

PENGARUH TEKANAN SOSIAL DIGITAL, GAYA HIDUP, DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KEPUTUSAN KEUANGAN MASYARAKAT

Rista Aldilla Syafri¹⁾, Laura Prasati²⁾

Prodi Bisnis Digital, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dinamika Bangsa Jambi^{1,2)}
email: rista.aldilla@unama.ac.id¹⁾, lauraprasasti28@gmail.com²⁾

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah meningkatkan intensitas interaksi sosial masyarakat melalui media sosial, yang secara tidak langsung memengaruhi perilaku dan keputusan keuangan individu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden masyarakat umum. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat, baik secara parsial maupun simultan. Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu individu mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional di tengah tekanan sosial digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peningkatan literasi keuangan dan pengendalian gaya hidup diperlukan untuk meningkatkan kualitas keputusan keuangan masyarakat di era digital.

Kata kunci: tekanan sosial digital, gaya hidup, literasi keuangan, keputusan keuangan

Abstract

The rapid development of digital technology has increased social interaction through social media, which indirectly influences individual financial decision-making. This study aimed to examine the effect of digital social pressure, lifestyle, and financial literacy on financial decisions. A quantitative approach was employed using a survey method involving 150 respondents from the general public. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results show that digital social pressure, lifestyle, and financial literacy have a positive and significant effect on financial decisions, both partially and simultaneously. Financial literacy plays an important role in enabling individuals to make more rational financial decisions amid increasing digital social pressure. This study concludes that improving financial literacy and controlling lifestyle behavior are essential to enhance the quality of financial decision-making in the digital era.

Keywords: digital social pressure, lifestyle, financial literacy, financial decision

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap pola interaksi sosial dan perilaku ekonomi masyarakat. Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang pembentukan persepsi sosial, gaya hidup, dan standar keberhasilan finansial. Laporan *Digital 2024 Global Overview* menunjukkan bahwa lebih dari 60 persen penduduk dunia aktif menggunakan media sosial, dengan rata-rata durasi penggunaan lebih dari dua jam per hari (We Are Social & Meltwater, 2024). Kondisi ini memunculkan tekanan sosial digital yang berpotensi memengaruhi cara masyarakat mengambil keputusan keuangan,

khususnya dalam hal konsumsi dan pengelolaan keuangan pribadi (Donnelly & Ksendzova, 2014).

Tekanan sosial digital muncul ketika individu terdorong untuk menyesuaikan perilaku dan pilihan keuangannya dengan apa yang ditampilkan oleh lingkungan sosial digital. Konten mengenai gaya hidup, konsumsi, dan simbol keberhasilan finansial yang tersebar luas di media sosial dapat memicu perilaku konsumtif dan keputusan keuangan yang kurang rasional. Penelitian Donnelly dan Ksendzova (2014) serta Dittmar, Bond, Hurst, dan Kasser (2014) menunjukkan bahwa perbandingan sosial berbasis media digital berhubungan dengan peningkatan keinginan konsumsi dan pengeluaran impulsif. Kondisi ini menjadi semakin relevan ketika keputusan keuangan tidak lagi sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada tekanan untuk mengikuti tren sosial.

Selain tekanan sosial digital, gaya hidup juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan keuangan masyarakat. Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan preferensi individu dalam membelanjakan pendapatan yang dimilikinya. Perkembangan teknologi digital dan kemudahan transaksi non-tunai mendorong terbentuknya gaya hidup yang lebih konsumtif dan instan. Beberapa penelitian empiris menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan dan kualitas keputusan keuangan individu (Sari & Widiyanto, 2019; Pradiningtyas & Lukiasuti, 2019). Apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik, gaya hidup tersebut dapat meningkatkan risiko ketidakseimbangan keuangan.

Di sisi lain, literasi keuangan dipandang sebagai faktor internal yang mampu memperbaiki kualitas pengambilan keputusan keuangan. Literasi keuangan mencakup pemahaman individu mengenai pengelolaan pendapatan, pengeluaran, tabungan, utang, serta perencanaan keuangan jangka panjang. OECD (2018) menegaskan bahwa literasi keuangan yang baik berkontribusi terhadap kemampuan individu dalam mengambil keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab. Penelitian Xiao dan O'Neill (2016) serta Lusardi dan Mitchell (2017) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih sehat dan keputusan keuangan yang lebih terencana.

Meskipun penelitian mengenai gaya hidup dan literasi keuangan telah banyak dilakukan, kajian yang mengintegrasikan tekanan sosial digital sebagai faktor yang memengaruhi keputusan keuangan masyarakat umum masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu berfokus pada kelompok mahasiswa atau generasi tertentu, sehingga belum sepenuhnya mencerminkan kondisi masyarakat secara luas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengkaji secara empiris bagaimana tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan secara bersama-sama memengaruhi keputusan keuangan masyarakat.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini dirancang untuk menganalisis pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel secara empiris melalui analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen keuangan perilaku serta menjadi dasar pertimbangan praktis bagi masyarakat dan pemangku kepentingan dalam meningkatkan kualitas keputusan keuangan di era digital.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tekanan sosial digital terhadap keputusan keuangan masyarakat, menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan keuangan masyarakat, menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat, serta menganalisis pengaruh tekanan sosial

digital, gaya hidup, dan literasi keuangan secara simultan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

2. KAJIAN PUSTAKA

Keputusan Keuangan

Keputusan keuangan merupakan proses pemilihan alternatif tindakan yang berkaitan dengan pengelolaan sumber daya keuangan individu, termasuk pengeluaran, tabungan, penggunaan utang, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Dalam perspektif manajemen keuangan perilaku, keputusan keuangan tidak selalu bersifat rasional karena dipengaruhi oleh faktor psikologis dan lingkungan sosial (Xiao & O'Neill, 2016). Individu sering kali menghadapi keterbatasan informasi dan bias kognitif yang memengaruhi kualitas keputusan keuangan yang diambil.

Keputusan keuangan yang baik ditandai dengan adanya pertimbangan antara kebutuhan dan kemampuan finansial, pengelolaan risiko, serta orientasi pada tujuan keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, keputusan keuangan dijadikan sebagai variabel dependen dalam penelitian ini karena mencerminkan hasil akhir dari pengaruh faktor internal dan eksternal yang dialami individu.

Tekanan Sosial Digital

Tekanan sosial digital merupakan bentuk tekanan sosial yang muncul akibat interaksi, perbandingan sosial, dan ekspektasi yang berkembang di lingkungan digital, khususnya melalui media sosial. Tekanan ini mendorong individu untuk menyesuaikan perilaku dan pilihan konsumsi agar sesuai dengan standar sosial yang ditampilkan secara daring. Fenomena ini sejalan dengan teori *social comparison* yang menyatakan bahwa individu cenderung mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kondisi dan pencapaiannya dengan orang lain (Festinger, 1954).

Dalam konteks keuangan, tekanan sosial digital dapat memengaruhi keputusan keuangan melalui paparan konten gaya hidup, simbol status, dan keberhasilan finansial. Donnelly dan Ksendzova (2014) menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial berhubungan dengan meningkatnya perilaku konsumtif dan keputusan keuangan yang impulsif. Studi yang lebih mutakhir juga menunjukkan bahwa tekanan sosial berbasis digital dapat mengurangi pertimbangan rasional dalam pengambilan keputusan keuangan (Rozgonjuk, Sindermann, Elhai, & Montag, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, tekanan sosial digital diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan keuangan masyarakat, khususnya dalam mendorong perilaku konsumsi dan pengeluaran yang dipengaruhi oleh lingkungan sosial digital.

Hipotesis(H1): Tekanan sosial digital berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penggunaan sumber daya keuangan. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang membentuk perilaku konsumsi individu. Dalam era digital, gaya hidup semakin dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial dan kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan.

Gaya hidup yang cenderung konsumtif dapat meningkatkan frekuensi dan intensitas pengeluaran, sehingga berpotensi memengaruhi kualitas keputusan keuangan. Penelitian Sari dan Widiyanto (2019) serta Pradiningtyas dan Lukiastuti (2019) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan keputusan keuangan

individu. Individu dengan gaya hidup yang tidak seimbang dengan kemampuan finansial cenderung mengambil keputusan keuangan yang kurang terencana.

Dengan demikian, gaya hidup dipandang sebagai faktor internal yang memengaruhi cara individu mengalokasikan dan menggunakan sumber daya keuangannya.

Hipotesis(H2): Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami, mengelola, dan menggunakan informasi keuangan untuk membuat keputusan yang tepat. OECD (2018) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang diperlukan untuk mencapai kesejahteraan finansial. Literasi keuangan berperan penting dalam membantu individu memahami risiko, manfaat, serta konsekuensi dari setiap keputusan keuangan yang diambil.

Berbagai penelitian dalam sepuluh tahun terakhir menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kualitas keputusan keuangan. Xiao dan O'Neill (2016) serta Lusardi dan Mitchell (2017) menemukan bahwa individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki perencanaan keuangan yang lebih matang dan perilaku keuangan yang lebih sehat. Dalam konteks tekanan sosial digital, literasi keuangan berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri yang membantu individu tetap rasional dalam mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, literasi keuangan diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Hipotesis(H3): Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Hubungan Tekanan Sosial Digital, Gaya Hidup, dan Literasi Keuangan terhadap Keputusan Keuangan

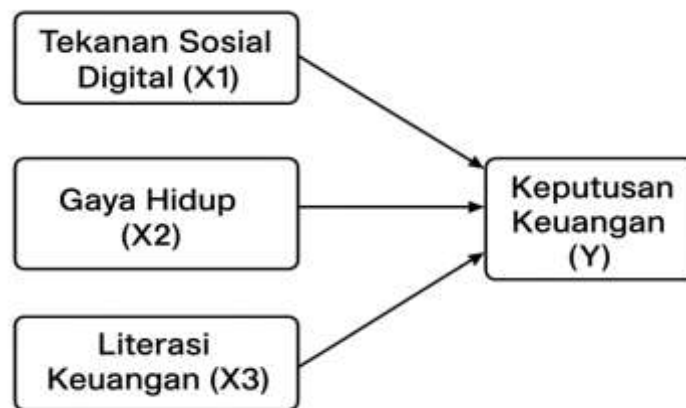
Keputusan keuangan masyarakat dipengaruhi oleh interaksi antara faktor eksternal dan internal. Tekanan sosial digital sebagai faktor eksternal dapat mendorong individu mengikuti standar sosial tertentu, sementara gaya hidup dan literasi keuangan sebagai faktor internal menentukan bagaimana individu merespons tekanan tersebut. Individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung mampu mengendalikan pengaruh gaya hidup dan tekanan sosial digital dalam pengambilan keputusan keuangan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kombinasi faktor sosial dan literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan keuangan individu (Putri & Rahyuda, 2017; Xiao & O'Neill, 2016). Oleh karena itu, ketiga variabel tersebut dipandang relevan untuk dianalisis secara simultan.

Hipotesis(H4): Tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini disusun berdasarkan teori perilaku konsumen dan keuangan perilaku yang menjelaskan bahwa keputusan keuangan individu dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan kognitif. Tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan diposisikan sebagai variabel independen yang diduga memiliki pengaruh langsung terhadap keputusan keuangan masyarakat.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara empiris berdasarkan data numerik yang dianalisis secara statistik. Pengukuran literasi keuangan dalam penelitian ini mengacu pada indikator yang direkomendasikan oleh OECD/INFE yang mencakup aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan. Pendekatan ini digunakan secara luas dalam penelitian empiris karena mampu menggambarkan tingkat literasi keuangan secara komprehensif dan terukur (OECD, 2018; Potrich et al., 2016).

Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel penelitian. Kuesioner disebarikan secara daring kepada responden masyarakat umum yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu berusia minimal 18 tahun, aktif menggunakan media sosial, dan telah melakukan pengambilan keputusan keuangan secara mandiri. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui pengisian kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku teks, jurnal ilmiah terakreditasi, dan publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 orang, yang dinilai telah memenuhi kebutuhan minimal analisis regresi linier berganda.

Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak statistik. Tahapan analisis meliputi uji kualitas instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan kuesioner. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, guna memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi yang dipersyaratkan.

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, sedangkan uji simultan (uji F) digunakan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama. Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 150 responden masyarakat umum yang aktif menggunakan media sosial dan telah melakukan pengambilan keputusan keuangan secara mandiri. Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	72	48,0%
	Perempuan	78	52,0%
Usia	18–25 tahun	54	36,0%
	26–35 tahun	61	40,7%
	36–45 tahun	24	16,0%
	>45 tahun	11	7,3%
Pendidikan	SMA/Sederajat	39	26,0%
	Diploma	28	18,7%
	Sarjana	67	44,7%
	Pascasarjana	16	10,6%
Pendapatan	< Rp3.000.000	46	30,7%
	Rp3.000.000–Rp5.000.000	58	38,7%
	> Rp5.000.000	46	30,6%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Berdasarkan Tabel 1, responden perempuan memiliki proporsi sedikit lebih besar dibandingkan responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa baik laki-laki maupun perempuan memiliki keterwakilan yang relatif seimbang dalam penelitian ini. Sebagian besar responden berada pada rentang usia 26–35 tahun, yang merupakan kelompok usia produktif dan aktif dalam penggunaan media digital serta pengambilan keputusan keuangan. Mayoritas responden memiliki tingkat pendidikan sarjana, yang menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan kognitif yang memadai untuk memahami pernyataan dalam kuesioner penelitian. Distribusi pendapatan responden menunjukkan variasi tingkat pendapatan yang relatif merata, sehingga hasil penelitian dapat merepresentasikan kondisi keuangan masyarakat dengan latar belakang ekonomi yang beragam.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* dengan nilai r tabel ($n = 150$; $\alpha = 0,05$).

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Instrumen.
Uji Validitas Item Variabel Tekanan Sosial Digital (X1)

Item	Corrected Item–Total Correlation	Keterangan
X1.1	0,521	Valid
X1.2	0,487	Valid

Item	Corrected Item–Total Correlation	Keterangan
X1.3	0,612	Valid
X1.4	0,556	Valid
X1.5	0,634	Valid
X1.6	0,498	Valid

Uji Validitas Item Variabel Gaya Hidup (X2)

Item	Corrected Item–Total Correlation	Keterangan
X2.1	0,583	Valid
X2.2	0,621	Valid
X2.3	0,547	Valid
X2.4	0,602	Valid
X2.5	0,668	Valid
X2.6	0,589	Valid

Uji Validitas Item Variabel Literasi Keuangan (X3)

Item	Corrected Item–Total Correlation	Keterangan
X3.1	0,655	Valid
X3.2	0,612	Valid
X3.3	0,687	Valid
X3.4	0,643	Valid
X3.5	0,701	Valid
X3.6	0,628	Valid

Uji Validitas Item Variabel Keputusan Keuangan (Y)

Item	Corrected Item–Total Correlation	Keterangan
Y1	0,601	Valid
Y2	0,645	Valid
Y3	0,578	Valid
Y4	0,662	Valid
Y5	0,619	Valid
Y6	0,684	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel tekanan sosial digital, gaya hidup, literasi keuangan, dan keputusan keuangan memiliki nilai korelasi lebih besar dari nilai r tabel 0,159. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha dengan ketentuan nilai lebih besar dari 0,70.

Tabel 3 Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Tekanan Sosial Digital (X1)	0,842 > 0,70		Reliabel
Gaya Hidup (X2)	0,865 > 0,70		Reliabel
Literasi Keuangan (X3)	0,881 > 0,70		Reliabel
Keputusan Keuangan (Y)	0,856 > 0,70		Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti.

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
Residual	0,200	> 0,05	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, data penelitian memenuhi asumsi normalitas dan layak untuk dianalisis menggunakan regresi linier berganda..

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Berdasarkan hasil analisis, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,012 + 0,313X_1 + 0,341X_2 + 0,393X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki koefisien regresi positif, yang berarti peningkatan pada masing-masing variabel independen akan meningkatkan keputusan keuangan masyarakat.

Pengujian Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis secara parsial dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 5. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Konstanta	0,012	0,067	0,947
Tekanan Sosial Digital (X1)	0,313	9,773	0,000
Gaya Hidup (X2)	0,341	12,447	0,000
Literasi Keuangan (X3)	0,393	13,408	0,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Pengujian simultan dilakukan untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji simultan disajikan pada Tabel6.

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	F hitung	Sig.	Keputusan
Regresi	151,500	0,000	Signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,870	0,757	0,752

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,752 menunjukkan bahwa **75,2%** variasi keputusan keuangan masyarakat dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan **24,8%** dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil koefisien determinasi disajikan pada Tabel 3.

Tabel 8. Koefisien Determinasi (Model Summary)

R	R Square	Adjusted R Square
0,870	0,757	0,752

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Nilai R Square sebesar 0,757 menunjukkan bahwa 75,7% variasi keputusan keuangan masyarakat dapat dijelaskan oleh tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh Tekanan Sosial Digital terhadap Keputusan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan sosial digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tekanan sosial yang dirasakan individu melalui media digital, semakin besar kecenderungan individu tersebut mengambil keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Media sosial berperan sebagai sarana pembentukan standar sosial baru yang mendorong individu untuk menyesuaikan pola konsumsi dan pengeluaran.

Temuan ini mendukung teori *social comparison* yang menyatakan bahwa individu cenderung mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain (Festinger, 1954). Selain itu, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Donnelly dan Ksendzova (2014) serta Rozgonjuk et al. (2021) yang menemukan bahwa paparan media sosial dapat meningkatkan tekanan sosial dan memengaruhi perilaku serta keputusan keuangan individu.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa pola aktivitas dan preferensi konsumsi individu berperan penting dalam menentukan cara pengambilan

keputusan keuangan. Gaya hidup yang cenderung konsumtif mendorong individu untuk melakukan pengeluaran yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Sari dan Widiyanto (2019) serta Pradiningtyas dan Lukiastuti (2019) yang menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku dan keputusan keuangan. Dalam konteks masyarakat modern, gaya hidup yang dipengaruhi oleh tren digital dapat menjadi faktor risiko dalam pengambilan keputusan keuangan apabila tidak diimbangi dengan pengelolaan keuangan yang baik.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Keputusan Keuangan

Literasi keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa individu dengan pemahaman keuangan yang lebih baik cenderung mampu mempertimbangkan risiko, kebutuhan, dan tujuan keuangan sebelum mengambil keputusan. Literasi keuangan berperan sebagai faktor pengendali yang membantu individu tetap rasional di tengah tekanan sosial digital dan gaya hidup konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Xiao dan O'Neill (2016) serta Lusardi dan Mitchell (2017) yang menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan determinan utama dalam meningkatkan kualitas keputusan keuangan individu. Dengan literasi keuangan yang memadai, individu lebih mampu mengelola pengaruh eksternal yang berpotensi mengarah pada keputusan keuangan yang kurang optimal.

Integrasi Temuan Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa faktor sosial dan kognitif memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan individu (Lusardi & Mitchell, 2017; Tang & Baker, 2016). Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat temuan empiris terdahulu sekaligus menegaskan relevansi model penelitian yang digunakan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan keuangan masyarakat dipengaruhi oleh kombinasi faktor eksternal dan internal. Tekanan sosial digital berperan sebagai stimulus eksternal, sementara gaya hidup dan literasi keuangan berfungsi sebagai faktor internal yang menentukan respons individu terhadap stimulus tersebut. Temuan ini memperkuat pendekatan keuangan perilaku yang menekankan bahwa keputusan keuangan tidak hanya didasarkan pada pertimbangan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh aspek sosial dan psikologis.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

1. Tekanan sosial digital terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Hasil uji parsial menunjukkan bahwa peningkatan tekanan sosial yang berasal dari interaksi dan perbandingan sosial di media digital secara nyata memengaruhi cara individu mengambil keputusan keuangan.
2. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa pola konsumsi dan preferensi gaya hidup individu berkontribusi langsung terhadap kualitas dan arah keputusan keuangan yang diambil.
3. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih baik cenderung

mampu mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional, terencana, dan mempertimbangkan risiko keuangan.

4. Tekanan sosial digital, gaya hidup, dan literasi keuangan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan keuangan masyarakat. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi keputusan keuangan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Saran

Masyarakat disarankan untuk lebih bijak dalam menyikapi tekanan sosial yang muncul melalui media digital, khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan konsumsi. Peningkatan literasi keuangan menjadi penting agar individu mampu mengendalikan pengaruh eksternal tersebut dan mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan kemampuan serta tujuan keuangan jangka panjang.

Bagi pemerintah dan lembaga terkait, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam pengembangan program edukasi literasi keuangan yang lebih kontekstual dengan perkembangan digital. Program edukasi tersebut diharapkan tidak hanya berfokus pada pengetahuan keuangan dasar, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dalam menghadapi tekanan sosial digital yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang belum diteliti dalam model ini, seperti kontrol diri, pendapatan, atau faktor psikologis, serta menggunakan pendekatan metode yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengambilan keputusan keuangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2015). *Consumer attitudes and behavior: The theory of planned behavior applied*. London: Routledge.
- Almenberg, J., & Widmark, O. (2016). Numeracy, financial literacy, and participation in asset markets. *Journal of Pension Economics and Finance*, 15(2), 1–21. <https://doi.org/10.1017/S1474747215000354>
- Arianti, B. F. (2018). The influence of financial literacy, financial behavior and income on investment decision. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Baker, H. K., & Ricciardi, V. (2014). *Investor behavior: The psychology of financial planning and investing*. Hoboken, NJ: Wiley.
- Budiarto, A., & Susanti. (2017). Pengaruh financial literacy, overconfidence, dan risk tolerance terhadap keputusan investasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 1–15.
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2016). The financial management behavior scale. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dittmar, H., Bond, R., Hurst, M., & Kasser, T. (2014). The relationship between materialism and personal well-being: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(5), 879–924. <https://doi.org/10.1037/a0037409>
- Donnelly, G., & Ksendzova, M. (2014). The influence of social media on financial behavior. *Journal of Behavioral and Experimental Economics*, 50, 47–52. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2014.03.006>
- Falahati, L., & Paim, L. (2019). Gender differences in financial well-being. *Journal of Family and Economic Issues*, 40(3), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s10834-019-09605-7>

- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.
<https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Hanna, S. D., & Lindamood, S. (2016). Financial literacy and financial decision making. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 21(2), 1–13.
- Kahneman, D. (2018). *Thinking, fast and slow* (Rev. ed.). New York, NY: Farrar, Straus and Giroux.
- Kholilah, N. A., & Iramani, R. (2013). Studi financial management behavior pada masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
<https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). How ordinary consumers make complex economic decisions. *Journal of Economic Perspectives*, 31(3), 49–68.
<https://doi.org/10.1257/jep.31.3.49>
- OECD. (2018). *OECD/INFE toolkit for measuring financial literacy and financial inclusion*. Paris: OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan*. Jakarta: OJK.
- Pradiningtyas, T. E., & Lukiastuti, F. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–12.
- Putri, N. M. D. R., & Rahyuda, H. (2017). Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan keuangan. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 6(9), 3407–3434.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2021). Fear of missing out, social media use, and behavioral outcomes. *Computers in Human Behavior*, 118, 106684.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106684>
- Sari, D. A., & Anam, M. K. (2021). Pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 18(2), 85–98.
- Sari, D. A., & Widiyanto. (2019). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan individu. *Economic Education Analysis Journal*, 8(3), 972–985.
- Suyanto, S., & Widodo, T. (2020). Social media influence and financial decision making. *International Journal of Financial Research*, 11(3), 1–10.
<https://doi.org/10.5430/ijfr.v11n3p1>
- Thaler, R. H. (2016). *Misbehaving: The making of behavioral economics*. New York, NY: W. W. Norton & Company.
- We Are Social, & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Global overview report*.
- Xiao, J. J., & O'Neill, B. (2016). Consumer financial education and financial capability. *International Journal of Consumer Studies*, 40(6), 712–721.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12285>
- Yulianti, N., & Silvy, M. (2013). Sikap pengelolaan keuangan dan perilaku perencanaan investasi. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 57–68.