



Fenomena *Impulsive Buying*: Peran *Parenting* dan *Lifestyle* Terhadap Kesiapan Mental Finansial Generasi Z

Annisa Nur Febriana^{1*}; Winda Dwi Deviyanti²; Vedhita Alnadhifah³; Fera Meifa Nurfaish⁴

¹Universitas Negeri Yogyakarta, Indonesia

*Corresponding Author: annisa470fe.2022@student.uny.ac.id

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article history

Received : 12-03-2026

Revised : 25-06-2026

Accepted : 29-06-2026

Keywords

Financial mental readiness, Generation Z, Impulsive Buying, Lifestyle, Parenting Style

Kata Kunci

Gaya hidup, Generasi Z, Kesiapan Mental Finansial, Pembelian Impulsif, Pola Asuh Orang tua

This study examines the effects of parenting style and lifestyle on the financial mental readiness of Generation Z, with the relationship mediated by impulsive buying. An explanatory quantitative approach was adopted. Data were collected from 483 Generation Z respondents in the Special Region of Yogyakarta through an online questionnaire using a purposive sampling technique. The data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) approach with the assistance of SmartPLS software. The findings indicate that parenting style and lifestyle have significant effects on both impulsive buying and financial mental readiness. Impulsive buying also has a significant effect on financial mental readiness and serves as a mediator in the relationship between lifestyle and financial mental readiness. R-square values of 0.398 and 0.520 indicate that the model has moderate explanatory power. These findings highlight the importance of financial parenting practices and lifestyle in shaping consumer behavior and enhancing the financial mental readiness of Generation Z.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh *parenting style* dan *lifestyle* terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z, dengan hubungan tersebut dimediasi oleh *impulsive buying*. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatori. Melalui kuesioner daring dan teknik *purposive sampling*, data dikumpulkan dari 483 responden Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dianalisis dengan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) berbantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian memperlihatkan pengaruh signifikan *parenting style* dan *lifestyle* terhadap *impulsive buying* maupun kesiapan mental finansial. *Impulsive buying* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial serta berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *lifestyle* dan kesiapan mental finansial. Nilai *R-Square* mencapai 0,398 dan 0,520 mengindikasikan kemampuan penjelasan model pada kategori moderat. Temuan ini menegaskan pentingnya pola pengasuhan finansial dan gaya hidup dalam membentuk perilaku konsumtif serta kesiapan mental finansial Generasi Z.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



PENDAHULUAN

Kecenderungan untuk melakukan pembelian tanpa perencanaan (*impulsive buying*) semakin banyak ditemukan pada generasi Z saat ini. Sebanyak 89% Generasi Z di Aceh diketahui cenderung melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan, meskipun nilai-nilai budaya dan agama di daerah tersebut menekankan pentingnya berpikir matang sebelum bertindak (Marwiyati, 2024). Laporan Populix (2023) menunjukkan bahwa 52% responden usia 18-25 tahun mengaku sering membeli barang di luar daftar belanja mereka, dengan dorongan utama berupa *self-reward* dan godaan promosi seperti diskon, *cashback*, dan *free shipping*. Hal ini diperparah oleh dominasi belanja *online* (63%) yang memberi kemudahan dan kecepatan transaksi, mendorong pembelian impulsif hanya dengan satu klik (Chetioui & El Bouzidi, 2023). Sayangnya, kemudahan ini justru sering mendorong mereka untuk berbelanja karena emosi sesaat, bukan karena kebutuhan (Syahdini dkk., 2024).

Kesiapan mental finansial mencakup kemampuan untuk berpikir logis saat membuat keputusan keuangan, mengontrol dorongan belanja, merencanakan pengeluaran, serta memahami pentingnya menabung (Liong & Ling, 2025). Ketika kesiapan mental finansial tidak terbentuk sejak dini, remaja cenderung mengalami kesulitan mengatur uang, mudah tergoda promosi, dan bahkan bisa mengalami masalah keuangan seperti utang atau ketergantungan pada orang tua. Menurut Ramli dkk. (2022), masa remaja merupakan waktu yang penting untuk membentuk kebiasaan keuangan yang baik. Namun, survei nasional dari Otoritas Jasa Keuangan (2022) indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia masih berada pada angka 49,68%, dengan kelompok usia muda menjadi yang paling rentan terhadap rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan.

Pola asuh yang diterapkan oleh orang tua merupakan salah satu faktor yang berkontribusi terhadap terbentuknya perilaku konsumtif. Pola asuh yang hangat, terbuka, dan memberi batasan yang jelas dapat membentuk anak yang bertanggung jawab, mampu mengendalikan diri, dan bisa mengambil keputusan keuangan yang bijak (Alcaide dkk., 2025). Sebaliknya, gaya pengasuhan yang terlalu keras atau terlalu memberikan kebebasan bisa membuat anak kesulitan dalam mengontrol keinginan, termasuk dalam hal konsumsi (Lučić dkk., 2024). Selain pola asuh, gaya hidup (*lifestyle*) juga sangat memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Tekanan sosial untuk selalu tampil sempurna di media sosial, tren konsumsi, dan budaya pamer mendorong mereka untuk membeli barang-barang demi pencitraan (Qureshi dkk., 2025). Fitur-fitur menarik seperti diskon terbatas, *live streaming* penjualan, atau video *unboxing* juga membuat mereka lebih mudah tergoda untuk membeli tanpa berpikir panjang (Andika dkk., 2025; Ekawati dkk., 2025).

Literatur yang tersedia saat ini masih cenderung mengkaji *impulsive buying*, pola asuh, dan gaya hidup secara terpisah. Sehingga hubungan antar variabel tersebut terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z belum banyak dianalisis secara komprehensif. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan model yang mengintegrasikan *parenting style* dan *lifestyle* dalam menjelaskan kesiapan mental finansial Generasi Z melalui peran mediasi *impulsive buying*. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme terbentuknya kesiapan mental finansial pada Generasi Z. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang program

pendidikan keuangan yang lebih tepat agar Generasi Z tumbuh menjadi pribadi yang bijak dan mandiri secara finansial, sesuai target literasi keuangan 65% yang dicanangkan OJK pada tahun 2027.

TINJAUAN PUSTAKA

Grand Theory

Penelitian ini berlandaskan pada *Theory of Planned Behavior* (TPB). Dalam teori ini dijelaskan bahwa perilaku individu merupakan hasil dari interaksi sikap, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku (Al Maskari, 2015). Fenomena *impulsive buying* pada Generasi Z berkaitan erat dengan ketiga aspek ini. Untuk memperkuat analisis, digunakan dua *middle range theory*, yaitu *Consumer Decision-Making Process* (CDMP) dan *Technology Acceptance Model* (TAM). CDMP menggambarkan tahapan keputusan konsumen yang dapat dipengaruhi oleh pola asuh dan gaya hidup (Gupta dkk., 2023), sementara TAM menjelaskan bagaimana kemudahan digital mendorong perilaku impulsif di kalangan Generasi Z (Wang dkk., 2025).

Kesiapan Mental Finansial

Kesiapan mental keuangan adalah kondisi di mana individu memiliki kemampuan psikologis dan keterampilan yang mencukupi untuk mengelola keuangan secara mandiri, termasuk dalam hal pengambilan keputusan finansial, pengendalian diri, serta perencanaan jangka panjang. *Financial wellbeing* merujuk pada persepsi individu mengenai kondisi keuangan yang aman, terpenuhinya kebutuhan, serta adanya kebebasan dalam mengambil keputusan keuangan. Sedangkan, *financial capability* merujuk pada kemampuan seseorang untuk menggunakan pengetahuan keuangan dan menjalankan praktik keuangan yang sehat (Fan & Zeng, 2025). Indikator utama kesiapan mental finansial meliputi *financial literacy*, *mental budgeting*, *self-control*, dan *risk management* (Bai, 2023).

Impulsive Buying

Impulsive buying dapat diartikan sebagai perilaku pembelian yang dilakukan secara tidak terencana dan spontan, yang umumnya didorong oleh faktor emosional sesaat. Perilaku ini dapat berdampak negatif terhadap kondisi keuangan individu, seperti pemborosan, penyesalan setelah pembelian, dan masalah keuangan lain jika tidak dikendalikan (Qureshi dkk., 2025). *Impulsive buying* dapat diukur dengan empat indikator, yaitu *spontaneity of purchase*, *lack of self-control*, *financial neglect*, dan *emotion-driven buying* (Tangalayuk dkk., 2023).

Parenting Style

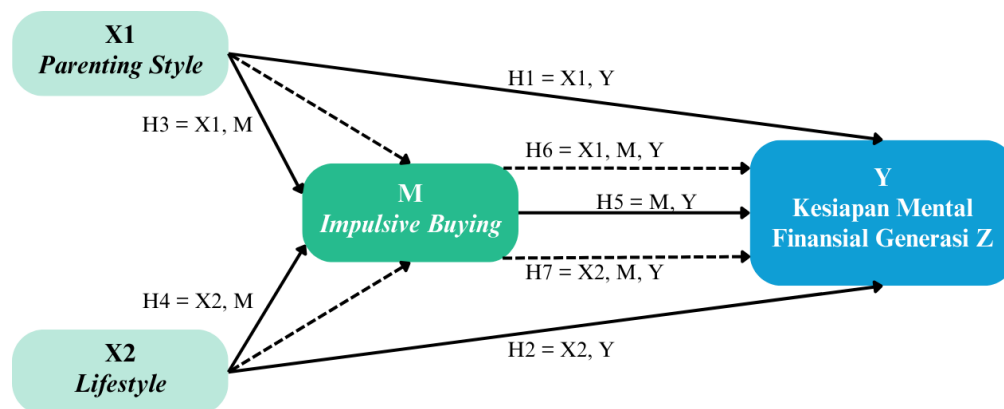
Parenting style atau pola asuh orang tua merupakan lingkungan emosional yang dibentuk oleh orang tua dalam mendidik dan membesarkan anak (Fan dkk., 2022). Pola asuh memiliki peranan penting dalam membentuk kebiasaan dan perilaku keuangan anak sejak usia dini. Terdapat empat tipe pola asuh, yaitu *authoritative*, *authoritarian*, *permissive*, dan *neglectful* (Awiszus dkk., 2022). Pola asuh yang suportif dan edukatif dapat mendorong anak memiliki kebiasaan menabung, merencanakan pengeluaran, serta mengendalikan perilaku konsumtif. *Parenting style* dianalisis melalui empat indikator, yaitu *financial communication*, *behavior modeling*, *decision involvement*, dan *financial independence* (Ghafoor & Akhtar, 2024)

Lifestyle

Lifestyle atau gaya hidup dapat diartikan sebagai sekumpulan kebiasaan, pola perilaku, dan nilai yang membentuk cara individu menjalani kehidupannya sehari-hari, termasuk dalam hal mengelola keuangan, konsumsi, dan interaksi sosial. Gaya hidup Generasi Z kerap dikaitkan dengan fenomena *impulsive buying*, yang dipicu oleh tekanan sosial, paparan media digital, dan tren konsumerisme yang kuat (Hoang & Khoa, 2022). *Lifestyle* dapat diukur melalui empat indikator utama, yaitu *money management habits*, *consumption patterns*, *social influence*, dan *financial stress management* (Vasishta & Singla, 2024).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan teori serta hasil kajian sebelumnya, maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut: (H1) *parenting style* berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z; (H2) *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z; (H3) *parenting style* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*; (H4) *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*; (H5) *impulsive buying* berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z; (H6) *impulsive buying* memediasi pengaruh *parenting style* terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z; dan (H7) *impulsive buying* memediasi pengaruh *lifestyle* terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z. Adapun hipotesis penelitian digambarkan pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Diagram Hipotesis Penelitian

METODE PENELITIAN

Kajian ini merupakan penelitian kuantitatif eksplanatori yang berfokus pada pengujian pengaruh *parenting style* dan *lifestyle* terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z, melalui variabel mediasi berupa *impulsive buying*. Pendekatan survei diterapkan dengan memanfaatkan kuesioner daring yang disebarakan menggunakan *Google Form*.

Subjek penelitian adalah Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan melakukan pembelian daring minimal tiga kali dalam sebulan selama enam bulan terakhir. Pemilihan sampel didasarkan pada teknik *purposive sampling*. Ukuran sampel dihitung berdasarkan G*Power 3.1 dengan uji *Linear Multiple Regression: R² increase* ($\alpha = 0,05$; $power = 0,80$; $f^2 = 0,02$; $tested\ predictor = 1$;

total predictors = 3), yang menghasilkan kebutuhan minimum 395 responden. Dengan penambahan 10% untukantisipasi *nonresponse*, target sampel menjadi 439 responden. Pendekatan *rule of thumb* (10 kali jumlah butir = 480) juga dipertimbangkan (Hair dkk., 2022). Peneliti berhasil mengumpulkan 483 responden, sehingga jumlah sampel melebihi batas minimal.

Setiap item pernyataan dalam kuesioner diukur berdasarkan skala Likert dengan empat kategori, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) sampai 4 (sangat setuju). Kuesioner divalidasi melalui uji validitas isi dengan melibatkan dosen pembimbing dan para ahli yang kompeten dalam bidang psikologi keuangan serta pendidikan ekonomi. Kuesioner dibagikan secara *online* lewat *WhatsApp* serta Instagram untuk menjangkau responden Generasi Z di DIY.

Teknik analisis dilakukan melalui aplikasi SmartPLS dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Proses analisis diawali dengan evaluasi model pengukuran, yang mencakup pengujian validitas konvergen berdasarkan nilai *loading factor* ($> 0,70$) dan AVE ($> 0,50$). Selain itu, validitas diskriminan diuji menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, *cross loading*, dan HTMT. Sementara itu, tingkat reliabilitas dilakukan menggunakan *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* ($> 0,70$). Tahap berikutnya adalah evaluasi model struktural meliputi nilai R^2 , koefisien jalur melalui *bootstrapping*, nilai f^2 , dan nilai Q^2 . Terakhir, analisis mediasi digunakan untuk melihat peran *impulsive buying* sebagai variabel perantara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Studi ini mengumpulkan data dari 483 responden Generasi Z. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, usia, dan sumber penghasilan. Hasil pengolahan data karakteristik responden disajikan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik Responden	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	295	61,0
	Laki-laki	188	39,0
Usia	17–19 tahun	133	27,5
	20–22 tahun	215	44,5
	23–26 tahun	135	28,0
Sumber Penghasilan	Dukungan orang tua	272	56,3
	Pekerjaan (penuh waktu/paruh waktu)	148	30,6
	Sumber lainnya	63	13,1

Sumber: Pengolahan data primer hasil kuesioner (2025)

Berdasarkan hasil identifikasi demografis, mayoritas responden Gen Z ini adalah perempuan (61%), sedangkan responden laki-laki sebanyak 39%. Sebagian besar responden berusia 20–22 tahun, yang mencerminkan fase transisi menuju kemandirian finansial yang relevan dengan kajian *impulsive buying* dan kesiapan mental finansial. Sumber penghasilan responden didominasi oleh dukungan orang tua (272 responden), sedangkan 148 responden mendapatkan penghasilan dari pekerjaan (penuh waktu maupun paruh waktu). Hal ini

mengindikasikan tingginya tingkat ketergantungan *financial* Gen Z pada orang tua, sehingga pola asuh menjadi faktor yang sangat relevan.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Validitas konvergen ditentukan menggunakan nilai *loading factor* dan AVE (*Average Variance Extracted*). Berdasarkan proses kalkulasi data, terlihat bahwa setiap indikator memiliki nilai *loading factor* > 0,7 (Tabel 1). Oleh karena itu, temuan ini mengonfirmasi bahwa seluruh item pengukuran telah memenuhi kriteria secara konvergen.

Tabel 1. Nilai *Loading Factor*

Indikator	M	X1	X2	Y
M.1	0,842			
M.2	0,791			
M.3	0,788			
M.4	0,824			
X1.1		0,813		
X1.2		0,782		
X1.3		0,779		
X1.4		0,822		
X2.1			0,811	
X2.2			0,799	
X2.3			0,783	
X2.4			0,774	
Y.1				0,789
Y.2				0,818
Y.3				0,824
Y.4				0,806

Sumber: Berdasarkan pengolahan data primer menggunakan SmartPLS (2025)

Nilai AVE seluruh variabel berada pada rentang 0,627–0,659, seluruhnya > 0,5 (Tabel 2), sehingga memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 2. Nilai *Average Variance Extracted* (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
<i>Impulsive Buying</i> (M)	0,659
<i>Parenting Style</i> (X1)	0,639
<i>Lifestyle</i> (X2)	0,627
Kesiapan Mental Finansial Generasi Z (Y)	0,655

Sumber: Berdasarkan pengolahan data primer menggunakan SmartPLS (2025)

Validitas diskriminan dievaluasi berdasarkan tiga parameter: *cross loadings*, *Fornell-Larcker*, dan rasio HTMT. Evaluasi *Fornell-Larcker* membuktikan bahwa nilai korelasi antar-variabel lebih rendah daripada akar kuadrat AVE masing-masing variabel (M = 0,812; X1 = 0,799; X2 = 0,792; Y = 0,809). Nilai *cross loadings* menunjukkan bahwa setiap indikator berkorelasi paling kuat dengan konstraknya masing-masing daripada konstruk lainnya. Validitas diskriminan terkonfirmasi dengan nilai HTMT di bawah 0,9.

Demikian pula, syarat reliabilitas konstruk terpenuhi karena nilai *Cronbach's Alpha* dan *composite reliability* seluruh variabel melampaui 0,80.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Hasil analisis R² menunjukkan bahwa variabel *impulsive buying* memiliki R² sebesar 0,398, artinya *parenting style* dan *lifestyle* mampu menjelaskan 39,8% variasi *impulsive buying*. Sementara itu, nilai R² kesiapan mental finansial Generasi Z sebesar 0,520, artinya ketiga variabel independen menjelaskan 52,0% variasi kesiapan mental finansial (Tabel 3). Nilai Q² pada *impulsive buying* sebesar 0,256 dan kesiapan mental finansial sebesar 0,334, keduanya > 0, menunjukkan *goodness of fit* yang baik. Nilai NFI *model fit* sebesar 0,850 menandakan 85% kesesuaian model penelitian.

Tabel 3. Nilai R Square

Variabel	R Square
<i>Impulsive Buying</i> (M)	0,398
Kesiapan Mental Finansial Generasi Z (Y)	0,520

Sumber: Berdasarkan pengolahan data primer menggunakan SmartPLS (2025)

Uji Hipotesis

Kriteria penerimaan hipotesis adalah T-Statistik > 1,96 dengan P-Value < 0,05. Rincian hasil evaluasi hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 → Y	0,298	0,297	0,041	7,218	0,000
X2 → Y	0,267	0,267	0,043	6,140	0,000
X1 → M	0,319	0,318	0,046	6,871	0,000
X2 → M	0,398	0,398	0,043	9,299	0,000
M → Y	0,297	0,299	0,043	6,857	0,000
X1 → M → Y	0,095	0,096	0,021	4,449	0,000
X2 → M → Y	0,118	0,119	0,020	5,770	0,000

Sumber: Berdasarkan pengolahan data primer menggunakan SmartPLS (2025)

Berdasarkan Tabel 4, seluruh hipotesis (H1-H7) terbukti valid (T-Statistik > 1,96; P-Value = 0,000 < 0,05). Secara rinci: (1) *parenting style* berdampak positif terhadap kesiapan mental finansial ($\beta=0,298$; T=7,218); (2) *lifestyle* memengaruhi kesiapan mental finansial ($\beta=0,267$; T=6,140); (3) *parenting style* mendorong *impulsive buying* ($\beta=0,319$; T=6,871); (4) *lifestyle* turut memicu *impulsive buying* ($\beta=0,398$; T=9,299); (5) *impulsive buying* memengaruhi kesiapan mental finansial ($\beta=0,297$; T=6,857); (6) *impulsive buying* mampu memediasi efek *parenting style* terhadap kesiapan mental finansial ($\beta=0,095$; T=4,449); dan (7) *impulsive buying* memediasi pengaruh *lifestyle* pada kesiapan mental finansial ($\beta=0,118$; T=5,770).

Pembahasan

Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa *parenting style* memberikan dampak positif terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z ($\beta = 0,298$). Hasil tersebut konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku seseorang terbentuk melalui sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol yang banyak dipengaruhi oleh lingkungan keluarga

(Al Maskari, 2015). Pak dkk. (2024) menegaskan bahwa *financial socialization* dari orang tua menjadi fondasi utama dalam membangun kemampuan finansial anak. Padilla dkk. (2025) juga menemukan bahwa komunikasi terbuka tentang uang di lingkungan keluarga mampu meningkatkan kepercayaan diri anak dalam mengambil keputusan finansial. Dengan demikian, pola asuh yang suportif dan edukatif berperan penting dalam menumbuhkan *financial resilience* dan *self-regulation* pada Generasi Z.

Lifestyle terbukti berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial ($\beta = 0,267$). Dalam kerangka *Consumer Decision-Making Process*, gaya hidup merupakan cerminan kebiasaan finansial yang terus diulang dan membentuk pola perilaku jangka panjang. Ayodele (2025) menekankan bahwa gaya hidup berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan finansial karena berkaitan dengan kebiasaan mengatur uang dan pola konsumsi. Bai (2023) menambahkan bahwa kemampuan menahan diri, membuat anggaran, dan mengelola stres finansial merupakan komponen utama gaya hidup sehat finansial.

Parenting style berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* ($\beta = 0,319$). Engel dkk. (2023) menjelaskan bahwa orang tua yang menanamkan nilai kedisiplinan dan tanggung jawab sejak dini dapat membantu anak mengendalikan emosi dalam keputusan pembelian. Dedkova & Mýlek (2023) menyebutkan bahwa *parental mediation* dalam penggunaan internet mampu menekan perilaku konsumtif akibat paparan promosi daring. Selain itu, *lifestyle* terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* dengan koefisien tertinggi ($\beta = 0,398$). Ordali dkk. (2024) menegaskan bahwa perilaku impulsif muncul dari lemahnya kontrol diri terhadap keinginan sesaat. Ngo dkk. (2025) dan Qureshi dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa tekanan sosial di media digital serta *fear of missing out* (FoMO) memperkuat perilaku konsumtif Generasi Z.

Impulsive buying berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial ($\beta = 0,297$). Semakin tinggi perilaku impulsif seseorang, semakin rendah kesiapan finansialnya. Prakash & Shankar (2024) menjelaskan bahwa pembelian impulsif sering kali didorong oleh *emotional spending* yang berujung pada penyesalan dan stres keuangan. Huang dkk. (2024) menunjukkan bahwa seseorang dengan pembelian impulsif yang tinggi cenderung memiliki literasi finansial rendah dan kesulitan menabung.

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *impulsive buying* memediasi hubungan antara *parenting style* dan kesiapan mental finansial ($\beta = 0,095$), serta antara *lifestyle* dan kesiapan mental finansial ($\beta = 0,118$). Trzcińska dkk. (2021) menyatakan bahwa pendidikan finansial di rumah berperan penting dalam membentuk *self-control* anak terhadap dorongan konsumsi. Akmalia & Darmawanti (2023) mengemukakan bahwa individu dengan kebiasaan konsumtif cenderung sulit mencapai stabilitas finansial, sedangkan Wei dkk. (2025) menegaskan bahwa hubungan antara gaya hidup dan kesejahteraan finansial bersifat tidak langsung dan dimediasi oleh perilaku pembelian emosional.

Secara keseluruhan, temuan ini memperkuat teori *financial behavior* yang menempatkan perilaku konsumsi sebagai refleksi dari pembentukan nilai, kebiasaan, dan kontrol diri individu. Kombinasi antara pola asuh yang mendidik, gaya hidup yang rasional, dan kemampuan mengelola impuls menjadi fondasi penting dalam membangun mental finansial yang tangguh pada Gen Z di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, seluruh hipotesis dalam penelitian ini dinyatakan terbukti signifikan. Pertama, *parenting style* berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z, mengindikasikan bahwa pola asuh orang tua mempunyai peranan yang krusial dalam membentuk cara berpikir, sikap, serta kemampuan anak dalam menghadapi keputusan keuangan. Kedua, *lifestyle* juga berpengaruh signifikan terhadap kesiapan mental finansial Generasi Z, yang menandakan bahwa pola hidup dan kebiasaan konsumsi seseorang turut memengaruhi kesiapan individu dalam mengelola keuangan secara bijak dan mandiri.

Parenting style berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, yang berarti pola asuh orang tua berperan dalam membentuk kontrol diri anak terhadap dorongan konsumtif. Demikian pula, *lifestyle* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*, mempertegas bahwa gaya hidup yang terbentuk dari lingkungan sosial dan digital memiliki berhubungan erat dengan kebiasaan seseorang membeli barang tanpa rencana yang matang. Selanjutnya, perilaku *impulsive buying* terbukti memediasi dampak *parenting style* dan *lifestyle* pada kesiapan mental finansial. Hal ini menegaskan posisi impulsivitas sebagai jembatan psikologis yang mengantarkan pengaruh dari pola asuh orang tua serta gaya hidup ke arah kesiapan finansial individu.

Secara keseluruhan, *parenting style*, *lifestyle*, dan *impulsive buying* saling berkaitan dalam membentuk kesiapan mental finansial Generasi Z. Orang tua disarankan menerapkan pola asuh yang suportif dan edukatif, sedangkan Generasi Z perlu menerapkan gaya hidup finansial yang sehat melalui pembuatan anggaran bulanan dan penundaan pembelian yang tidak mendesak. Bagi pemangku kebijakan, kampanye literasi keuangan berbasis media sosial yang sesuai dengan karakter Generasi Z dapat menjadi strategi efektif untuk mendukung pencapaian target literasi keuangan nasional yang dicanangkan OJK pada tahun 2027.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka Program Penelitian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis (PMFEB) Universitas Negeri Yogyakarta Tahun 2025. Tim peneliti menyampaikan apresiasi dan rasa terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Yogyakarta atas dukungan dana penelitian, serta kepada dosen pembimbing Bapak Arief Nurrahman, S.Pd., M.Pd. atas bimbingan dan arahan selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh dosen *reviewer* yang telah memberikan masukan dan saran konstruktif guna penyempurnaan penelitian ini, serta kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Akmalia, A., & Darmawanti, S. N. F. (2023). *Effect of Financial Literacy, Lifestyle and Self-Control on Consumptive Behavior Considering Students of University of Muhammadiyah Yogyakarta in Indonesia* (hlm. 361–371). https://doi.org/10.1007/978-3-031-40971-4_34

- Al Maskari, A. (2015). Theory of Planned Behavior (TPB) Ajzen (1988). Dalam *Information Seeking Behavior and Technology Adoption: Theories and Trends*. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8156-9.ch015>
- Alcaide, M., Garcia, O. F., Chen, F., & Garcia, F. (2025). Raising Generation Z Children in China: Parenting Styles and Psychosocial Adjustment. *Psychosocial Intervention*, 34(2), 103–115. <https://doi.org/10.5093/PI2025A9>
- Andika, A., Najmudin, M., Nasution, A. A., Anisah, T. N., Luthfiana, D. N., & Nadia, N. (2025). Enhancing Impulse Buying Among Generation Z Through Social Presence in E-Commerce Live Streaming. *TEM Journal*, 14(1), 236–250. <https://doi.org/10.18421/TEM141-22>,
- Awiszus, A., Koenig, M., & Vaisarova, J. (2022). Parenting Styles and Their Effect on Child Development and Outcome. *Journal of Student Research*, 11(3). <https://doi.org/10.47611/JSRHS.V11I3.3679>
- Ayodele, F. O. (2025). Does Money Management behaviour Play a Role in the Nexus between Financial literacy and Financial Wellbeing? *Finance: Theory and Practice*, 29(1), 172–180. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2025-29-1-172-180>
- Bai, R. (2023). Impact of financial literacy, mental budgeting and self control on financial wellbeing: Mediating impact of investment decision making. *PLOS ONE*, 18(11). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294466>
- Chetioui, Y., & El Bouzidi, L. (2023). An investigation of the nexus between online impulsive buying and cognitive dissonance among Gen Z shoppers: Are female shoppers different? *Young Consumers*, 24(4), 406–426. <https://doi.org/10.1108/YC-06-2022-1548/FULL/XML>
- Dedkova, L., & Mýlek, V. (2023). Parental mediation of online interactions and its relation to adolescents' contacts with new people online: the role of risk perception. *Information, Communication & Society*, 26(16), 3179–3196. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2146985>
- Ekawati, N. W., Giantari, Ig. A. K., Indrawati, K. R., Tirtayani, I. G. A., & Sihombing, I. H. H. (2025). Situational Impulsive and Compulsive Online Purchase of Fashion Products in Generation Z. *Mercados y Negocios*, (55), 63–82. <https://doi.org/10.32870/MYN.VI55.7823>
- Engel, K. D., Lunkenheimer, E., & Corapci, F. (2023). Do maternal power assertive discipline and warmth interact to influence toddlers' emotional reactivity and noncompliance? *Infant and Child Development*, 32(5). <https://doi.org/10.1002/icd.2442>
- Fan, L., Lim, H., & Lee, J. M. (2022). Young adults' financial advice-seeking behavior: The roles of parental financial socialization. *Family Relations*, 71(3), 1226–1246. <https://doi.org/10.1111/fare.12625>
- Fan, L., & Zeng, Y. (2025). Financial Education Mandates and Financial Wellbeing of Young Adults: Examining Financial Capability Factors as Mediators. *International Journal of Consumer Studies*, 49(3), 1–21. <https://doi.org/10.1111/IJCS.70058>
- Ghafoor, K. A., & Akhtar, M. (2024). Parents' financial socialization or socioeconomic characteristics: which has more influence on Gen-Z's financial wellbeing? *Humanities*

- and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03007-3>
- Gupta, T., Pandey, P., & Raghav, Y. Y. (2023). Impact of Social Media Platforms on the Consumer Decision-Making Process in the Food and Grocery Industry. Dalam *Influences of Social Media on Consumer Decision Making Processes in the Food and Grocery Industry* (hlm. 119–139). <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8868-3.ch006>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Dalam *SAGE Publications* (Third Edition). Sage Publications, Inc.
- Hoang, C. C., & Khoa, B. T. (2022). Impulse Buying Behavior of Generation Z customers in Social Commerce: Flow Theory Approach. *Journal of Logistics, Informatics and Service Science*, 9(4), 197–208. <https://doi.org/10.33168/LISS.2022.0413>
- Huang, D. R., Phang, F., Kent, J., Nur, T., & Fransiso, G. (2024). Impact of Psychological Factors and Financial Literacy on Pay Later Services Misuse. *2024 3rd International Conference on Creative Communication and Innovative Technology (ICCIT)*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/ICCIT62134.2024.10701253>
- Liong, L., & Ling, P.-S. (2025). Personal financial management behaviour for youths: A reviews and conceptual framework. *Multidisciplinary Reviews*, 8(7). <https://doi.org/10.31893/multirev.2025229>
- Lučić, A., Erceg, N., & Barbić, D. (2024). Knowledge and Skills Are Not Enough— Exploring the Determinants of Financial Behavior Formation. *International Journal of Consumer Studies*, 48(6). <https://doi.org/10.1111/IJCS.13100>
- Marwiyati. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Impulsive Buying Online: Perspektif Konsumen Generasi Z di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam*, 1(2), 236–256. <https://doi.org/10.24815/jimeki.v1i2.32867>
- Ngo, T. T. A., Nguyen, H. L. T., Mai, H. T. A., Nguyen, H. P., Mai, T. H. T., & Hoang, P. L. (2025). Analyzing the role of customers' experiences and emotional responses in shaping Generation Z's impulse buying behavior on Shopee video platform. *PLOS ONE*, 20(5). <https://doi.org/10.1371/JOURNAL.PONE.0322866>
- Ordali, E., Marcos-Prieto, P., Avvenuti, G., Ricciardi, E., Boncinelli, L., Pietrini, P., Bernardi, G., & Bilancini, E. (2024). Prolonged exertion of self-control causes increased sleep-like frontal brain activity and changes in aggressivity and punishment. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 121(47). <https://doi.org/10.1073/pnas.2404213121>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *National Strategy on Indonesian Financial Literacy (SNLKI) 2021-2025*. [https://ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/National-Strategy-on-Indonesian-Financial-Literacy-\(SNLKI\)-2021---2025.aspx](https://ojk.go.id/en/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/National-Strategy-on-Indonesian-Financial-Literacy-(SNLKI)-2021---2025.aspx)
- Padilla, Y. A., Loibl, C., & Boone, B. (2025). Money Talks: Testing a Series of Financial Literacy Modules to Encourage Financial Conversations in Middle School Families. *Journal of Family and Economic Issues*, 46(1), 1–20. <https://doi.org/10.1007/s10834-024-09953-z>

- Pak, T., Fan, L., & Chatterjee, S. (2024). Financial socialization and financial well-being in early adulthood: The mediating role of financial capability. *Family Relations*, 73(3), 1664–1685. <https://doi.org/10.1111/fare.12959>
- Populix. (2023). *Indonesian Shopper Behavior on Promotion Week in the Face of Economic Uncertainty*. <https://info.populix.co/reports/2023-02-indonesian-shopper-behavior-on-promotion-week>
- Prakash, P., & Shankar, T. (2024). *An Empirical Study on Online Impulsive Buying Behaviour Amongst Women at Bengaluru* (hlm. 451–460). https://doi.org/10.1007/978-3-031-73632-2_38
- Qureshi, F. H., Sokić, K., & Khawaja, S. (2025). Impulsive Buying Tendencies and Personality: Cognitive and Affective Aspects. *Psychiatry International*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/PSYCHIATRYINT6010005>
- Ramli, N. N., Roslan, S., Sulaiman, T., Abdul Kadir, S., & Zaremohzzabieh, Z. (2022). The Effect of a Smart Money Kit on the Financial Interest, Financial Management Behavior, and Prosocial Level of Preschoolers. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 30(3), 1283–1297. <https://doi.org/10.47836/pjssh.30.3.19>
- Syahdini, O. N., Krisanti, A. D., Firzy, A. M., & Kurniawan, Y. (2024). Generation Z's Impulsive Buying Comparison on Using Conventional Transaction and Digital Banking Application. *2024 International Conference on Intelligent Cybernetics Technology and Applications, ICICYTA 2024*, 696–701. <https://doi.org/10.1109/ICICYTA64807.2024.10912890>
- Tangalayuk, J., Wonua, A. R., & Kurniadi, H. (2023). Cracking The Impulsive Shopping Code. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1(6), 171–180. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v1i6.1514>
- Trzcińska, A., Sekścińska, K., & Maison, D. (2021). The role of self-control and regulatory foci in money-saving behaviours among children. *Current Psychology*, 40(1), 344–354. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-9944-1>
- Vasishta, P., & Singla, A. (2024). Social predictors of money management behaviour among emerging adults. Dalam *Modeling Economic Growth in Contemporary India*. <https://doi.org/10.1108/978-1-80382-751-320241005>
- Wang, Z., Wang, Y., Zeng, Y., Su, J., & Li, Z. (2025). An investigation into the acceptance of intelligent care systems: an extended technology acceptance model (TAM). *Scientific Reports*, 15(1), 1–20. <https://doi.org/10.1038/s41598-025-02746-w>
- Wei, H., Deng, C., Zhu, S., He, J., & He, Y. (2025). Paying for emotions? Information processing inhibition of positive emotions in consumer decision making. *Current Psychology*, 44(1), 551–570. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-07170-3>