
PENGARUH LITERASI PPN, DAN GAYA HIDUP DIGITAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z (Studi Kasus: Mahasiswa Akuntansi UBSI Slipi)

Amanda Lestari¹, Ivana Kalista Intan Pratama², Intan Febriana Putri³, Pebryanti Ananda Putri⁴

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis
¹²³⁴ Universitas Bina Sarana Informatika

Coressponding email: amndlstri09@gmail.com klsta.intan@gmail.com
Intanfebrianaputri000@gmail.com feyp555@gmail.com

Abstrak

Perkembangan dalam bidang teknologi digital telah mulai mempengaruhi pola konsumsi masyarakat khususnya Generasi Z yang sangat aktif dalam ekonomi digital. Sementara itu, bila berhubungan dengan tingkat pengetahuan yang didapat, pola konsumsi dan keterampilan literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) memiliki hubungan yang sangat erat dalam konteks Generasi Muda. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi PPN, gaya hidup digital, konsumsi Generasi Z. Penelitian ini merupakan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 76 mahasiswa aktif Program Studi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika Slipi, dengan teknik probability random sampling. Pengujian data menggunakan validitas, reliabilitas, pengujian asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji t dan uji F. Berdasarkan data yang didapat, PPN literasi berpengaruh negative tetapi tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, gaya hidup digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Secara bersamaan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan angka 0,257. Penelitian ini menganggap gaya hidup digital merupakan yang paling dominan dan memberikan pengaruh terbesar terhadap perilaku konsumtif Generasi Muda dan literasi PPN memberikan pengaruh yang lebih kecil.

Kata kunci: Literasi PPN, Gaya Hidup Digital, Perilaku Konsumtif Gen Z.

Abstract

Developments in digital technology have begun to influence people's consumption patterns, particularly among Generation Z, who are highly active in the digital economy. Meanwhile, in terms of knowledge, consumption patterns and Value Added Tax (VAT) literacy skills are closely related in the context of the younger generation. This study was conducted to determine the influence of VAT literacy, digital lifestyle, and Generation Z consumption. This quantitative study

used a questionnaire distributed to 76 active Accounting students at Bina Sarana Informatika University, Slipi, using a probability random sampling technique. Data testing used validity, reliability, classical assumption testing, multiple linear regression, and t-tests and F-tests. Based on the data obtained, VAT literacy had a negative but insignificant effect on consumer behavior. Meanwhile, digital lifestyle had a positive and significant effect on consumer behavior. Together, both variables significantly influenced consumer behavior, with a value of 0.257. This study assumes digital lifestyle is the most dominant and has the greatest influence on consumer behavior among the younger generation, with VAT literacy having a smaller effect.

Keywords: VAT literacy, Digital Lifestyle, Gen Z Consumptive Behavior.

PENDAHULUAN

Kemampuan seseorang dalam memahami, mengolah, dan menerapkan informasi tentang pajak secara teoritis dan praktis untuk membantunya mengambil keputusan yang tepat dikenal dengan istilah literasi pajak. Salah satu wujudnya adalah literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN), yaitu pengetahuan dan keterampilan individu mengenai ketentuan dan penerapan PPN. Literasi PPN diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1983 tentang Pajak Pertambahan Nilai Barang dan Jasa serta Pajak Penjualan Atas Barang dan Jasa. Pajak ini bersifat obyektif karena dikenakan terhadap objek transaksi tanpa memperhatikan siapa subjeknya, apakah orang pribadi, badan, pemerintah, atau pihak yang tidak memiliki NPWP (Rioni et al., 2024).

Kemajuan teknologi dan informasi yang pesat dalam dua dekade terakhir telah memberikan dampak besar pada berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk perubahan dalam gaya hidup. Yang mana dalam konteks gaya hidup, perkembangan teknologi ini telah membawa perubahan yang signifikan kepada masyarakat, terutama Generasi Z. Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang mencerminkan bagaimana seseorang mengisi waktunya, termasuk aktivitas yang dipilih dan cara mereka memanfaatkan waktu tersebut (Ramadhani & Khoirunisa, 2025).

Hidayat dalam (Fahrianisa, 2024) menjelaskan cara orang membeli dan menggunakan barang dan jasa dapat memengaruhi tingkat konsumsi mereka. Orang mungkin menggunakan atau membeli barang dan jasa semata-mata berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka. Jika orang membeli barang atau jasa semata-mata karena keinginan, bukan kebutuhan, hal ini disebut

perilaku konsumtif. Hampir semua golongan masyarakat telah terpengaruh oleh tuntutan gaya hidup ini, mahasiswa adalah salah satu bagian dari Generasi Z yang paling lekat dengan gaya hidup modern.

Meskipun pengetahuan tentang Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sangat penting untuk memberi orang pemahaman yang lebih baik tentang undang-undang perpajakan dan membantu mereka membuat keputusan yang lebih baik tentang apa yang mereka beli, terutama dalam gaya hidup modern yang cenderung konsumtif, ada perbedaan antara tingkat literasi PPN dan perilaku konsumtif mereka. perbedaan ini menunjukkan bahwa Generasi Z, termasuk mahasiswa, memiliki kecenderungan untuk menjalani gaya hidup yang sangat konsumtif. Oleh karena itu, penelitian ini perlu dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengetahuan generasi Z tentang pajak pertambahan nilai dan gaya hidup memengaruhi perilaku konsumtif mereka.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi PPN berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z?
2. Sejauh mana gaya hidup digital berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif generasi Z?
3. Apakah literasi PPN dan gaya hidup digital, secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z?

TINJAUAN PUSTAKA

Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN)

Ibda dalam (Sustiyo, 2022) mengartikan literasi pajak sebagai bagaimana seseorang dapat memahami dan menggunakan peraturan perpajakan untuk dapat membayar pajak sesuai kewajibannya. Literasi pajak juga merupakan kemampuan dinamis seseorang tentang

pengetahuan dan pemahaman di bidang perpajakan serta bagaimana kemampuan tersebut digunakan untuk pembuatan keputusan tertentu. Literasi pajak dapat difokuskan pada masing-masing jenis pajak, termasuk PPN. Oleh karena itu, literasi PPN mengacu pada pemahaman dan kemampuan individu dalam hal pengetahuan serta keterampilan yang berkaitan dengan PPN.

Sustiyo dalam (Ilham, 2024) mengungkapkan bahwa literasi pajak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z, yang diwakili oleh mahasiswa. Pemahaman mahasiswa tentang PPN dapat mengurangi keinginan mereka untuk membeli Barang Kena Pajak (BKP) dan/atau Jasa Kena Pajak (JKP). Dengan kata lain, semakin tinggi literasi pajak, semakin rendah keputusan pembelian BKP dan/atau JKP, yang pada akhirnya dapat mengurangi potensi penerimaan PPN. Dengan demikian, literasi PPN dalam penelitian ini adalah pengetahuan dan pemahaman generasi Z tentang PPN.

Pham (2021) dan Borman & Wassermann dalam (Sustiyo, 2022), menjelaskan indikator literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) mencakup pengetahuan dan pemahaman tentang PPN, sehingga pertanyaan dalam kuesioner disusun untuk mengukur pemahaman responden terhadap konsep dasar serta praktik penghitungan PPN.

Gaya Hidup Digital

Kotler dan Amstrong dalam (Mursalim, 2024) mengatakan Gaya hidup ialah mencerminkan keseluruhan orang tersebut dalam interaksinya dengan lingkungannya. Interaksi seseorang dengan lingkungannya tak lepas dari pengaruh orang-orang dan keadaan sekitarnya. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, dalam arti bahwa secara umum gaya hidup seseorang dapat dilihat dari aktivitas rutin yang dia lakukan, apa yang mereka pikirkan terhadap segala hal disekitarnya dan seberapa jauh dia peduli dengan hal itu dan juga apa yang dia pikirkan tentang dirinya sendiri dan juga dunia luar (Kurniawan et al., 2022). Seorang mahasiswa dalam menghadapi perkembangan zaman dan kemajuan teknologi secara tidak sadar telah merubah pola gaya hidup, dimana gaya hidup ini menjadi faktor selanjutnya yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Di era kemajuan teknologi informasi sekarang telah merubah mahasiswa dalam menjalankan

kehidupannya mulai dari penampilan, pergaulan, hingga aktivitas lainnya yang mengikuti perkembangan trend (Fadhilah, 2023).

Perkembangan teknologi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan teknologi telah menghasilkan inovasi baru dalam bidang teknologi keuangan (Fintech), yang mengubah gaya hidup orang menjadi digital, seperti saat berbelanja (Herlizah & subali, 2023). Belanja di dunia digital sekarang dapat dilakukan dengan menggunakan dompet digital, produk fintech. Dompet digital dapat diartikan sebagai sebuah layanan secara digital yang mana berkemampuan untuk penyimpanan data instrumen pembayaran berbentuk kartu ataupun uang elektronik. Penggunaan e-wallet dilakukan melalui perangkat elektronik guna menyambungkan pemakai pada server ketika sedang transaksi. Disini Mahasiswa merupakan salah satu yang terpengaruh dari meleknya teknologi seperti dompet digital yang selalu memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi (Ariwangsa & Gde Bagus Surya Jayanatha, 2023). Dompet digital juga memiliki kemampuan untuk menyimpan dana. Oleh karena itu, jumlah orang yang menggunakan dompet digital sebagai metode pembayaran terus meningkat. Menurut Assauri dalam (Fadhilah, 2023) indikator gaya hidup digital mencakup:

1. Kegiatan (Activities)
2. Minat (Interest)
3. Pendapat (Opinion).

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan yang dilakukan secara impulsif dan tanpa alasan yang menyebabkan pemborosan dan infisi ketidakefektifan biaya. Safira dalam (Meilani & Kusuma, 2024) mengatakan perilaku ini ditunjukkan oleh orang-orang yang secara teratur menempatkan keinginan diatas kebutuhan dalam proses konsumsinya dan cenderung berlebihan dalam memenuhinya, yang menyebabkan inefisiensi antara keinginan dan daya beli, yang pada gilirannya menyebabkan pemborosan. Konsumsi irasional dan kompulsif terjadi ketika seseorang

membeli barang dan jasa hanya untuk memenuhi keinginan dan harapan mereka daripada untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka.

Amaliya dan Setiaji dalam (Mulyati, 2023) mengatakan generasi muda seringkali menjalani gaya hidup konsumtif, dimana fokus mereka adalah mendapatkan kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan dengan menghabiskan barang dalam jumlah besar. Mahasiswa merupakan salah satu generasi muda ini. Mahasiswa umumnya dianggap mampu membedakan antara keinginan impulsif atau emosional dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Namun, banyak mahasiswa masih kesulitan mengendalikan perilaku konsumtif mereka. Perilaku ini lambat laun memengaruhi gaya hidup mereka, menjadikan konsumsi berlebihan sebagai bagian dari rutinitas sehari-hari

Akhmad Sudrajat (Nurmalia, 2024) juga mengatakan generasi Z memiliki kepribadian dan perilaku yang berbeda dari generasi sebelumnya. Beberapa ciri khas Generasi Z antara lain keterlibatan yang kuat dalam teknologi, media sosial, dan multitasking; ambisi yang kuat untuk sukses, kepercayaan diri yang tinggi, serta kecenderungan untuk bersikap praktis dan bertindak cepat. Lebih lanjut, mereka biasanya menyukai hal-hal yang rumit dan kompleks. Berdasarkan penelitian Fattah dalam (Lisdayanti et al., 2023) indikator yang digunakan untuk menjelaskan variabel perilaku konsumtif yaitu:

1. Sensasi/ iming-iming hadiah
2. Daya tarik produk/Tampilan
3. Pertimbangan harga, bukan manfaat
4. Konformitas sosial/pengaruh iklan

Penelitian Terdahulu

Berbagai studi tentang perilaku konsumtif telah dilaksanakan dengan berbagai pendekatan dan fokus kajian yang berbeda-beda. Oktavia Ramadhani bersama Khoirunisa (2025) mengkaji generasi Z dalam hubungannya dengan kemajuan teknologi, terutama yang berkaitan dengan pola hidup dan tingkah laku konsumtif di zaman digital. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, mereka menemukan bahwa Generasi Z memiliki karakteristik

digital, kemandirian, dan mengutamakan fleksibilitas dalam komunikasi dan pekerjaan, dengan media sosial sebagai cara utama untuk berkomunikasi.

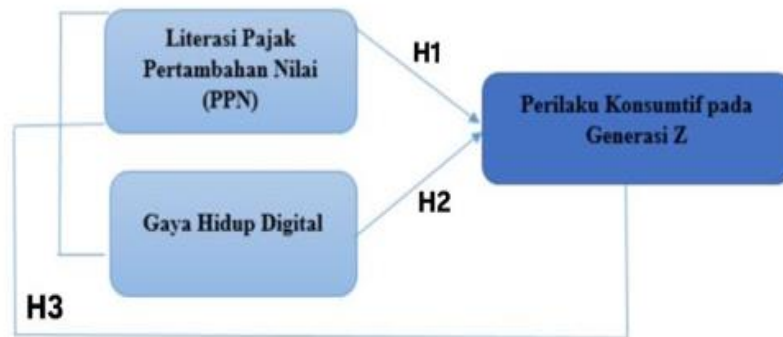
Penelitian yang dilakukan oleh Nadinda Fahrianisa, Sasmito Widi Nugroho, dan Yopie Diondy Kurniawan (2025) pada mahasiswa di Kota Madiun mengindikasikan bahwa PPN memberikan pengaruh positif yang signifikan pada perilaku konsumtif, pemahaman finansial memberikan pengaruh negatif yang signifikan, sementara penggunaan e-wallet tidak memberikan pengaruh pada perilaku konsumtif. Penemuan yang paralel berkaitan dengan pemahaman finansial juga ditemukan dalam studi Mursalim, Andi Ririn Oktaviani, dan Abdullah (2024) pada mahasiswa S1 Manajemen di Kota Makassar, yang memperlihatkan bahwa pemahaman finansial memberikan pengaruh negatif yang signifikan, sedangkan pembayaran digital berbasis fintech dan gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan pada perilaku konsumtif.

Dalam perpajakan, Muhammad Ilham, Kusminaini Armin, dan Dimas Pratama Putra (2024) mengemukakan bahwa peningkatan tarif PPN dan pemahaman pajak memberikan pengaruh positif yang signifikan pada potensi perolehan PPN pada warga Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang, sedangkan pemahaman finansial tidak memberikan pengaruh yang signifikan, meski secara kolektif seluruh variabel memberikan pengaruh yang signifikan. Dari sudut pandang perilaku konsumsi generasi Z di Denpasar, studi I Gusti Ayu Ratih Meilani dan Putu Sri Arta Jaya Kusuma (2024) memperlihatkan bahwa pola hidup hedonisme memberikan pengaruh positif yang signifikan pada perilaku konsumtif, sedangkan kemudahan penggunaan QRIS tidak memberikan pengaruh yang signifikan, walaupun keduanya memberikan pengaruh signifikan secara bersama-sama.

Studi serupa juga dijalankan oleh Nur Fadhilah dan Muhammad Taufiq Abadi (2023) pada mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang mengindikasikan bahwa aplikasi belanja daring dan gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan, sedangkan pemahaman finansial memberikan pengaruh positif namun tidak signifikan pada perilaku konsumtif. Di sisi lain, Novita Herlizah dan Subali (2023) menunjukkan bahwa penggunaan

dompet digital memiliki pengaruh positif yang signifikan pada perilaku konsumtif warga di Kelurahan Cakung Timur, Jakarta Timur. Kajian Joko Sustiyo (2022) juga mengonfirmasi bahwa pemahaman PPN memberikan pengaruh negatif yang signifikan pada perilaku konsumtif generasi Z. Di samping itu, studi Sri Mulyati (2023) pada mahasiswa FKIP Universitas Kuningan menyatakan bahwa transaksi e-commerce dan gaya hidup memberikan pengaruh positif yang signifikan pada perilaku konsumtif dengan kontribusi mencapai 32,3%. Akhirnya, studi Gustika Nurmalia, Mutiasari Nur Wulan, dan Zathu Restie Utamie (2023) memperlihatkan bahwa gaya hidup berbasis digital dan perilaku konsumtif memberikan pengaruh positif yang signifikan pada keputusan pembelian melalui marketplace Shopee pada Gen Z di Bandar Lampung, dengan nilai R Square mencapai 54,6%.

Gambar 1. Kerangka Hipotesis



Sumber: Data Peneliti, 2025

Hipotesis:

- H01: Diduga Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z
H1: Diduga Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z
- H02: Diduga Gaya Hidup Digital tidak berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z
H2: Diduga Gaya Hidup Digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z

- H03: Diduga Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Gaya Hidup Digital tidak berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z
- H3: Diduga Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Gaya Hidup Digital berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode kuisisioner, yang bertujuan untuk mengukur seberapa besar literasi pajak pertambahan nilai (ppn) dan gaya hidup digital mempengaruhi perilaku konsumtif dikalangan generasi Z. Kuesioner untuk variabel Literasi Pajak Pertambahan Nilai, Gaya Hidup Digital dan Perilaku Konsumtif Generasi Z diukur dengan menggunakan masing-masing item pertanyaan dan menggunakan skala likert. Hasil kuesioner berupa data, akan disimpan dalam format excel dan langsung digunakan sebagai data mentah untuk analisa dengan software SPSS 26.

Populasi dan Sampel

Berdasarkan penjelasan Sugiyono dalam (Subhaktiayasa, 2024) populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang akan dipelajari untuk menarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian kami yaitu sebanyak 319 mahasiswa aktif Prodi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika Slipi.

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk dianalisis dengan tujuan agar hasil penelitian dapat mewakili keseluruhan populasi. Creswell dalam (Subhaktiayasa, 2024) menjelaskan sampel adalah subset dari populasi yang dipilih melalui teknik tertentu guna memastikan bahwa sampel tersebut bersifat representatif. Proses pemilihan sampel dilakukan dengan hati-hati agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan mampu mencerminkan kondisi atau fenomena yang ada pada populasi secara umum. Individu yang menjadi bagian dari sampel disebut responden, yaitu mereka yang memberikan jawaban atau tanggapan sesuai dengan

tujuan penelitian. Metode pengambilan sampel yang dipakai pada penelitian ini yaitu probability random sampling dengan menggunakan rumus slovin tingkat kesalahan (*margin of error*) 10%, sehingga menghasilkan sebanyak 76 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang akan dianalisis dalam penelitian. Proses ini dilakukan secara sistematis dan terencana agar data yang diperoleh akurat dan mencerminkan kondisi sebenarnya. Teknik ini biasanya digunakan untuk memperoleh informasi terkait konsep-konsep abstrak yang hanya dapat dipahami melalui penerapannya. Beberapa metode pengumpulan data yang umum dipakai antara lain observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan studi pustaka.

Kuisisioner adalah pengumpulan data yang menjawab dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden (Lisdayanti et al., 2023). Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan kuisisioner kepada Mahasiswa aktif Prodi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika, Slipi.

Keterangan Skala Likert:

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden dengan 5 (lima) pilihan jawaban:

- Sangat Setuju (SS) = 5
- Setuju (S) = 4
- Netral (N) = 3
- Tidak Setuju (TS) = 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) = 1

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda (*multiple linear regression analysis*), yang dilengkapi dengan berbagai uji asumsi klasik untuk memastikan validitas dan reliabilitas model statistik yang dibangun. Dalam konteks

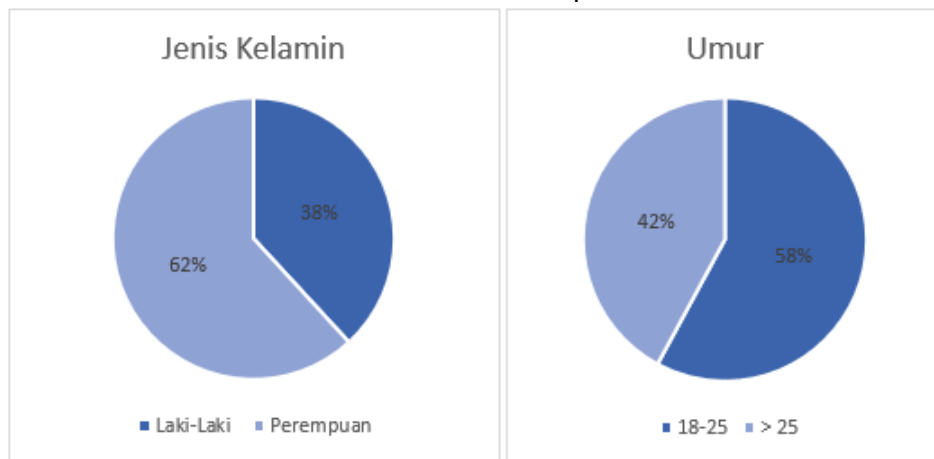
penelitian ini, regresi digunakan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh literasi ppn dan gaya hidup digital terhadap perilaku konsumtif generasi z.

Sebelum melaksanakan analisis regresi, peneliti melakukan pengujian validitas dan reliabilitas terlebih dahulu pada instrumen kuesioner. Setelah instrumen terbukti layak, selanjutnya dilaksanakan rangkaian pengujian asumsi klasik. Setelah model terpenuhi seluruh asumsinya, baru kemudian dilakukan pengujian regresi linear berganda secara komprehensif. Dalam analisis regresi linear berganda, terdapat beberapa elemen penting, seperti uji-t, uji F, dan adjusted R^2 .

HASIL & PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Gambar 2. Kriteria Responden



Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis data responden, terlihat bahwa sebagian besar responden adalah perempuan dengan proporsi 62%, sedangkan responden laki-laki mencapai 38%. Data ini mengindikasikan bahwa kontribusi dalam pengisian kuesioner lebih didominasi oleh kelompok perempuan. Jika dilihat dari aspek usia, mayoritas responden berada dalam kelompok umur 18–

25 tahun dengan proporsi 58%, sedangkan 42% responden memiliki usia di atas 25 tahun. Hasil ini menunjukkan bahwa responden lebih banyak berasal dari kalangan usia muda.

Uji Validitas

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrument atau item pernyataan dapat dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Literasi PPN (X1)	X1.1	0,757	0,227	Valid
	X1.2	0,619	0,227	Valid
	X1.3	0,826	0,227	Valid
	X1.4	0,818	0,227	Valid
	X1.5	0,744	0,227	Valid
	X1.6	0,730	0,227	Valid
Gaya Hidup Digital (X2)	X2.1	0,545	0,227	Valid
	X2.2	0,681	0,227	Valid
	X2.3	0,719	0,227	Valid
	X2.4	0,736	0,227	Valid
	X2.5	0,651	0,227	Valid
	X2.6	0,748	0,227	Valid
Perilaku Konsumtif (Y)	Y.1	0,388	0,227	Valid
	Y.2	0,802	0,227	Valid
	Y.3	0,740	0,227	Valid
	Y.4	0,482	0,227	Valid
	Y.5	0,847	0,227	Valid
	Y.6	0,584	0,227	Valid
	Y.7	0,821	0,227	Valid
	Y.8	0,768	0,227	Valid

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan, seluruh item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid karena setiap nilai R Hitung lebih besar dari R Tabel sebesar 0,227. Pada variabel Literasi PPN (X1), keenam indikator (X1.1–X1.6) memiliki nilai R Hitung antara 0,619

hingga 0,826, dengan indikator X1.3 menunjukkan korelasi tertinggi sebesar 0,826. Variabel Gaya Hidup Digital (X2) juga menunjukkan validitas yang baik, di mana seluruh enam indikator (X2.1–X2.6) memiliki nilai R Hitung berkisar antara 0,545 hingga 0,748, dan indikator X2.6 memberikan korelasi tertinggi sebesar 0,748. Sementara itu, pada variabel Perilaku Konsumtif (Y), kedelapan indikator (Y.1–Y.8) dinyatakan valid dengan nilai R Hitung antara 0,388 hingga 0,847, dan indikator Y.5 memiliki korelasi tertinggi sebesar 0,847. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam instrumen penelitian ini valid dan layak digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dari hasil pengukuran kuesioner dalam penggunaan yang berulang. Jawaban responden terhadap pertanyaan dikatakan reliabel jika setiap pertanyaan dijawab secara konsisten/jawaban tidak acak. Uji reabilitas dapat dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > 0,60, begitupun sebaliknya jika Cronbach's Alpha < 0,60 maka dapat dikatakan data tersebut tidak reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
X1	0,843	0,60	Reliabel
X2	0,815	0,60	Reliabel
Y	0,841	0,60	Reliabel

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Variabel Literasi PPN (X1) dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,843, variabel Gaya Hidup Digital (X2) sebesar 0,815, variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 0,841. Ketiga variabel tersebut memiliki nilai Cronbach's Alpha yang lebih besar dari nilai koefisien 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk

variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel dan konsisten untuk digunakan dalam pengukuran penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas dapat diuji dengan Kolmogorov Smirnov dengan ketentuan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal. Begitupun sebaliknya, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka data berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,23405976
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,062
	Negative	-,078
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam penelitian ini terpenuhi dan data layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Data dapat dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas, apabila nilai Tolerance $> 0,100$ dan nilai VIF $< 10,00$.

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,787	5,212		1,302	,197		
	Literasi PPN	-,075	,148	-,055	-,507	,614	,857	1,167
	Gaya Hidup Digital	,995	,206	,526	4,825	,000	,857	1,167

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Peneliti, 2025

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel Literasi PPN dan Gaya Hidup Digital masing-masing memiliki nilai Tolerance sebesar 0,857 ($> 0,10$) dan nilai VIF sebesar 1,167 (< 10). Nilai-nilai tersebut mengindikasikan bahwa tidak terdapat korelasi yang kuat antar variabel independen, sehingga model regresi bebas dari masalah multikolinearitas dan memenuhi syarat untuk analisis lebih lanjut.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi masalah heterokedastisitas adalah dengan Uji Glejser, jika nilai signifikansi antara variabel independent dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,810	2,864		1,680	,097
	Literasi PPN	-,035	,081	-,053	-,424	,673
	Gaya Hidup Digital	,015	,113	,016	,129	,898

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data Peneliti, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel Literasi PPN memiliki nilai signifikansi 0,673 dan variabel Gaya Hidup Digital memiliki nilai signifikansi 0,898. Karena kedua nilai signifikansi berada di atas tingkat alpha 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini, dan asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode sebelumnya pada model regresi yang digunakan.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.507 ^a	.257	.237	5.305	1.057
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Literasi PPN					
b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif					

Sumber: Data Peneliti, 2025

Hasil uji autokorelasi tersebut menunjukkan nilai Durbin-Watson sebesar 1,057. Dengan menggunakan $n = 76$, diperoleh nilai batas bawah (dL) sebesar 1,5740 dan batas atas (dU) sebesar 1,6819. Karena nilai $D (1,057) < dL (1,5740)$, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat autokorelasi positif dalam model regresi penelitian ini, sehingga asumsi bebas autokorelasi belum terpenuhi.

Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda merupakan analisis yang mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen). Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Gaya Hidup Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z.

Tabel 7. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,787	5,212		1,302	,197
	Literasi PPN	-,075	,148	-,055	-,507	,614
	Gaya Hidup Digital	,995	,206	,526	4,825	,000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data Peneliti 2025

Hasil dari analisis regresi linear berganda menunjukkan persamaan $Y = 6,787 + (-0,075) X_1 + 0,995 X_2$. Dengan nilai konstanta 6,787, Perilaku Konsumtif akan memiliki nilai satuan 6,787 jika variabel Literasi PPN dan Gaya Hidup Digital memiliki nilai nol. Koefisien regresi Literasi PPN (X_1) adalah -0,075, dengan tingkat signifikansi 0,614, yang lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa, meskipun tidak signifikan, literasi PPN berdampak negatif pada perilaku konsumtif. Meskipun pengaruh ini tidak signifikan secara statistik, setiap peningkatan 1 satuan dalam Literasi PPN akan mengurangi Perilaku Konsumtif sebesar 0,075 satuan. Koefisien regresi Gaya Hidup Digital (X_2) adalah 0,995, yang berbeda dengan Literasi PPN, dan tingkat signifikansi adalah 0,000, yang lebih rendah dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa Gaya Hidup Digital memengaruhi perilaku konsumtif dengan cara yang baik dan besar. Artinya, setiap peningkatan satu satuan pada Gaya Hidup Digital akan meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,995 satuan.

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ini adalah antara 0 dan 1. Semakin besar nilai R^2 atau semakin mendekati nilai 1, maka semakin tinggi kemampuan variabel variabel independen dalam memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 8. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	,507 ^a	,257	,237	5,305
a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Literasi PPN				

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dari tabel Model Summary, diperoleh nilai R sebesar 0,507 yang menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,257 atau 25,7% artinya variabel Gaya Hidup Digital dan Literasi PPN secara bersamaan mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 25,7%, sedangkan sisanya sebesar 74,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,237 atau 23,7% merupakan nilai koefisien determinasi yang telah disesuaikan dengan jumlah variabel dan ukuran sampel, sehingga memberikan perkiraan yang lebih tepat mengenai kemampuan model dalam menjelaskan variasi data.

Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Dengan cara membandingkan T hitung dengan T tabel ataupun nilai Sig < 0,5. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak artinya variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, ☐ Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima artinya variabel independen tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,787	5,212		1,302	,197
	Pengaruh Literasi PPN	-,075	,148	-,055	-,507	,614
	Gaya Hidup Digital	,995	,206	,526	4,825	,000
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel koefisien di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Pengalaman Literasi PPN memiliki koefisien regresi sebesar -0,075, nilai t hitung

-0,507, dan tingkat signifikansi 0,614. Karena tingkat signifikansi 0,614 lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Pengalaman Literasi PPN tidak memengaruhi Perilaku Konsumtif secara signifikan.

2. Variabel Gaya Hidup Digital memiliki koefisien regresi 0,955, nilai t hitung 4,825, dan tingkat signifikansi 0,000. Karena tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.

Dengan demikian, dari kedua variabel independen yang diuji, hanya Gaya Hidup Digital yang memiliki pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, sedangkan Pengalaman Literasi PPN tidak berpengaruh signifikan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F menunjukkan apakah dari variabel independen secara bersama-sama dapat berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dasar Pengambilan Keputusan yaitu, Jika $\text{sig} < 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y, begitupun sebaliknya Jika $\text{sig} > 0,05$ atau $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 10. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	712,017	2	356,009	12,649	,000 ^b
	Residual	2054,654	73	28,146		
	Total	2766,671	75			
a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif						
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup Digital, Literasi PPN						

Sumber: Data Peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji ANOVA pada tabel di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 12,649 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa secara bersamaan, variabel independen yaitu Gaya Hidup Digital dan Literasi PPN mempunyai pengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini cocok dan bisa dipakai untuk memperkirakan variabel dependen.

Analisis Pengaruh Literasi PPN terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi PPN (X1) memiliki pengaruh negatif sebesar $-0,075$ terhadap pola konsumsi, menurut hasil analisis regresi. Ini berarti bahwa orang cenderung menghabiskan lebih sedikit uang ketika mereka memahami PPN yang lebih baik. Hasil penelitian kami yang menunjukkan literasi PPN memberikan dampak negatif terhadap perilaku konsumtif sejalan dengan penelitian Joko Sustiyo (2022) yang juga menemukan literasi PPN berdampak negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z. Kesamaan ini mengonfirmasi bahwa pemahaman yang lebih baik tentang PPN membuat individu lebih bijak dan mengurangi perilaku konsumtif mereka. Namun, kekuatan pengaruhnya secara signifikan berbeda dengan Sustiyo (2022) yang menemukan dampak negatif yang signifikan, hasil kami menemukan koefisien yang sangat kecil ($-0,075$), yang menunjukkan bahwa dampaknya tidak signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain gaya hidup digital yang lebih dominan, literasi PPN yang rendah di kalangan Gen Z, dan sistem PPN yang sudah termasuk dalam harga, sehingga dampaknya kurang terasa.

Selain itu, hasil kami juga bertolak belakang dengan penelitian Nadinda Fahrnanisa dkk. (2025) yang menemukan bahwa PPN justru berdampak positif terhadap perilaku konsumen mahasiswa di Kota Madiun. Perbedaan ini terjadi karena penelitian sebelumnya berfokus pada dampak kebijakan tarif PPN yang mendorong konsumsi, sementara penelitian kami fokus pada literasi PPN yang mengendalikan perilaku konsumtif.

Analisis Pengaruh Gaya Hidup Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien sebesar $0,995$, yang sejalan dengan mayoritas penelitian sebelumnya. Mursalim dkk. (2024) menemukan bahwa gaya hidup digital dan pembayaran fintech berdampak positif terhadap pelajar Makassar. Aplikasi belanja online

dan gaya hidup berdampak positif terhadap pelajar di Pekalongan, menurut Nur Fadhilah dan Muhammad Taufiq Abadi (2023). Sri Mulyati (2023) menemukan bahwa gaya hidup dan transaksi e-commerce berkontribusi sebesar 32,3% terhadap perilaku konsumtif. Hasil penelitian Gustika Nurmalia dkk. (2023) juga menyatakan bahwa gaya hidup digital berdampak positif, dengan R Square sebesar 54,6% terhadap Gen Z di Bandar Lampung.

Yang membedakan penelitian ini adalah besarnya pengaruh yang ditemukan. Koefisien 0,995 yang hampir sempurna menunjukkan gaya hidup digital yang lebih dominan dibandingkan penelitian sebelumnya. Bahkan, R-square sebesar 54,6% dari penelitian Gustika Nurmalia dkk. masih jauh di bawah hasil kami. Hal ini menunjukkan dominasi gaya hidup digital yang hampir sepenuhnya memengaruhi perilaku konsumen Gen Z melalui kemudahan e-commerce, metode pembayaran digital, pengaruh media sosial, dan taktik pemasaran yang agresif.

Mengenai metode pembayaran digital, Novita Herlizah dan Subali (2023) menemukan bahwa dompet digital memiliki efek positif yang signifikan di Jakarta Timur. Namun, Nadinda Fahrianisa dkk. (2025) menemukan bahwa dompet elektronik tidak memengaruhi perilaku konsumen, dan I Gusti Ayu Ratih Meilani dkk. (2024) menemukan bahwa kemudahan QRIS tidak memengaruhi perilaku konsumen di Denpasar. Hal ini menunjukkan bahwa dampak gaya hidup digital dapat bervariasi tergantung konteksnya.

Analisis Pengaruh Literasi PPN dan Gaya Hidup Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z memiliki kebiasaan konsumtif yang rumit. Pemahaman tentang pajak pertambahan nilai (PPN) sebenarnya dapat membantu mengontrol kebiasaan berbelanja yang berlebihan, tetapi efeknya masih kurang kuat. Hal ini mungkin disebabkan oleh beberapa hal, seperti Generasi Z kurang memahami PPN, yang membuat mereka sulit untuk mengubah perspektif cara berbelanja mereka. Sedangkan, gaya hidup digital yang kuat menunjukkan bahwa Generasi Z hidup dalam lingkungan yang sangat mendukung mereka melakukan belanja impulsif dengan kehidupan yang serba digital. Hasil analisis ini sejalan dengan beberapa studi tentang literasi keuangan yang menunjukkan bahwa literasi PPN lebih rendah

dibandingkan dominasi gaya hidup digital. Nadinda Fahrianisa dkk. (2025) dan Mursalim dkk. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi keuangan krusial untuk melindungi masyarakat dari hal-hal yang tidak diinginkan. Namun, Nur Fadhillah dan Taufiq Abadi (2023) menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak positif yang signifikan. Muhammad Ilham dkk. (2024) menemukan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak positif yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa literasi sangat bergantung pada konteks dan tingkat pemahaman.

Ketimpangan ekstrem antara pengaruh literasi PPN (-0,075) dan gaya hidup digital (0,995) paling mencolok dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa edukasi pajak saja tidak cukup untuk mengendalikan perilaku konsumen Gen Z tanpa intervensi komprehensif dalam ekosistem digital. Hal memperkuat dari temuan Oktavia Ramadhani dan Khoirunisa (2025) yang menyatakan bahwa Gen Z merupakan generasi yang sangat digital, dengan media sosial sebagai sarana komunikasi utama mereka, sehingga mereka sangat rentan terhadap stimulus konsumen digital. Dengan demikian, studi ini tidak hanya mengonfirmasi temuan sebelumnya tentang dampak digitalisasi, tetapi juga mengungkapkan intensitas dampak yang sangat mengkhawatirkan, dengan elemen digital yang hampir sepenuhnya mendominasi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis perbandingan dengan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan temuan yang sebagian besar konsisten, tetapi dengan karakteristik unik yang membedakannya dari penelitian sebelumnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi PPN berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumen, sejalan dengan temuan Sustiyo (2022), namun pengaruhnya sangat lemah dan tidak signifikan karena rendahnya literasi PPN Gen Z, sistem PPN tidak langsung, dan dominasi faktor digital.

Hasil ini berbeda dengan Fahrianisa dkk. (2025) yang menemukan dampak positif karena fokus penelitian yang berbeda.

2. Sebaliknya, gaya hidup digital terbukti memiliki pengaruh positif yang sangat kuat (koefisien 0,995), jauh lebih besar daripada penelitian sebelumnya, yang menunjukkan bahwa kemudahan e-commerce, pembayaran digital, media sosial, dan strategi pemasaran hampir sepenuhnya membentuk perilaku konsumen Gen Z. Variasi temuan terkait pembayaran digital pada penelitian sebelumnya menunjukkan perbedaan dalam konteks sampel.
3. Analisis simultan juga menunjukkan ketidakseimbangan yang ekstrem antara pengaruh literasi PPN dan gaya hidup digital, yang menegaskan bahwa edukasi pajak saja tidak cukup tanpa intervensi dalam ekosistem digital Gen Z. Secara keseluruhan, studi ini menegaskan dominasi faktor digital dalam membentuk perilaku konsumen Gen Z, sekaligus menyoroti urgensi pendekatan yang tidak hanya meningkatkan literasi tetapi juga mengatur lingkungan digital yang memengaruhi perilaku konsumtif generasi muda.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian mengenai pengaruh Literasi PPN dan Gaya Hidup Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Untuk Direktorat Jenderal Pajak (DJP):

DJP dapat meningkatkan edukasi perpajakan bagi Gen Z melalui konten digital yang menarik seperti gamifikasi, video pendek, podcast, dan infografis interaktif. Kolaborasi dengan influencer dan kehadiran aktif di platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube dapat membuat pesan literasi PPN lebih mudah dipahami dan relevan bagi Gen Z.

2. Untuk Institusi Pendidikan Terutama Perguruan Tinggi

Pendidikan terutama Perguruan tinggi disarankan untuk mengintegrasikan literasi keuangan dan perpajakan ke dalam kurikulum melalui mata kuliah khusus, modul tambahan, atau praktik simulasi. Lokakarya, seminar, dan webinar dengan pakar literasi keuangan atau DJP

juga dapat memberikan pemahaman yang lebih aplikatif tentang manajemen keuangan dan perpajakan di era digital.

3. Untuk Generasi Z

Generasi Z harus lebih cerdas dalam berbelanja dengan mencatat pengeluaran mereka, membuat anggaran bulanan, dan menunda pembelian selama satu hari untuk mencegah keputusan impulsif. Selain itu, sangat penting untuk berhati-hati dalam mengikuti akun media sosial yang memicu konsumsi berlebihan makanan dan aktif mencari informasi tentang pengetahuan perpajakan dan keuangan.

4. Untuk Peneliti Selanjutnya:

Agar hasilnya lebih representatif, peneliti berikutnya dapat menggunakan sampel yang lebih besar dan beragam. Jika kita menambahkan faktor tambahan seperti tekanan sosial, tingkat pendapatan, pengaruh teman sekelas, dan faktor psikologis dan budaya, kita akan lebih dapat menganalisis dan memahami lebih baik perilaku konsumtif Gen Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariwangsa, I. G. N. O., & Gde Bagus Surya Jayanatha. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Kota Denpasar. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 11(3), 229–239. <https://doi.org/10.20527/jwm.v11i3.254>
- Fadhilah, N. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online, Gaya Hidup dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Business & Applied Management*, 16(2), 141. <https://doi.org/10.30813/jbam.v16i2.4293>
- Fahrian isa, N., Sasmito Widi Nugroho, & Yopie Diondy Kurniawan. (2024). Pengaruh Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Literasi Keuangan, dan Penggunaan E-Wallet terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Madiun. In *Equivalent : Journal of Economic, Accounting and Management* (Vol. 3, Issue 1, pp. 117–135). <https://doi.org/10.61994/equivalent.v3i1.661>
- Herlizah, N., & subali. (2023). The Effect of Digital Wallet Use on Consumptive Behavior in Cakung

- Timur Village, Cakung District, East Jakarta. *Efektor*, 10(Pengaruh Penggunaan Dompot Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Kelurahan Cakung Timur, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur), 253–262. <http://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/efektor-eDOI:https://doi.org/10.29407/e>
- Ilham, M., Armin, K., & Putra, D. P. (2024). Pengaruh Kenaikan Tarif PPN, Literasi Pajak, Dan Literasi Keuangan Terhadap Potensi Penerimaan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Pada Kecamatan Ilir Timur 1 Kota Palembang. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 410–418. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2189>
- Kurniawan, A., Mulyati, S., & Tri Buana, L. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, konformitas hedonis, penggunaan electronic money, gaya hidup dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif*. 04, 1–24.
- Lisdayanti, D., Trihantana, R., Kusumaningrum, R., Ekonomi, F., Bisnis, D., Institut, I., Islam, A., & Bogor, S. (2023). Sahid Banking Journal Volume III Nomor 1 (Oktober 2023) <https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ> PENGARUH LITERASI KEUANGAN, ELECTRONIC MONEY, GAYA HIDUP, DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PADA MASA PANDEMI COVID-19. *Sahid Banking Journal*, 3(1), 168–187. <https://jurnal.febi-inais.ac.id/index.php/SahidBankingJ>
- Meilani, I. G. A. R., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Kemudahan Penggunaan QRIS Terhadap Perilaku Konsumtif Gen-Z di Kota Denpasar. *Accounting Research Unit (ARU Journal)*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.30598/arujournalvol5iss1pp1-10>
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh Transaksi E-Commerce Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(1), 86–96. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2314>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Fintech Digital Payment dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>

- Nurmalia, G., Mutiasari Nur Wulan, & Zathu Restie Utamie. (2024). Gaya Hidup Berbasis Digital Dan Perilaku Konsumtif Pada Gen Z Di Bandar Lampung: Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee. In *Jurnal Rekoginisi Ekonomi Islam* (Vol. 3, Issue 01, pp. 22–32). <https://doi.org/10.34001/jrei.v3i01.846>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. (2025). Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. In *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)* (Vol. 3, Issue 1, pp. 323–331). <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Rioni, Y. S., Fachruddin, W., & Aulia, Y. (2024). Potensi Kepatuhan Wajib Pajak UMKM di Desa Pematang Serai Kecamatan Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Dan Ekonomi*, 3(2), 84–90. <https://doi.org/10.59024/semnas.v3i2.576>
- Subhaktiayasa, G. P. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel;Pendekatan Metodology Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9, 2721–2731.
- Sustiyo, J. (2022). Literasi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Perilaku Konsumtif pada Generasi Z. *Owner*, 6(1), 508–516. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i1.587>