Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif
Volume. 3, Nomor. 3, September 2026
E-ISSN .: 3046-9058 ; P-ISSN .: 3047-0234; Hal. 100-112
DOI: https://doi.org/10.61132/jubikin.v3i3.1605
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN

Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Fear of Missing Out* (Fomo) Terhadap Perilaku Menabung pada Pekerja Generasi Z di Jakarta Selatan

Raihan Febriyan[1*], Fera Nelfianti[2]
[1,2] Program Studi Manajemen, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia
Email: raihanfebriyan7@gmail.com[1], fera.fnf@bsi.ac.id[2]
**Penulis Korespondensi: raihanfebriyan7@gmail.com*

Abstract. *Prompted by the escalating financial vulnerability of Generation Z private employees within the South Jakarta metropolitan business district, this investigation explores how status-driven consumer lifestyles and social anxieties, specifically Fear of Missing Out (FOMO), affect personal saving discipline both independently and collectively. Employing an associative-causal quantitative framework, primary data were gathered via digital Likert-scale questionnaires distributed to a cohort of 100 young professionals selected through integrated purposive and snowball sampling techniques, with the sample size calculated using the Lemeshow formula for undefined populations. The collected dataset was processed utilizing a multiple linear regression model. The individual t-test estimations reveal that a consumptive way of living exerts a statistically significant adverse effect on the respondents' saving behavior (t-value = -2.502 < -t-table = -1.984; Sig. = 0.014). Concurrently, FOMO acts as a more severe inhibitor, negatively and significantly degrading their capability to accumulate wealth (t-value = -3.341 < -t-table = -1.984; Sig. = 0.001). Furthermore, the joint F-test confirms that both predictors collectively explain a substantial portion of the saving behavior variance (F-value = 42.002 > F-table = 3.09; Sig. = 0.000). Ultimately, the study concludes that the synergy between status-seeking consumption patterns and digital-era social anxieties severely undermines the financial prudence of the younger demographic, calling for systemic corporate-led intervention such as automated payroll savings.*

Keywords: *Consumptive Lifestyle; Fear of Missing Out (FOMO); Generation Z Workers; Private Employees; Saving Behavior*.

Abstrak. Kerawanan kondisi keuangan di kalangan pekerja swasta Generasi Z di kawasan bisnis metropolitan Jakarta Selatan menjadi stimulus utama dilaksanakannya kajian ini. Tingginya paparan budaya urban serta kecemasan psikososial akibat ketakutan tertinggal tren memicu pengeluaran irasional yang menurunkan kedisiplinan menyisihkan uang. Kajian ini dirancang untuk menguji pengaruh Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan Fear of Missing Out (FOMO) (X2) terhadap Perilaku Menabung (Y) secara parsial maupun gabungan. Dengan mengadopsi rancangan kuantitatif asosiatif kausalitas, penjaringan data primer dilakukan melalui kuesioner digital skala Likert kepada 100 responden pekerja swasta dengan teknik *purposive* sampling dan *snowball sampling*, di mana ukuran sampel minimum ditentukan bersandarkan Rumus Lemeshow. Himpunan data olahan selanjutnya dievaluasi menggunakan pemodelan analisis regresi linear berganda berbantuan perangkat lunak SPSS 26. Temuan empiris melalui pengujian parsial membuktikan bahwa gaya hidup konsumtif secara parsial memproyeksikan kontribusi negatif dan signifikan terhadap perilaku menabung harian (t-hitung = -2,502 < -t-tabel = -1,984; Sig. = 0,014). Secara paralel, sindrom FOMO teridentifikasi memberikan dampak negatif yang jauh lebih dominan dan signifikan dalam meruntuhkan pertahanan tabungan pekerja swasta muda (t-hitung = -3,341 < -t-tabel = -1,984; Sig. = 0,001). Selain itu, uji simultan F-test melegitimasi bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama mengendalikan naik-turunnya perilaku menabung secara sangat signifikan (F-hitung = 42,002 > F-tabel = 3,09; Sig. = 0,000) dengan kontribusi pengaruh gabungan sebesar 46,4%. Secara menyeluruh, studi ini menyimpulkan bahwa kolaborasi antara hasrat konsumsi impulsif dan tekanan kepanikan sosial akibat paparan media sosial beroperasi sebagai faktor perusak kontrol diri finansial pekerja Generasi Z secara simultan.

Kata kunci: *Fear of Missing Out*; Gaya Hidup Konsumtif; Generasi Z; Pekerja Swasta; Perilaku Menabung.

1. LATAR BELAKANG

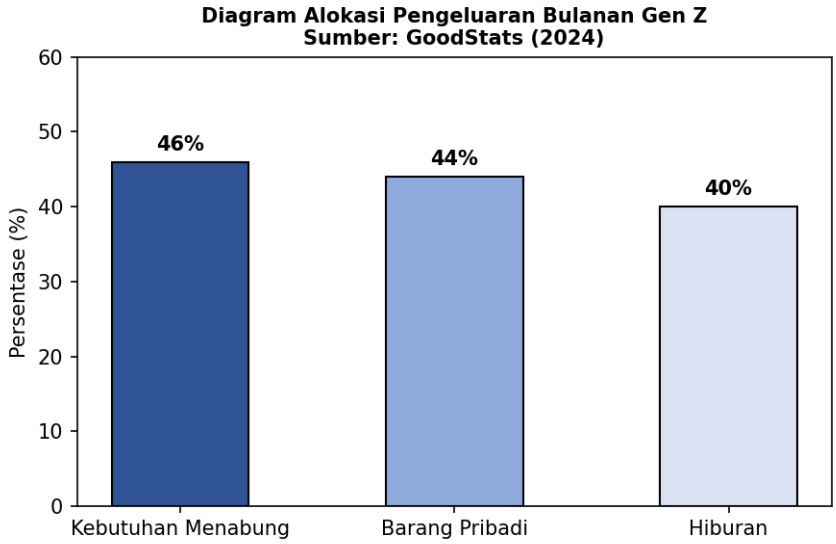
Tuntutan gaya hidup metropolitan melahirkan pergeseran perilaku yang signifikan ke arah budaya konsumtif yang masif pada pekerja usia muda di Jakarta Selatan. Kebiasaan bersantai di kedai kopi kekinian dengan dalih apresiasi diri (*self-reward*) sering kali menjadi beban pengeluaran yang menggerus pendapatan bulanan tanpa disadari. Perilaku konsumtif ini pun menjadi semakin sulit dikendalikan akibat kehadiran sistem pembayaran digital yang serba cepat dan instan seperti QRIS (Wulandari dkk., 2025). Kemudahan transaksi digital secara

Naskah Masuk: 16 Juli 2026; Revisi: 16 Agustus 2026; Diterima: 16 September 2026; Terbit: 30 September 2026

psikologis menurunkan sensitivitas seseorang ketika mengeluarkan uang (*pain of paying*), yang pada gilirannya memicu pembelian impulsif (*impulsive buying*) secara irasional. Gaya hidup konsumtif ini mengarah pada pengeluaran yang melampaui kemampuan finansial, di mana individu cenderung menghabiskan uang demi memenuhi keinginan semata dibandingkan kebutuhan pokok (Hasibuan dkk., 2026).

Selain kemudahan sistem pembayaran, faktor psikososial utama yang mendorong eskalasi gaya hidup konsumtif adalah fenomena *fear of missing out* (FOMO). FOMO merujuk pada kondisi kecemasan atau kekhawatiran yang meresap di mana seseorang merasa gelisah akan ketertinggalan dari tren terbaru, momen berharga, maupun gaya hidup populer yang sedang terjadi di lingkungannya (Ikhsanti dkk., 2025). Tekanan psikologis ini muncul dan diperparah oleh paparan visual antusiasme orang lain di berbagai platform media sosial secara konstan. Demi meredakan kecemasan sosial dan memperoleh pengakuan serta validasi kelompok, individu cenderung melakukan pembelanjaan berlebihan pada barang-barang non-fungsional yang sebenarnya tidak diperlukan (Hasibuan dkk., 2026). Kombinasi antara dorongan psikologis untuk selalu terlihat kekinian di media sosial dan kemudahan transaksi keuangan pada akhirnya membelenggu rasionalitas perencanaan keuangan pribadi.

Data berskala nasional dari survei GoodStats (2024) mengungkapkan bahwa alokasi pengeluaran bulanan Generasi Z untuk barang pribadi mencapai 44% dan kebutuhan hiburan memakan porsi sebesar 40%. Persentase ini sangat besar dan bersaing ketat dengan alokasi untuk menabung yang berada di angka 46%. Fakta visual mengenai ketimpangan alokasi pengeluaran bulanan ini disajikan secara jelas pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alokasi Pengeluaran Bulanan Generasi Z
Sumber: GoodStats (2024)

Lebih mengkhawatirkan lagi, survei tersebut mencatat bahwa kebiasaan mengalokasikan dana tabungan Generasi Z masih sangat minim, di mana sebanyak 69,9% individu terbukti tidak memiliki tabungan sama sekali dan hanya 30,1% yang secara rutin memilikinya. Detail visual mengenai kerentanan finansial berskala nasional ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Diagram Kebiasaan Menabung Rakyat Indonesia
Sumber: GoodStats (2024)

Perilaku boros demi mengejar tren sosial ini berdampak langsung pada rendahnya perilaku menabung mereka dan mempersulit pencapaian stabilitas finansial jangka panjang (Banowati dkk., 2024; Maryam & Rachmansyah, 2025).

Melihat adanya jurang pemisah yang lebar antara pentingnya perilaku menabung dan kuatnya godaan serta tekanan sosial di wilayah metropolitan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap Perilaku Menabung pada pekerja Generasi Z di Jakarta Selatan, baik secara parsial maupun simultan.

2. KAJIAN TEORITIS

Gaya Hidup Konsumtif

Menurut Faesal dkk. (2025)dan Andriani dkk. (2023), gaya hidup konsumtif merupakan pola hidup individu yang membelanjakan sumber daya keuangannya secara berlebih demi memuaskan keinginan fana di atas kebutuhan pokoknya. Kecenderungan gaya hidup yang boros ini dapat merusak kedisiplinan keuangan seseorang, sehingga secara langsung memicu kemerosotan minat dan kemauan dalam menyisihkan pendapatan untuk masa depan (Puspitasari & Suwaidi, 2024). Berdasarkan dimensi gaya hidup konsumtif menurut Plummer dalam (Soraya dkk., 2025), gaya hidup konsumtif bisa dilihat dari tiga aspek yaitu orientasi pada merek (*brand orientation*) yang menunjukkan dorongan membeli barang bermerek mahal demi prestise diri, membeli barang secara berlebihan yang menunjukkan tindakan konsumsi di

luar batas fungsi rasionalitas, serta mengikuti tren (*following trends*) yang mencerminkan upaya menyelaraskan pengeluaran demi konformitas lingkungan sosialnya.

***Fear Of Missing Out* (FOMO)**

Kecemasan psikososial yang dioperasionalkan sebagai Fear of Missing Out (FOMO) digambarkan oleh Azizah dkk. (2024) serta Deliana dkk. (2024), sebagai bentuk kegelisahan sosiologis akibat persepsi subjektif bahwa sirkel pergaulan sedang menikmati aktivitas bernilai tanpa kehadirannya. Tingginya akumulasi tekanan emosional tersebut selanjutnya melumpuhkan kontrol rasionalitas dalam pengelolaan dana, sehingga mendorong terjadinya tindakan finansial impulsif dan pengabaian anggaran belanja harian demi meredam kepanikan sosial (Listiana dkk., 2026). Berdasarkan dimensi *Fear of Missing Out* menurut Przybylski dalam (Maryam & Rachmansyah, 2025), FOMO bisa dilihat dari empat aspek yaitu kecemasan kehilangan momen (*loss anxiety*) yang menunjukkan rasa gelisah saat tidak mengetahui aktivitas terkini sirkelnya, konformitas sosial yang menunjukkan desakan psikologis untuk terus menyamai standar kelompok pergaulan, orientasi tren yang mencerminkan dorongan untuk ikut serta dalam aktivitas viral di media sosial, serta validasi maya (*virtual validation*) yang menunjukkan dahaga akan pengakuan instan melalui platform digital.

Perilaku Menabung

Menurut Sari & Anwar (dalam Puspitasari & Suwaidi, 2024), perilaku menabung merupakan sekumpulan tindakan, komitmen, serta perencanaan keuangan untuk menyisihkan sebagian pendapatan saat ini sebagai dana simpanan masa depan. Penerapan perilaku menabung yang konsisten bisa memperkuat ketahanan finansial pribadi, sehingga membantu menciptakan ketenangan dan kestabilan ekonomi jangka panjang (Banowati dkk., 2024) Berdasarkan dimensi perilaku menabung menurut Atkinson (dalam Irawati & Kasemetan, 2023), perilaku menabung bisa dilihat dari tiga aspek yaitu alokasi rutin gaji yang menunjukkan kedisiplinan menyisihkan porsi dana tabungan di awal bulan, disiplin anggaran yang menunjukkan komitmen kaku mematuhi rencana batas pengeluaran bulanan, serta proteksi tabungan yang mencerminkan tindakan protektif menjaga saldo simpanan agar tidak ditarik untuk pengeluaran impulsif.

3. METODE PENELITIAN

Pendekatan kuantitatif dengan rancangan analisis asosiatif kausalitas diterapkan dalam penelitian ini. Pola hubungan fungsional tersebut dievaluasi untuk menakar derajat signifikansi serta besarnya kontribusi dari sepasang prediktor eksogen—yaitu perilaku belanja prestise (X1) dan kecemasan psikososial (X2)—dalam mengintervensi variabel kriteria berupa Perilaku Menabung (Y). Batasan operasional populasi diarahkan secara spesifik pada kelompok demografi Generasi Z (rentang kelahiran tahun 1997 sampai dengan 2012) yang aktif bekerja

di wilayah administratif Jakarta Selatan. Berdasarkan publikasi kependudukan dari Badan Pusat Statistik (2020) kelompok Generasi Z diidentifikasi sebagai kluster demografi terbesar di tanah air yang merepresentasikan 27,94% dari akumulasi populasi nasional atau ekuivalen dengan 74,93 juta jiwa. Mengingat ukuran populasi riil dari pekerja muda di pusat bisnis metropolitan bersifat fluktuatif dan tidak terhingga, penghitungan jumlah sampel representatif mengacu pada penggunaan Rumus Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui parameternya (Wulandari dkk., 2025):

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

Berdasarkan derajat kepercayaan 95% (Z = 1,96), estimasi proporsi p = 0,5, dan toleransi margin of error d = 10% (0,10), perhitungan menghasilkan kuota minimal sampel sebesar 96,04 responden, yang dibulatkan peneliti menjadi 100 responden guna menjaga kestabilan estimasi model regresi. Teknik penarikan sampel mengolaborasikan pendekatan purposive sampling dan snowball sampling (Bakry dkk., 2025). Kriteria inklusi meliputi: (1) pekerja swasta kelahiran 1997-2012, (2) aktif beraktivitas/bekerja di Jakarta Selatan, dan (3) memiliki penghasilan mandiri.

Pengumpulan data primer dalam penelitian ini diselenggarakan selama rentang waktu enam minggu (24 Mei hingga 5 Juli 2026) melalui penyebaran kuesioner terstruktur secara digital via Google Form. Pengukuran tanggapan responden dilakukan menggunakan model skala Likert 5 poin, yang menjabarkan pilihan respons mulai dari bobot terendah Sangat Tidak Setuju (skor 1) hingga bobot tertinggi Sangat Setuju (skor 5). Uji kualitas data mencakup evaluasi validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dengan kriteria kesahihan butir kuesioner apabila nilai r-hitung melampaui batas kritis r-tabel sebesar 0,195 (df = 98, alpha = 0,05). Keandalan instrumen diukur melalui koefisien reliabilitas Cronbach's Alpha, dengan batas kriteria reliabel apabila nilainya berada di atas 0,60 (Ghozali, 2025). Adapun pengujian hubungan kausalitas antar-variabel menggunakan model regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS 26:

$$\mathbf{Y = a + b1X1 + b2X2 + e}$$

Dalam model tersebut, Y melambangkan variabel dependen Perilaku Menabung, sedangkan a merupakan konstanta yang menunjukkan nilai Perilaku Menabung jika variabel independen bernilai konstan atau nol. Koefisien regresi b1 dan b2 secara berturut-turut menggambarkan arah dan besarnya pengaruh dari variabel bebas Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan *Fear of Missing Out* (X2), sedangkan e merepresentasikan standard error atau tingkat kesalahan gangguan di luar model.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengumpulan data primer terhadap 100 responden, diperoleh potret demografis yang menunjukkan dominasi pekerja Generasi Z pada rentang usia produktif awal. Profil lengkap disajikan dalam tabel terbuka di bawah ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kategori Usia	Frekuensi (n)	Persentase (%)
18 - 21 Tahun	19	19%
22 - 25 Tahun	62	62%
26 - 29 Tahun	19	19%

Merujuk pada Tabel 1, mayoritas responden berada pada rentang usia 22 hingga 25 tahun sebesar 62%. Fase ini mencerminkan fase produktivitas awal pasca-kelulusan di mana pekerja baru saja memiliki kemandirian finansial penuh, namun secara bersamaan rentan terhadap paparan konsumerisme di Jakarta Selatan. Saringan filter screening question juga divalidasi mutlak, di mana 100% responden bekerja/berdomisili di Jakarta Selatan dan berpenghasilan mandiri. Keberhasilan penapisan absolut ini dijamin oleh penggabungan teknik purposive sampling dengan snowball sampling berantai yang digerakkan insentif partisipasi proporsional.

Uji Kualitas Data

Pengujian validitas instrumen dengan korelasi Pearson menunjukkan bahwa seluruh item kuesioner memiliki nilai r-hitung yang melampaui batas kritis r-tabel (0,195) dengan signifikansi (Sig. 2-tailed) < 0,05, sehingga dinyatakan valid secara mutlak. Adapun pengujian reliabilitas instrumen diringkas pada tabel berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Konstruk Variabel	Cronbach's Alpha	Ambang Batas	Keterangan
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	0,864	> 0,60	Reliabel
Fear of Missing Out (X2)	0,814	> 0,60	Reliabel
Perilaku Menabung (Y)	0,913	> 0,60	Reliabel

Tabel 2 membuktikan bahwa seluruh konstruk memiliki keandalan instrumen yang superior dengan nilai Cronbach's Alpha jauh di atas batas minimal 0,60. Konstruk Perilaku Menabung (Y) bahkan menunjukkan keandalan tertinggi (0,913), menandakan kuesioner stabil untuk dilanjutkan ke analisis regresi berganda.

Uji Asumsi Klasik

Model regresi telah diuji kelayakan statistiknya melalui uji asumsi klasik BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Hasil pengujian meliputi: (1) Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov mencetak probabilitas Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,978 (> 0,05) dan visualisasi P-P Plot merapat pada garis diagonal, yang memvalidasi bahwa sisaan berdistribusi normal secara simetris. (2) Uji Heteroskedastisitas dengan uji Glejser membuktikan probabilitas signifikansi Gaya Hidup Konsumtif (0,389) dan FOMO (0,191) melampaui 0,05, serta

scatterplot menyebar secara acak, yang berarti model steril dari fluktuasi varians sisaan. (3) Uji Linearitas menunjukkan Deviation from Linearity Sig sebesar 0,201 (X1) dan 0,532 (X2) yang berada di atas 0,05, membuktikan adanya ketersambungan garis lurus yang linear. (4) Hasil uji multikolinearitas diringkas pada tabel berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	0,366	2,733
Fear of Missing Out (X2)	0,366	2,733

Berdasarkan Tabel 3, kedua variabel independen memiliki nilai Tolerance sebesar 0,366 (> 0,10) dan Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 2,733 (< 10,00). Temuan statistik ini membuktikan secara empiris bahwa tidak ada tumpang-tindih multikolinearitas antar prediktor bebas di dalam model regresi.

Hasil Analisis Regresi dan Uji Hipotesis

Mekanisme pengujian regresi linear berganda dikerahkan untuk memetakan arah dan kontribusi dari Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan FOMO (X2) dalam menjelaskan variabilitas Perilaku Menabung (Y). Hasil estimasi koefisien regresi dan uji t (parsial) disajikan dalam Tabel 4:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji t (Parsial)

Model	Koefisien B	Std. Error	t-hitung	Signifikansi (Sig.)
(Constant)	40,768	1,825	22,336	0,000
Gaya Hidup Konsumtif (X1)	-0,362	0,145	-2,502	0,014
Fear of Missing Out (X2)	-0,699	0,209	-3,341	0,001

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Y = 40,768 - 0,362 X1 - 0,699 X2

Secara statistik, model estimasi tersebut memiliki makna fungsional yang dapat diterangkan sebagai berikut. Pertama, nilai konstanta (a) sebesar 40,768 berimplikasi bahwa "apabila variabel independen bernilai konstan atau sama dengan nol, maka tingkat Perilaku Menabung pekerja swasta Generasi Z diestimasikan tetap positif" pada angka 40,768 satuan. Kedua, parameter arah koefisien regresi X1 sebesar -0,362 memperlihatkan dampak berlawanan arah, di mana "setiap kenaikan intensitas gaya hidup konsumtif sebesar satu satuan akan menyebabkan penurunan Perilaku Menabung" sebesar 0,362 satuan dengan asumsi prediktor lainnya tidak berubah. Ketiga, koefisien regresi X2 sebesar -0,699 mencerminkan tekanan negatif yang jauh lebih tajam, yang berarti "setiap peningkatan kecemasan sosial akibat FOMO sebesar satu satuan secara nyata akan mendepresiasi tingkat tabungan" sebesar 0,699 secara nyata.

Untuk membuktikan kebermaknaan pengaruh tersebut secara individual, dilakukan pengujian parsial menggunakan uji t dengan batas rujukan t-tabel sebesar 1,984 (pada derajat kebebasan df = 97 dan taraf signifikansi alpha = 0,05). Hasil kalkulasi komputer membuktikan bahwa, pertama, Gaya Hidup Konsumtif (X1) secara parsial memberikan "pengaruh negatif

dan signifikan terhadap Perilaku Menabung" (Y) pekerja swasta Generasi Z di Jakarta Selatan. Keputusan statistik ini sah karena perolehan nilai t-hitung sebesar -2,502 terbukti lebih kecil dari batas kritis negatif tabel (-2,502 < -1,984) dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar 0,014 (< 0,05), sehingga diputuskan bahwa "H01 ditolak dan Ha1 diterima" secara mutlak. Kedua, variabel Fear of Missing Out (FOMO) (X2) secara parsial juga memberikan "pengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung" (Y) pada responden. Landasan penarikan kesimpulan ini merujuk pada capaian t-hitung sebesar -3,341 yang jauh melampaui t-tabel negatif (-3,341 < -1,984) serta dikawal nilai signifikansi sebesar 0,001 (< 0,05), yang secara otomatis membuktikan bahwa "H02 ditolak dan Ha2 diterima" secara meyakinkan. Melalui perbandingan nilai parameter t-hitung, terkonfirmasi bahwa sindrom kecemasan FOMO bertindak sebagai faktor pelemah yang jauh lebih merusak pertahanan tabungan Generasi Z di Jakarta Selatan.

Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Kelayakan keseluruhan model estimasi regresi dievaluasi menggunakan pengujian F-test secara bersama-sama. Analisis varians ANOVA dikerahkan untuk mendeteksi kontribusi gabungan dari seluruh variabel bebas terhadap ketahanan Perilaku Menabung, dengan ringkasan pengolahan data komputer disajikan pada tabel di bawah ini

Tabel 5. Hasil Pengujian Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F-hitung	Signifikansi (Sig.)
Regression	1906,235	2	953,117	42,002	0,000b
Residual	2201,155	97	22,692		

Pemaparan data uji ANOVA pada Tabel 5 mengonfirmasi perolehan nilai F-hitung sebesar 42,002. Nilai empiris tersebut secara nyata melampaui batas kritis F-tabel sebesar 3,09 (df1 = 2; df2 = 97) dengan tingkat signifikansi sangat kuat sebesar 0,000. Oleh karena probabilitas signifikansi berada jauh di bawah nilai toleransi 5% (0,000 < 0,05), maka ditarik keputusan ilmiah untuk menolak hipotesis nol ketiga (H03) dan menerima hipotesis alternatif ketiga (Ha3). Hasil pengujian secara simultan ini memberikan bukti empiris bahwa kombinasi antara variabel Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan Fear of Missing Out (FOMO) (X2) memiliki peran krusial secara kolektif terhadap naik-turunnya tingkat Perilaku Menabung (Y) pada kelompok pekerja swasta muda di wilayah Jakarta Selatan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Analisis determinasi parsial dan simultan dikerahkan untuk memindai besarnya kontribusi kontributif dari masing-masing prediktor secara mandiri maupun gabungan dalam menerangkan perilaku menabung. Ringkasan pengujian disajikan pada Tabel 6:

Tabel 6. Ringkasan Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)

Model Pengujian	R	R Square	Adjusted R Square
Gaya Hidup Konsumtif (X1) Parsial	0,634	0,402	0,396
Fear of Missing Out (X2) Parsial	0,655	0,430	0,424
Model Simultan (X1, X2 terhadap Y)	0,681	0,464	0,453

Deskripsi mengenai kekuatan daya ramal dari model penelitian, baik secara parsial maupun simultan, dirangkum berdasarkan informasi pada Tabel 6. Melalui hasil perhitungan tersebut, rincian proporsi kontribusi masing-masing variabel dapat diuraikan secara mendalam. Pertama, parameter Adjusted R-Square untuk pengaruh mandiri Gaya Hidup Konsumtif (X1) berada pada besaran angka 0,396. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabilitas perilaku menyisihkan uang di kalangan pekerja swasta Generasi Z dapat diproyeksikan oleh gaya hidup konsumtif dengan persentase kekuatan sebesar 39,6%. Kedua, untuk pengujian parsial variabel Fear of Missing Out (FOMO) (X2), diperoleh nilai Adjusted R-Square bernilai 0,424. Tingkat koefisien ini mencerminkan bahwa kepanikan sosial akibat takut tertinggal tren memiliki kapasitas sebesar 42,4% dalam menerangkan fluktuasi naik-turunnya perilaku menabung responden. Ketiga, apabila kedua prediktor diuji secara bersama-sama (simultan), koefisien determinasi (R-Square) yang terbentuk adalah sebesar 0,464 dengan nilai penyesuaian (Adjusted R-Square) pada angka 0,453. Angka ini menegaskan bahwa sinergi antara Gaya Hidup Konsumtif (X1) dan sindrom FOMO (X2) secara simultan mendominasi penjelasan variabilitas Perilaku Menabung (Y) dengan kontribusi persentase sebesar 46,4%. Sementara itu, sisa varians yang mencapai 53,6% disumbang oleh berbagai stimulan eksternal yang tidak diakomodasi di dalam persamaan regresi ini. Faktor-faktor eksternal tersebut mencakup tingkat pendapatan riil bulanan, pemahaman literasi investasi keuangan, fenomena stagnasi upah pekerja metropolitan, serta himpitan laju inflasi di wilayah perkotaan.

Pembahasan

Eksplorasi data dalam riset ini memberikan bukti konkret bahwa pola hidup konsumsi berlebih (X1) secara parsial mentransmisikan kontribusi negatif yang sangat nyata terhadap pembentukan Perilaku Menabung (Y) di kalangan pekerja muda Generasi Z di Jakarta Selatan. Keputusan statistik ini terefleksi secara ilmiah melalui capaian nilai signifikansi empiris sebesar 0,014, yang berada di bawah nilai ambang alpha 5% (0,014 < 0,05), serta didukung oleh nilai t-hitung sebesar -2,502 yang telah melewati batas kritis penolakan t-tabel sebesar -1,984. Konvergensi nilai-nilai parameter tersebut menuntun pada pembatalan hipotesis nol pertama (H01) dan penerimaan hipotesis alternatif (Ha1) secara sah. Konklusi empiris ini sangat sejalan dengan penyelidikan terdahulu dari Ricco (2026) serta Indiarti & Suwaidi, (2025) yang memaparkan bahwa eskalasi belanja impulsif bertindak sebagai pemicu utama merosotnya kedisiplinan finansial generasi muda dalam menyisihkan sebagian penghasilannya. Selain itu, realitas lapangan ini semakin memperkuat proposisi sosiologi konsumsi Baudrillard dalam Andina & Zulaikha (2024), di mana masyarakat modern cenderung mengutamakan

konsumsi simbolis demi meraih pengakuan identitas sosial di lingkungannya. Tatkala pekerja muda di kota besar memprioritaskan alokasi arus kas mereka untuk memenuhi kepuasan sekilas (seperti gaya hidup nongkrong di kedai kopi modern atau membeli produk populer), kapasitas finansial yang dialokasikan untuk tabungan proteksi jangka panjang otomatis akan terdepresiasi dengan sendirinya.

Untuk pengujian hipotesis berikutnya, estimasi statistik memvalidasi bahwa variabel kecemasan sosial berupa Fear of Missing Out (FOMO) (X2) berperan sebagai determinan negatif yang sangat kuat dalam melumpuhkan kedisiplinan Perilaku Menabung (Y) pekerja Generasi Z di Jakarta Selatan. Tingkat signifikansi dari tekanan psikososial tersebut divalidasi oleh nilai probabilitas sebesar 0,001 (< 0,05) serta didukung oleh capaian t-hitung sebesar -3,341 yang berada jauh di dalam wilayah penolakan t-tabel (-3,341 < -1,984). Output pengolahan data tersebut secara otomatis menggugurkan H02 dan melegitimasi penerimaan Ha2 secara meyakinkan. Pembuktian kausalitas ini berjalan beriringan dengan studi dari Azizah dkk. (2024) serta Listiana dkk. (2026) yang menemukan bahwa tingginya kepanikan sosial akibat takut tersisih dari perkembangan tren sosial berbanding lurus dengan memburuknya tata kelola keuangan pribadi harian. Secara konseptual, temuan empiris ini memperkokoh kerangka teoretis Przybylski et al. (dalam Kleitsch & Drămnescu, 2025) yang menyoroti sindrom FOMO sebagai bentuk kecemasan psikologis akut akibat persepsi bahwa orang lain tengah mengalami aktivitas menyenangkan yang tidak ia ikuti. Ketakutan psikososial inilah yang mendorong pekerja swasta muda melakukan pengeluaran tidak terencana demi membeli barang prestise, yang pada akhir pekan mengorbankan porsi tabungan darurat mereka sekadar untuk meredam kecemasan sosial dan mengamankan pengakuan di dalam lingkaran pertemuannya.

Apabila kedua variabel eksogen ditinjau secara simultan (bersama-sama), integrasi model statistik membuktikan bahwa kolaborasi antara Gaya Hidup Konsumtif (X1) bersama sindrom Fear of Missing Out (FOMO) (X2) secara simultan memberikan dampak yang sangat nyata dalam menekan Perilaku Menabung (Y) pekerja Generasi Z di Jakarta Selatan. Ketepatan pemodelan analisis regresi ini terkonfirmasi lewat nilai F-hitung sebesar 42,002 yang jauh melampaui batas kritis F-tabel sebesar 3,09, disertai tingkat probabilitas signifikansi mutlak sebesar 0,000 (< 0,05). Hasil kalkulasi tersebut melegitimasi penolakan H03 dan mengesahkan penerimaan Ha3 secara mutlak. Temuan gabungan ini mengindikasikan bahwa sinergi destruktif antara paparan konsumerisme urban metropolitan dan tekanan kecemasan psikososial secara bersama-sama mengendalikan 46,4% fluktuasi naik-turunnya tabungan pekerja muda swasta. Hasil kajian ini sejalan dengan teori tabungan yang diusung oleh Utami dan Sirine (dalam Alysa dkk. 2023), yang menegaskan bahwa keputusan menyimpan dana

simpanan secara konsisten merupakan perwujudan dari kontrol diri (*self-control*) yang kokoh dalam memproteksi masa depan ekonomi dari paparan godaan belanja impulsif jangka pendek.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Sintesis akhir terhadap sekumpulan data lapangan dan pengujian hipotesis menuntun pada konklusi teoretis bahwa kegemaran berbelanja impulsif (X1) secara parsial memberikan kontribusi negatif yang nyata dalam menghambat Perilaku Menabung (Y) kelompok pekerja swasta muda (nilai t-hitung = -2,502; Sig. = 0,014). Penemuan ini menegaskan bahwa setiap intensifikasi belanja non-fungsional berbanding lurus dengan merosotnya kedisiplinan finansial responden. Secara selaras, variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) (X2) juga teridentifikasi beroperasi sebagai determinan negatif yang sangat signifikan secara parsial terhadap pembentukan Perilaku Menabung (Y) responden, bahkan dengan daya hantam yang jauh lebih destruktif (t-hitung = -3,341; Sig. = 0,001). Realitas tersebut merefleksikan bahwa kecemasan sosial akibat paparan aktivitas sirkel pertemanan di media sosial merupakan stimulus utama yang meruntuhkan kontrol diri keuangan mereka. Secara simultan, integrasi prediktor Gaya Hidup Konsumtif bersama sindrom FOMO terbukti mengendalikan secara sangat signifikan dinamika penurunan Perilaku Menabung (F-hitung = 42,002; Sig. = 0,000) dengan kekuatan kontribusi pengaruh gabungan mencapai 46,4%. Secara keseluruhan, fenomena ini menunjukkan bahwa tingginya gaya hidup konsumtif metropolitan yang dipicu oleh kepanikan sosial akibat takut tertinggal tren secara bersama-sama melumpuhkan pertahanan rasionalitas finansial Generasi Z.

Terlepas dari validitas temuan yang dihasilkan, studi ini memiliki sejumlah batasan operasional yang patut diuraikan secara transparan. Pertama, lokus geografis pengamatan hanya terspesifikasi di wilayah administratif Jakarta Selatan dengan keterbatasan ukuran sampel sebanyak 100 responden pekerja swasta. Oleh sebab itu, interpretasi generalisasi hasil kajian ini wajib disikapi secara saksama dan tidak dapat diasumsikan berlaku universal untuk seluruh populasi Generasi Z di daerah lain yang memiliki lanskap ekonomi atau kebudayaan berbeda. Kedua, fokus pembahasan dalam model persamaan ini baru menguji sepasang prediktor psikososial, yakni Gaya Hidup Konsumtif dan FOMO, yang merepresentasikan kontribusi pengaruh sebesar 46,4% terhadap variabilitas menabung. Adapun sisa proporsi varians yang dominan yakni sebesar 53,6% digerakkan oleh berbagai determinan lain di luar cakupan model estimasi riset ini yang memerlukan eksplorasi teoretis lebih lanjut.

Berpijak pada rumusan kesimpulan dan batasan di atas, beberapa rekomendasi strategis ditawarkan kepada para pemangku kepentingan. Bagi individu pekerja swasta Generasi Z, mitigasi kerentanan keuangan dapat diupayakan melalui pembuatan pos anggaran bulanan secara kaku serta membatasi durasi konsumsi media sosial untuk menekan kecemasan sosial. Bagi pihak korporasi, disarankan untuk berkontribusi aktif dalam meningkatkan kesejahteraan

finansial karyawan melalui penyediaan pelatihan literasi arus kas harian serta memfasilitasi program kepatuhan menabung otomatis menggunakan skema auto-debet langsung pada saluran gaji (*payroll*). Terakhir, bagi peneliti di masa mendatang, sangat dianjurkan untuk mengekspansi cakupan wilayah observasi secara lebih luas serta mengintegrasikan aneka variabel ekonomi makro yang lebih berdampak besar seperti fluktuasi laju inflasi perkotaan, stagnasi upah minimum regional, serta tingginya biaya hidup metropolitan guna mengurai sisa varians Perilaku Menabung yang belum terjelaskan di dalam model penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang tulus kepada Universitas Bina Sarana Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, serta Ibu Fera Nelfianti, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan berharga selama proses penelitian. Penulis juga berterima kasih kepada segenap responden yaitu para pekerja Generasi Z di wilayah Jakarta Selatan yang telah meluangkan waktunya secara objektif untuk berpartisipasi. Sebagai penjelasan akademis, artikel ilmiah ini disarikan secara komprehensif dari naskah skripsi sarjana milik penulis.

DAFTAR REFERENSI

Alysa, A., Muthia, F., & Andriana, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung dan Perilaku Berbelanja pada Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *6*(3), 2811–2823. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4706

Andina, F., & Zulaikha, S. (2024). *Nongkrong di Kafe Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *3*(2), 831–838. https://doi.org/10.62379/jishs.v3i2.2257

Andriani, D., Choirunnisak, C., & Fadilla, F. (2023). Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Generasi Milenial Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Indonesia Palembang (Studi Kasus UIGM dan STEBIS IGM). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, *3*(2), 387–400. https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i2.239

Azizah, A. N., Susilaningsih, & Noviani, L. (2024). *The Influence of Financial Knowledge, Parental Financial Socialization, and Fear of Missing Out (FOMO) on The Financial Behavior of Gen Z students in Indonesia : Examining The Moderating Role of Gender*. *10*(4), 1742–1752. https://doi.org/10.33394/jk.v10i4.13561

Badan Pusat Statistik. (2020). *Sensus Penduduk 2020: Persentase Penduduk menurut Kelompok Umur (atau cukup tulis Hasil Sensus Penduduk 2020)*. https://www.bps.go.id

Bakry, M. I., Pakawaru, M. I., & Muliati. (2025). *The Role of Financial Literacy in Moderating the Influence of Digital Payments and Lifestyle on Financial Management Behavior of Generation Z in Palu City*. https://doi.org/10.58765/ijemr.v3i3.365

Banowati, A. T., Al-Azizah, U. S., & Amar, F. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, dan Self-Control Terhadap Saving Behavior Generasi Z Jakarta Selatan. *Jurnal Manajerial*, *11*(01), 166. https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v11i01.6300

Deliana, S. R., Afifah, N., Listiana, E., & Shalahuddin, A. (2024). *The influence of fear of missing out (FoMO) and hedonism on online impulse buying in Generation Z Shopee*

users with subjective norm and attitude as mediation variables. *7*(1), 206–216. https://doi.org/10.35335/jmas.v7i1.392

Faesal, M., Permata, D. R., & Doriza, S. (2025). *Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif di Era Social Commerce : Studi pada Pengguna TikTok Shop Remaja Perempuan*. *0738*(April 2021), 1278–1288. https://doi.org/10.37985/jer.v6i4.2886

Ghozali, I. (2025). Aplikasi Analisis Multiverse dengan program SPSS 25. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI

Hasibuan, A. U. S., Atika, & Silalahi, P. R. (2026). *Pengaruh Fear of Missing Out (Fomo) dan Gaya Hidup terhadap Perencanaan Keuangan Pribadi dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi keuangan pribadi termasuk kenaikan biaya hidup , keberagaman jenis kredit dan pinjaman yang*. *4*(November 2025). https://doi.org/10.59603/masman.v4i1.1208

Ikhsanti, N., Ilham, A. P., Syukri, S., & Permatasari, R. E. (2025). *Pengaruh Fleksibiltas Layanan Digital Payment, Perilaku Konsumtif dan FoMo (Fear Of Missing Out) terhadap Hedonic Lifestyle Gen Z Kota Padang*. *6*(1), 192–206. https://doi.org/10.36490/jes.v6i1.1797

Indiarti, A. N., & Suwaidi, R. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Syariah - ALIANSI*, *8*(1), 137–148. http://dx.doi.org/10.54712/aliansi.v8i1.399%0Ahttps://aliansi.ugr.ac.id/index.php/aliansi/article/view/399

Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal EMA*, *8*(1), 32. https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.312

Kleitsch, O. B., & Drămnescu, B. (2025). *The Influence of FOMO on Shopping Motivation and Compulsive Buying in Young Adults*. https://doi.org/10.3390/journalmedia6030139

Listiana, I., Anbiya, D. C., Abrar, F. R., Nurharyati, E., & Saefudin, A. (2026). *Dampak fenomena fear of missing out (FOMO) terhadap perilaku konsumtif mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*. *7*, 84–95. https://doi.org/10.37373/bemas.v7i1.2000

Maryam, Z., & Rachmansyah, A. (2025). *Pengaruh Gaya Hidup Digital , Materialisme , Dan Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Dalam Manajemen Keuangan Pribadi*. 1125–1131. https://doi.org/10.57178/jer.v9i1.2306

Puspitasari, C. L., & Suwaidi, R. A. (2024). *Analisis Perilaku Menabung Masyarakat di Kota Surabaya*. 130–139. https://doi.org/10.21067/jrpe.v10i2.12100

Ricco. (2026). *Gaya Hidup Konsumtif, Literasi Keuangan, Financial Technology Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Stmb Multismart*. *6*(2), 28537–28544. https://doi.org/10.31004/joecy.v6i2.10859

Soraya, Z., Maharani, A. M., Indahsari, P., Ramadani, H., Oliviyah, A. C., & Aulia, K. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kemudahan Akses Aplikasi terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Mahasiswa. *Journal of Innovative and Creativity (Joecy)*, *5*(2), 11102–11119. https://doi.org/10.31004/joecy.v5i2.1664

Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. (2025). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat*. *3*(c), 127–134. https://doi.org/10.70052/jeba.v3i2.1031