pola kehidupan individu di dunia yang diekspresikan melalui aktivitas, kebutuhan, dan pandangan. Sehingga, perilaku keuangan ini secara nyata dapat mempengaruhi perubahan yang terjadi pada gaya hidup yang dijalankan mahasiswa generasi Z. Keterkaitan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dengan perilaku keuangan adalah adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan. Hal ini didasarkan karena adanya faktor pendukung atau faktor penghambat dalam melakukan perilaku tersebut. Perilaku keuangan sebagai penentuan keuangan seseorang menjadi faktor pendukung bagi seseorang untuk menentukan sikap terhadap pola kehidupannya. Sebagai contoh seseorang yang memiliki pengelolaan keuangan baik menjadi faktor pendukung bagi seseorang untuk memilih gaya hidup yang bijak.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Amelia, et al. (2023) yang menyatakan bahwa Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan pada Mahasiswa, dimana pengaruh tersebut didapatkan dari Kegiatan (*Activity*), Minat (*Interest*) dan Opini (*Opinion*) yang dimiliki oleh mahasiswa sebagai responden, mahasiswa mempunyai kegiatan, minat serta opini yang positif mengenai gaya hidup mereka dengan mempertimbangkan beberapa hal sebelum mengambil keputusan saat melakukan pembelian, responden tidak memiliki gaya hidup yang berlebihan. Nurul Saufa Azizah (2020) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa terdapat hubungan antara perilaku keuangan dan gaya hidup, semakin baik perilaku seseorang dalam pengelolaan keuangannya maka gaya hidup yang dijalani akan semakin benar dan tepat.

H2 : *Mental Accounting* berpengaruh terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z.

Mental accounting meliputi perilaku atau cara berpikir seseorang yang memiliki cenderung untuk mengelompokkan serta memperlakukan uang secara berbeda tergantung dari siapa atau bagaimana uang tersebut diperoleh, seperti uang yang didapat dari hasil kerja baik harian, mingguan bahkan bulanan akan digunakan berbeda dengan uang yang diperoleh dari undian, hadiah, bonus bahkan tunjangan. Hal ini tentunya cukup berpengaruh terhadap seseorang untuk melakukan gaya hidup yang tidak tepat karena seseorang memperlakukan dan mengelompokkan pendapatan mereka secara berbeda-beda tergantung dari mana sumbernya. Sehingga besar kemungkinan seseorang yang mendapatkan uang dengan mudah akan berperilaku semena-mena dan mempengaruhi gaya hidupnya (Sari, 2017). Keterkaitan *Theory Prospect* dengan *mental accounting* adalah proses pengambilan keputusan yang kadang kala tidak masuk akal serta hal yang melatarbelakangi individu dalam mengambil keputusan. *Mental accounting* yang rasional mengarah pada pengelompokan uang kedalam pos-pos kebutuhan sedangkan *mental accounting* irrasional mengarah pada kecenderungan membedakan uang berdasarkan sumber perolehan. *Mental accounting* yang rasional akan mempengaruhi gaya hidup menjadi baik dan *mental accounting* yang irrasional akan mempengaruhi gaya hidup menjadi buruk.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusnandar, et al. (2022) yang menyatakan bahwa *mental accounting* dan gaya hidup ditemukan memiliki efek atau pengaruh satu sama lain. Akibatnya semakin rendah standar hidup atau gaya hidup seseorang, semakin tinggi *mental accounting*. *Mental accounting* digunakan sebagai alat pengendali keuangan dimana mencegah uang digunakan untuk konsumsi atau pengeluaran yang berlebihan karena uang tersebut telah dikelompokkan ke dalam pos-pos tertentu.

H3 : Digitalisasi Ekonomi berpengaruh terhadap Gaya Hidup Mahasiswa pada Generasi Z.

Digitalisasi ekonomi merupakan kegiatan perekonomian berbasis teknologi digital yang memanfaatkan penggunaan internet, digitalisasi ekonomi ini mampu memberikan kemudahan serta mampu membentuk jaringan pemasaran yang lebih luas (Don Tapscott, 1995). Digitalisasi ekonomi memberikan kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi, sehingga tanpa disadari kemudahan tersebut memberi dampak negatif khususnya bagi mahasiswa generasi Z yang memanfaatkan kemudahan tersebut. Kemudahan tersebut disalahgunakan sehingga menyebabkan mereka berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini nantinya akan membawa gaya hidup mahasiswa yang kurang bijak, karena mereka lebih mengutamakan keinginan dan mengikuti trend terbaru. Keterkaitan *Theory of Planned Behaviour* (TPB) dengan digitalisasi ekonomi adalah adanya niat untuk berperilaku dapat menimbulkan perilaku yang ditampilkan. Hal ini didasarkan karena adanya faktor pendukung atau faktor penghambat dalam melakukan perilaku tersebut. Penggunaan digitalisasi ekonomi menjadi faktor pendukung bagi seseorang dalam menentukan sikap terhadap pola kehidupannya. Sebagai contoh kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti transaksi digital dan belanja online dapat mempengaruhi seseorang memiliki konsumsi berlebih dan menyebabkan individu memiliki gaya hidup konsumtif.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muna dan Aenurofik (2023) yang menyatakan bahwa dengan adanya digitalisasi ekonomi menyebabkan bertambahnya sifat konsumtif khususnya pada generasi Z, perkembangan digitalisasi ekonomi yang pesat ini memengaruhi gaya hidup mahasiswa generasi Z karena dengan adanya kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti belanja online dan transaksi online dinilai lebih efisien. Selain itu, dari kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi menyebabkan mahasiswa generasi Z lebih mengutamakan keinginan semata dibandingkan kebutuhan mereka kemudian dipengaruhi oleh trend terbaru dari media sosial sehingga mengikuti *trend* terbaru menjadi prioritas utama mereka.

METODE

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner mengenai Perilaku Keuangan, *Mental Accounting*, Digitalisasi Ekonomi dan gaya hidup mahasiswa pada generasi Z. Sumber data berasal dari responden yang telah ditetapkan sebagai sampel. Data ini dikumpulkan dengan tujuan menyelesaikan masalah penelitian secara khusus. Adapun sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik

pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Adapun pendekatan yang digunakan dalam metode *Nonprobability Sampling* ini yaitu menggunakan Purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel yang didasarkan pada pertimbangan peneliti mengenai sampel mana yang sesuai dan dianggap dapat mewakili suatu populasi (*representatif*). Untuk penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan rumus Lemeshow (Kuncoro, 2013:140). Berikut rumus Lemeshow :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50%/0.5

d = alpha (0.10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel yang diteliti adalah sebagai berikut :

$$= \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 0.5 (1 - 0.5)}{0.5^2}$$

$$n = 96,04 \cong 96$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Lemeshow maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 96 responden yang akan dibulatkan oleh peneliti menjadi 100 responden. Adapun alasan peneliti menggunakan rumus Lemeshow adalah jumlah populasi yang dituju terlalu besar dan jumlah yang berubah-ubah.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner, kuesioner akan disebar ke mahasiswa generasi Z di Jawa Barat. Dari jumlah sampel yang akan diteliti maka terdapat beberapa kriteria dalam pemilihan sampel, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Kriteria Sampel

No	Kriteria Sampel
1	Mahasiswa Generasi Z (berusia 12 – 27 tahun)
2	Lokasi Perguruan Tinggi di Jawa Barat

Dalam kriteria sampel dipilih mahasiswa generasi Z yang artinya responden harus merupakan mahasiswa kelahiran tahun 1997 sampai tahun 2012 atau pada saat ini berusia 12 tahun sampai 27 tahun, dikarenakan survei dilakukan di Provinsi Jawa Barat maka dari itu perguruan tinggi yang dipilih dalam sampel ini ialah perguruan tinggi yang berlokasi di Jawa Barat.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Analisis Regresi Linear Berganda adalah model regresi linear yang mencakup beberapa variabel independent. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dan juga menunjukkan arah hubungan antar variabel terikat dan bebas (Ghozali, 2016). Regresi linear berganda yang ditetapkan adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Gaya Hidup

A = Konstanta

b1, b2, b3 = Koefisien regresi

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = *Mental Accounting*

X3 = Digitalisasi Ekonomi

e = Error, variabel gangguan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner, karakter responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu, berdasarkan lokasi perguruan tinggi dan usia responden. Dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 2. Karakteristik berdasarkan lokasi perguruan tinggi

Nama Perguruan Tinggi	Kota/Kabupaten	Jumlah	Presentase
IAI Persis Bandung	Kab. Bandung	17	16%
Sekolah Tinggi Hukum Bandung	Kab. Bandung	1	1%
UIN Sunan Gunung Djati Bandung	Kab. Bandung	2	2%
Politeknik Negeri Bandung	Kab. Bandung Barat	1	1%
Universitas Pelita Bangsa	Kab. Bekasi	1	1%
IPB University	Kab. Bogor	1	1%
UIKA BOGOR	Kab. Bogor	1	1%
Universitas Galuh	Kab. Ciamis	1	1%
Universitas Suryakencana	Kab. Cianjur	1	1%
Mh Thamrin	Kab. Cirebon	1	1%
Universitas Muhammadiyah Cirebon	Kab. Cirebon	4	4%
Universitas Garut	Kab. Garut	3	3%
Universitas Wiralodra	Kab. Indramayu	1	1%
Universitas Buana Perjuangan Karawang	Kab. Karawang	1	1%
Universitas Kuningan	Kab. Kuningan	1	1%
Universitas YPBI Majalengka	Kab. Majalengka	1	1%
STIE Wibawa Karta Raharja	Kab. Purwakarta	1	1%
Universitas Subang	Kab. Subang	1	1%
STISIS Widyapuri Mandiri	Kab. Sukabumi	1	1%
Telkom Universty	Kab. Sumedang	2	2%
Universitas Padjadjaran	Kab. Sumedang	5	5%
UPI Bandung	Kota Bandung	4	4%
Universitas Muhammadiyah Bandung	Kota Bandung	1	1%
Lp3i	Kota Bandung	1	1%
Politeknik TEDC Bandung	Kota Bandung	1	1%
Politeknik Piksi Ganesha	Kota Bandung	1	1%
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia	Kota Bandung	2	2%
Universitas Terbuka	Kota Bandung	1	1%
UNISBA	Kota Bandung	1	1%
ITB	Kota Bandung	1	1%
STIT Muhammadiyah Banjar	Kota Banjar	1	1%
STKIP Kusuma Negara	Kota Bekasi	1	1%
Universitas ibn khaldun bogor	Kota Bogor	3	3%
Universitas Bina Sarana Informatika	Kota Bogor	1	1%
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi	Kota Cimahi	1	1%
IKIP Siliwangi	Kota Cimahi	2	2%
STAI Siliwangi Bandunh	Kota Cimahi	1	1%
Universitas Jenderal Achmad Yani	Kota Cimahi	2	2%
IAIN Syekh Nurjati Cirebon	Kota Cirebon	1	1%
Universitas Indonesia	Kota Depok	1	1%
Universitas Nusa Putra	Kota Sukabumi	1	1%
UPI Tasikmalaya	Kota Tasikmalaya	1	1%
Universitas Perjuangan	Kota Tasikmalaya	26	25%
Universitas Siliwangi	Kota Tasikmalaya	2	2%
Total		105	100%

Sumber : Data diolah

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
12 – 16 tahun	0	0,0%
17 – 21 tahun	42	40%
22 – 27 tahun	62	60%
Jumlah	105	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan hasil uji kualitas data dan uji asumsi klasik disimpulkan bahwa model regresi yang dipakai dalam penelitian ini telah memenuhi syarat dan layak untuk dilakukan analisis regresi linear berganda. Maka dari itu diperoleh dihasil sebagai berikut :

Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	33.635	6.890		4.882	.000
Perilaku Keuangan	-.191	.131	-.153	-1.462	.147
Mental Accounting	-.483	.176	-.287	-2.745	.007
Digitalisasi Ekonomi	.200	.093	.194	2.144	.034

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 3. maka persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 33.635 - 0,191) X1 - 0,483) X2 + 0,200 X3$ sehingga nilai dalam persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa konstanta dalam persamaan diatas adalah sebesar 33,635 menunjukan jika variabel perilaku keuangan (X1), *mental accounting* (X2), dan digitalisasi ekonomi (X3) tidak ada atau bernilai nol, maka gaya hidup sebesar 33,635. Kemudian koefisien regresi perilaku keuangan (X1) yaitu -0,191, artinya jika perilaku keuangan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan menurunkan gaya hidup sebesar 0,191 begitupun sebaliknya. Koefisien regresi *mental accounting* (X2) yaitu -0,483, artinya jika *mental accounting* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan menurunkan gaya hidup sebesar 0,483 begitupun sebaliknya. Koefisien regresi digitalisasi ekonomi (X3) yaitu 0,200, artinya jika digitalisasi ekonomi mengalami peningkatan sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan gaya hidup sebesar 0,200 begitupun sebaliknya.

Nilai koefisien korelasi (R) digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel atau lebih. Arah ditandai dengan hubungan positif dan negatif, dan kekuatan hubungan ditandai dengan besarnya koefisien korelasi. Sedangkan koefisien determinasi berguna untuk menghitung seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada pada antara nol dan satu. Jika nilai *Adjusted R Square* tinggi atau mendekati satu maka kemampuan yang dimiliki variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen mampu memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk menduga variasi variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.154	5.428

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 4. tingkat hubungan variabel perilaku keuangan (X1), *mental accounting* (X2), digitalisasi ekonomi (X3) dan gaya hidup (Y) yaitu 0,423 . Dengan demikian hubungan antara perilaku

keuangan, *mental accounting*, digitalisasi ekonomi dan gaya hidup berada pada rentang nilai 0,40 – 0,599. maka variabel-variabel yang di uji memiliki tingkat hubungan sedang dan memiliki pengaruh positif. Sedangkan hasil koefisien determinasi, besar *Adjusted R Square* yaitu 0,154. Dengan begitu hasil uji statistik variabel perilaku keuangan, *mental accounting* dan digitalisasi ekonomi (variabel bebas) terhadap gaya hidup (variabel terikat) memiliki pengaruh sebesar 15,4%. Sisanya sebesar 84,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Uji t digunakan untuk melakukan uji signifikansi dari setiap variabel independennya. Kriteria pengujian untuk menjelaskan pengaruh antara masing-masing variabel yaitu apabila signifikan $t < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak dan jika nilai signifikan $t > 0,05$ maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berikut hasil uji t :

**Tabel 6. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients			
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	33.635		4.882	.000	
	Perilaku Keuangan	-.191	.131	-.153	-1.462	.147
	Mental Accounting	-.483	.176	-.287	-2.745	.007
	Digitalisasi Ekonomi	.200	.093	.194	2.144	.034

a. Dependent Variable : Gaya Hidup

Sumber : Data diolah

Hasil pengujian hipotesis perilaku keuangan memperoleh nilai sig. 0,147 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh terhadap gaya hidup. Kemudian pengujian hipotesis *mental accounting* memperoleh nilai sig. 0,007 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *mental accounting* tidak berpengaruh terhadap gaya hidup. Pengujian hipotesis digitalisasi ekonomi memperoleh nilai sig. 0,034 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa digitalisasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa hasil analisis dari penelitian terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu dijelaskan sebagai berikut :

1. Perilaku Keuangan terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian menunjukan bahwa perilaku keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z. Perilaku keuangan sendiri merupakan sebuah pendekatan yang menjelaskan bagaimana manusia berhubungan dengan keuangan dan dipengaruhi oleh faktor psikologis. Hubungan manusia dengan keuangan ini dapat meliputi bagaimana seseorang memperlakukan dan mengatur keuangannya. Dalam penelitian ini perilaku keuangan pada mahasiswa khususnya generasi Z tidak berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa, yang artinya baik atau buruknya mahasiswa dalam mengelola dan mengatur keuangannya sendiri, serta mampu atau tidaknya mahasiswa membedakan mana kebutuhan dan keinginan semata tidak dapat menjamin seseorang memiliki gaya hidup yang kurang bijak, sehingga perilaku keuangan ini tidak berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z. Kebanyakan mahasiswa mampu mengatur bagaimana pola kehidupan atau gaya hidup yang sesuai dengan keuangan yang dimiliki, sehingga perilaku keuangan ini tidak mampu mempengaruhi gaya hidup seseorang (Sari, & Widodoatmodjo, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Sari & Widodoatmodjo, (2023) menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku keuangan, karena tinggi rendahnya gaya hidup seseorang tidak menjamin baik atau buruknya pengelolaan keuangannya. Faktor pendukung individu dalam membatasi gaya hidup dapat disebabkan karena faktor internal maupun eksternal, individu

dapat memenuhi kebutuhan primer terlebih dahulu agar dapat mengelola keuangannya dengan baik. Penelitian ini didukung juga oleh Widyakto, et al. (2022) mengemukakan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa, gaya hidup konsumsi yang tinggi tidak mampu mempengaruhi seseorang memiliki perilaku keuangan yang buruk begitupun sebaliknya gaya hidup konsumsi sederhana tidak mampu mempengaruhi seseorang memiliki perilaku keuangan yang baik. Perilaku keuangan ini tidak dapat mempengaruhi gaya hidup karena gaya hidup yang kurang bijak disebabkan oleh terbiasanya seseorang dengan adanya digitalisasi ekonomi sehingga mempermudah seseorang untuk melakukan transaksi, dan konsumsi belanja menjadi tinggi.

2. *Mental Accounting* terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian menunjukan bahwa *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z. Hal ini terjadi karena cara berpikir seseorang cenderung untuk mengelompokkan serta memperlakukan uang secara berbeda tergantung dari mana sumber uang didapat. Penelitian ini menunjukan bahwa sebesar 60,7% orang menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui tentang konsep *mental accounting*, sisanya sebesar 39,3% mengetahui tentang konsep *mental accounting*, dari hasil tersebut disimpulkan bahwa mahasiswa generasi Z tidak secara langsung mengetahui tentang *mental accounting*, namun dalam kehidupan sehari-harinya sudah memberlakukan perilaku *mental accounting*. Perilaku *mental accounting* ini dapat dilihat dari para mahasiswa yang mengelompokkan uang ke dalam pos-pos tertentu, hal ini tentunya cukup berpengaruh terhadap seseorang untuk memiliki gaya hidup. Seseorang yang mengelompokkan uang ke dalam pos-pos dengan baik besar kemungkinan akan memiliki gaya hidup yang baik pula dan jika seseorang memperlakukan pendapatan mereka secara berbeda tergantung dari mana sumbernya besar kemungkinan akan berperilaku semena-mena terhadap uang tersebut dan nantinya mempengaruhi gaya hidup mereka. Sehingga disimpulkan bahwa *mental accounting* berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z karena *mental accounting* dapat mencegah konsumsi berlebih atau pengeluaran berlebih karena uang telah dipisahkan kedalam pos-pos tertentu sesuai dengan kebutuhan setiap individu (Kusnandar, et al., 2022). *Mental accounting* yang terjadi mengarah pada *mental accounting* rasional dimana mahasiswa generasi Z dapat mengelompokkan uang yang mereka dapat ke dalam pos-pos tertentu sesuai dengan kebutuhan, sehingga semakin baik perilaku *mental accounting* seseorang maka semakin rendah gaya hidup yang dimiliki.

Penelitian yang dilakukan oleh Kusnandar, et al. (2022) menyatakan bahwa *mental accounting* dan gaya hidup memiliki pengaruh satu sama lain, akibatnya semakin rendah standar hidup seseorang semakin tinggi *mental accounting*. *Mental accounting* digunakan sebagai alat pengendali keuangan dimana mencegah uang digunakan untuk konsumsi atau pengeluaran yang berlebihan karena uang tersebut telah dikelompokkan ke dalam pos-pos tertentu.

3. Digitalisasi Ekonomi terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial menunjukan bahwa digitalisasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z. Perkembangan digitalisasi ekonomi yang tampak jelas adalah adanya e-commerce. Hal ini terjadi karena digitalisasi ekonomi mampu memberikan solusi tepat, cepat, efektif dan efisien. Secara tidak langsung digitalisasi ekonomi ini menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif, dimana dengan adanya digitalisasi banyak individu yang merasa kemudahan dalam transaksi ekonomi menyebabkan mereka lebih sering berbelanja, kebanyakan dari mereka juga berbelanja online bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan namun juga untuk mengikuti trend terbaru, atau mengejar potongan harga yang diberi karena dirasa dapat memberi manfaat (Ismeirita, 2023). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi ekonomi berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa, dimana secara tidak langsung para mahasiswa generasi Z sudah memiliki gaya hidup konsumtif, semakin tinggi kegiatan transaksi ekonomi berbasis teknologi digital maka semakin tinggi pula gaya hidup yang dimiliki mahasiswa generasi Z.

Penelitian yang dilakukan oleh Muna dan Aenurofik (2023) yang menyatakan bahwa dengan adanya digitalisasi ekonomi menyebabkan bertambahnya sifat konsumtif khususnya pada generasi Z,

perkembangan digitalisasi ekonomi yang pesat meningkatkan penggunaan aplikasi belanja online. Dari aplikasi belanja online ini secara tidak langsung merubah gaya hidup mahasiswa menjadi lebih konsumtif. Gaya hidup konsumtif mahasiswa generasi Z disebabkan karena dengan adanya kemudahan dalam melakukan kegiatan ekonomi seperti belanja online dan transaksi online menyebabkan generasi Z berperilaku konsumtif secara tidak langsung (Muna dan Aenurofik, 2023).

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan perilaku Keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z di Provinsi Jawa Barat, *mental accounting* berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z di Provinsi Jawa Barat, serta digitalisasi ekonomi berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup mahasiswa generasi Z di Provinsi Jawa Barat.

Adapun untuk dijadikan bahan pertimbangan maka penulis memberikan saran untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memodifikasi penelitian dengan model mediasi dan moderasi yang memiliki pengaruh lebih besar terhadap gaya hidup mahasiswa agar pengetahuan dan pandangan terhadap gaya hidup mahasiswa lebih disadari. Kemudian pentingnya bagi mahasiswa untuk mengelola keuangan dengan baik, menghindari perilaku *mental accounting* yang irrasional, serta memanfaatkan kemajuan teknologi sebaik mungkin untuk menghindari gaya hidup yang kurang bijak. Penelitian ini memiliki peran penting dalam gaya hidup mahasiswa khususnya generasi Z, mahasiswa diharapkan dapat bijak dalam memilih gaya hidupnya dan menghindari gaya hidup kurang bijak seperti gaya hidup konsumtif, mahasiswa juga diharapkan dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dalam bidang ekonomi sebaik mungkin, serta mengelola keuangan pribadi dengan baik.

REFERENSI

- Amalia, R. (2017). Perilaku mental accounting pada mahasiswa. Universitas Airlangga.
- Amelia, C., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Economina*, 2(10), 2842–2859. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.908>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 5, 179–211.
- Cristanti, I. L., Luhsasi, D. I., & Sitorus, D. S. (2021). Pandemi COVID-19: Pengaruh perilaku konsumtif dan mental accounting terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa FKIP UKSW. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 22(1), 128. <https://doi.org/10.29040/jap.v22i1.2690>
- Ismeirita (2023). Dampak digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup generasi Z dan milenial. *Prosiding Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi*, 6, 675–681.
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan aplikasi dompet digital terhadap transaksi retail mahasiswa. *Seminar Nasional Riset dan Teknologi*, 64–69.
- Kusnandar, D. L., Kurniawan, D., & Sahroni, N. (2022). Pengaruh mental accounting dan literasi keuangan pada generasi Z terhadap financial behavior pada masa pandemi COVID-19 dengan dimediasi gaya hidup. *Valid Jurnal Ilmiah*, 19, 97–106.
- Luhsasi, D. I., & Sadjarto, A. (2018). Penerapan mental accounting dalam edukasi pengelolaan keuangan tim basket SWS. *Jurnal Profesi Pendidikan*, 5, 65–75.
- Mulyadi, D. R., Subagio, N., & Riyadi, R. (2022). Kemampuan pengelolaan keuangan mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Mulawarman. *Prosiding Prodi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mulawarman*.
- Muna, N. A., & Aenurofik. (2023). Pengaruh digitalisasi ekonomi terhadap gaya hidup generasi Z. *Jurnal Sahmiyya*, 1(2).

- Nirmala, M., Miftah, M., & Murtatik, S. (2020). Analisis gaya hidup dan literasi keuangan terhadap perilaku mahasiswa dalam cashless society. *KORELASI I (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*.
- Nur, S., & Siswantini, T. (2021). Analisis perilaku keuangan generasi Z pada mahasiswa UPN Veteran Jakarta di masa pandemi. *Jurnal Riset Bisnis*, 5(1).
- Rohmawati, N., & Widjatkiko, A. G. (2023). Penerapan mental accounting pada generasi Z dalam pengelolaan keuangan pribadi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1, 506–518.
- Sabarullah, K. (2020). Pengaruh mental accounting practice terhadap micro business (usaha mikro kecil menengah) performance dengan growth mindset sebagai variabel intervening.
- Sari, R. C. (2017). *Akuntansi keprilakuan* (1st ed.). Penerbit ANDI.
- Sari, & Widoatmodjo, S. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan locus of control terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 05, 549–558.
- Suryanto. (2017). Pola perilaku keuangan mahasiswa di perguruan tinggi. *Jurnal Ilmu Politik dan Komunikasi*.
- Suratman. (2013). Pengaruh mental accounting, power-prestige dan retention-time terhadap perilaku konsumtif.
- Suriani, S. (2022). *Financial behavior* (Suginam & V. W. Sari, Eds.; Vol. 1). Yayasan Kita Menulis.
- Widyakto, A., Liana, Z. W., & Rinawati, T. (2022). The influence of financial literacy, financial attitudes, and lifestyle on financial behavior. *Diponegoro International Journal of Business*, 5, 33–46.