

**PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009
KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA**

TUGAS AKHIR

Oleh :

Natalia Lilianti

213402516115



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL**

2025

**PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009
KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA)**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Disusun oleh :

Natalia Lilianti

213402516115



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebesar-besarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul :

**PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009
KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA)**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipn-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh helar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruam, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 18 Februari 2025



Natalia Lilianti

NPM : 213402516115

LEMBAR PERNYATAAN

Judul Tugas Akhir : PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI
WILAYAH RT 02/009 KELURAHAN SRENGSENG SAWAH,
JAGAKARSA

Nama Mahasiswa : Natalia Lilianti

Nomor Pokok : 213402516115

Program Studi : Manajemen



LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009 KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA**

Nama Mahasiswa : **Natalia Lillanti**

Nomor Pokok : **213402516115**

Program Studi : **Manajemen**



Menyetujui,

Pembimbing Tugas Akhir,

Prof. Dr. Andini Nurwulandari, SE., M.M

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji

Prof. Dr. Irma Setyawati Suryamartomo S.E., M.M

Dr. I Made Adnyana S.E., M.M

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M

ABSTRAK

PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009 KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA

Oleh :

Natalia Lilianti

NPM : 213402516115

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M

Penelitian ini berupaya mengetahui pengaruh *You Only Live Once*, Hedonisme, dan Sosial Media terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z. Penelitian ini dilaksanakan di wilayah RT.02/09, Kelurahan Srengseng Sawah, Jakarta Selatan. Responden penelitian ini adalah individu Generasi Z dengan rentan usia dari 12 sampai 27 tahun sejumlah 100 orang. Metode penelitian yang dipergunakan yakni pendekatan kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Pemilihan responden dilakukan dengan metode Slovin dengan mempergunakan kuesioner. Software SPSS versi 26 digunakan untuk menganalisis data yang dikumpulkan. Temuan penelitian memperlihatkan bahwasanya *You Only Live Once* (X1) dan Hedonisme (X2) memengaruhi signifikan perilaku konsumtif pada Generasi Z di wilayah RT.02/09, Kelurahan Srengseng Sawah, Jakarta Selatan. Sementara itu, Sosial Media (X3) memengaruhi positif namun tidak signifikan perilaku konsumtif pada Generasi Z di wilayah RT.02/09 Kelurahan Srengseng Sawah, Jakarta Selatan.

Kata Kunci : *You Only Live Once*, Hedonisme, Sosial Media, dan Perilaku Konsumtif.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF YOLO, HEDONISM, AND SOCIAL MEDIA ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF GENERATION Z IN RT 02/009 SRENGSENG SAWAH VILLAGE, JAGAKARSA

By :

Natalia Lilianti

NPM : 213402516115

Thesis, under the supervision of Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M

This study attempts to determine the influence of You Only Live Once, Hedonism, and Social Media on consumer behavior in Generation Z. This study was conducted in the RT.02/09 area, Srengseng Sawah Village, South Jakarta. The respondents of this study were Generation Z individuals with an age range of 12 to 27 years, totaling 100 people. The research method used was a quantitative approach with a descriptive analysis method. The selection of respondents was carried out using the Slovin method using a questionnaire. SPSS software version 26 was used to analyze the collected data. The research findings show that You Only Live Once (X1) and Hedonism (X2) significantly influence consumer behavior in Generation Z in the RT.02/09 area, Srengseng Sawah Village, South Jakarta. Meanwhile, Social Media (X3) has a positive but insignificant influence on consumer behavior in Generation Z in the RT.02/09 area, Srengseng Sawah Village, South Jakarta.

Keywords : You Only Live Once, Hedonism, Social Media, and Consumptive Behavior.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. BIODATA DIRI

1. Nama : Natalia Lilianti
2. Tempat, tanggal lahir : Jakarta, 25 Desember 2002
3. Jenis kelamin : Perempuan
4. Alamat : Jln. Srengseng Sawah RT.02/09,
Jagakarsa, Jakarta Selatan
5. No. hp : 0811683135
6. Status : Belum Menikah
7. Agama : Kristen
8. Kewarganegaraan : Indonesia
9. Email : nlilianti@gmail.com

B. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. 2009 – 2014 : SDN CIPEDAK 05 PAGI
2. 2015 – 2018 : SMPN 131 JAKARTA
3. 2018 – 2021 : SMAN 97 JAKARTA
4. 2021 – 2025 : UNIVERSITAS NASIONAL

Jakarta, 18 Februari 2025

Natalia Lilianti

NPM : 213402516115

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas segala berkat dan kebaikan Tuhan Yesus atas hidup saya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “PENGARUH YOLO, HEDONISME, DAN SOSIAL MEDIA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DI WILAYAH RT 02/009 KELURAHAN SRENGSENG SAWAH, JAGAKARSA” dengan baik dan selesai dengan tepat waktu. Tujuan penyusunan tugas akhir ini untuk memenuhi salah satu syarat agar dapat mencapai studi program sarjana (S1) prodi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Nasional.

Perjalanan yang panjang telah penulisalui dalam rangka menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penyusunan tugas akhir ini tentu mengalami banyak hambatan, namun berkat dukungan, support, dan kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, dengan rendah hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A selaku Rektor Universitas Nasional
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T.,S.E.,M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. sebagai Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, SE.,M.Si, sebagai Kepala Prodi Studi Manajemen
5. Ibu Prof. Dr. Andini Nurwulandari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi saya yang telah membantu dan membimbing saya selama pembuatan tugas akhir ini, terimakasih banyak kepada ibu yang sudah meluangkan waktu untuk membimbing saya.
6. Untuk seluruh dosen di Universitas Nasional yang telah menjadi dosen dari semester 1 sampai 7, terimakasih atas kerja kerasnya, ilmu, dan wawasan yang sangat bermanfaat selama saya menempuh pendidikan di Universitas Nasional ini.

7. Untuk kedua orang tua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai, Ibu Herlina dan Bapak Ceng Tek Kiang, terimakasih selama pembuatan skripsi ini selalu ada disaat saya butuh, terimakasih sudah membuat saya senang atas segala tindakan dan perbuatan yang dilakukan kepada saya.
8. Untuk kakak saya yang sangat saya sayangi, Novi Damayanti, terimakasih selama pembuatan skripsi ini selalu ada disaat saya butuh, terimakasih sudah membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada tante dan om yang tidak bisa saya sebutkan nama semuanya, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa kepada saya.
10. Terimakasih kepada teman-teman di perkuliahan yang saya sayangi, Anggi Azoka Dea Prabowo, Nur Apriliani, Nisa Qutrunada, dan Winda Priscilia Solissa yang membantu saya dalam mengerjakan skripsi, membuat saya tertawa, saya mengucapkan banyak terimakasih karena telah berada di sisi saya selama pengerjaan skripsi ini, terimakasih atas segala yang sudah diberikan untuk saya.
11. Special thanks kepada Bangtan Sonyeondan (BTS), yaitu Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang sudah menyajikan lagu yang membangkitkan semangat saya dalam pengerjaan skripsi ini, terimakasih banyak.
12. Special thanks untuk boygrup TXT, Choi Soobin, Choi Yeonjun, Choi Beomgyu, Kang Taehyun, Kai Kamal Huening, yang sudah menciptakan lagu yang membuat saya semangat selama pengerjaan skripsi ini.

Saya berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa menganugrahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada yang saya sebutkan diatas. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 18 Februari 2025

Natalia Lilianti

DAFTAR ISI

Cover	i
Lembar Pernyataan	iii
Lembar Pernyataan	iv
Lembar Pengesahan	v
Abstrak	vi
Abstrack	vii
Daftar Riwayat Hidup	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Bab I Pendahuluan	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
Bab II Tinjauan Pustaka	
A. Pengertian Manajemen Keuangan	8
B. Pengertian Perilaku Keuangan	9
C. Pengertian dan Indikator Perilaku Konsumtif (Y)	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	10
2. Indikator Perilaku Konsumtif	11
D. Pengertian dan Indikator <i>You Only Live One</i> (YOLO) (X1)	12
1. Pengertian YOLO	12
2. Indikator YOLO	13
E. Pengertian dan Indikator Hedonisme (X2)	14
1. Pengertian <i>Hedonisme</i>	14
2. Indikator <i>Hedonisme</i>	15

F. Pengertian dan Indikator Sosial Media (X3)	15
1. Pengertian Sosial Media	15
2. Indikator Sosial Media	16
G. Keterkaitan antar Variabel Penelitian	17
1. Pengaruh <i>You Only Live Once</i> Terhadap Perilaku Konsumtif ..	17
2. Pengaruh <i>Hedonisme</i> Terhadap Perilaku Konsumtif	18
3. Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif	19
H. Hasil Penelitian Terlebih Dahulu	20
I. Kerangka Analisis	23
J. Hipotesis	24

Bab III Metode Penelitian

A. Objek Penelitian	28
B. Data Penelitian	28
1. Sumber Data dan Jenis data	28
a. Sumber Data	28
b. Jenis Data	28
2. Populasi dan Sampel	29
a. Populasi	29
b. Sampel	29
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	30
C. Jenis Variabel yang Digunakan	30
D. Definisi Operasional Variabel	31
E. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	32
1. Metode Analisis Deskriptif	32
2. Metode Analisis Inferensial	32
a. Analisis Regresi Linier Berganda	33
3. Uji Instrumen	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	34
4. Uji Asumsi Klasik	34
a. Uji Normalitas	34

b. Uji Multikolinieritas	35
c. Uji Heteroskedastisitas	35
d. Uji Autokorelasi	36
5. Uji Kelayakan Model	36
a. Uji Kelayakan (Uji F)	36
b. Uji Determinasi (R^2)	36
6. Pengujian Hipotesis	37
a. Uji Parsial (Uji t)	37

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	38
1. Deskripsi Data Penelitian	38
a. Data Umum Responden	38
b. Data Khusus Responden	38
2. Hasil Metode Analisis Deskriptif	39
a. Analisis Deskriptif <i>You Only Live Once</i>	39
b. Analisis Deskriptif <i>Hedonisme</i>	41
c. Analisis Deskriptif Sosial Media	42
d. Analisis Deskriptif Perilaku Konsumtif	43
3. Hasil Analisis Inferensial	43
a. Analisis Regresi Linear Berganda	43
4. Hasil Uji Instrumen	45
a. Uji Validitas	45
b. Uji Reliabilitas	46
5. Hasil Uji Asumsi Klasik	46
a. Uji Normalitas	46
b. Uji Multikolinieritas	47
c. Uji Heteroskedastisitas	48
d. Uji Autokorelasi	49
6. Hasil Kelayakan Model	50
a. Uji F	50
b. Uji Determinasi (R^2).....	51

7. Uji Hipotesis (Uji t)	52
B. Pembahasan	53

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	55
B. Saran	55

Daftar Pustaka	57
-----------------------------	----

Lampiran	62
-----------------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pra Survey Perilaku Konsumtif Generasi Z RT.02/009 Kel. Srengseng Sawah, Jagakarsa.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert	30
Tabel 3.2 Operasional Variabel	31
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	39
Tabel 4.3 Descriptive Statistic You Only Live Once (YOLO)	40
Tabel 4.4 Descriptive Statistic Hedonisme	41
Tabel 4.5 Descriptive Statistic Sosial Media	42
Tabel 4.6 Descriptive Statistic Perilaku Konsumtif.....	43
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
Tabel 4.8 Uji Validitas	45
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	46
Tabel 4.10 Uji Normalitas	47
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas.....	48
Tabel 4.12 Uji Heteroskedastisitas.....	49
Tabel 4.13 Uji Autokorelasi	50
Tabel 4.14 Uji F	51
Tabel 4.15 Uji Determinasi (R^2).....	51
Tabel 4.16 Uji T	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Analisis	24
--	----



