# PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z: STUDI KASUS PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA PONTIANAK

**TUGAS AKHIR**

**Untuk Memenuhi Persyaratan**
**Memperoleh Gelar Sarjana**

**FLORENTINA VANESSA CLAUDIUS**
**NIM. B1012221010**

**PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**
**UNIVERSITAS TANJUNGPURA**
**PONTIANAK**
**2026**

# PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini;

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Florentina Vanessa Claudius |
| NIM | : | B1012221010 |
| Jurusan | : | Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan |
| Program Studi | : | Ekonomi Pembangunan |
| Judul Proposal / TA | : | Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi Kasus Pada *Coffe Shop* di Kota Pontianak |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir). Apabila di dalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Tugas Akhir (TA) dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 21 Februari 2026

(Florentina Vanessa Claudius)
NIM. B1012221010

**PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR**

Yang bertanda tangann di bawah ini;

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Florentina Vanessa Claudius |
| NIM | : | B1012221010 |
| Jurusan | : | Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan |
| Program Studi | : | Ekonomi Pembangunan |
| Judul Tugas Akhir | : | Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Pontianak |

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir (TA) ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 21 Februari 2026

Florentina Vanessa Claudius
NIM. B1012221010

# LEMBAR YURIDIS

PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z: STUDI KASUS PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA PONTIANAK

Penanggung Jawab Yuridis

Florentina Vanessa Claudius
B1012221010

Jurusan : Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Tgl Ujian Tugas Akhir (TA) : 08 April 2026

## Majelis Penguji

| No. | Majelis Penguji | Nama/NIP | Tgl/bln/thn | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|---|
| 1. | Pembimbing Utama | Dr. Rosyadi, S.E., M.Si. | 29/09-2026 | |
| | | NIP 196509211993031001 | | |
| 2. | Ketua Penguji | Yanto, S.E., M.Sc. | 21/09-2026 | |
| | | NIP 197706152003121004 | | |
| 3. | Anggota Penguji | Hendramin, S.E., M.Si. | 21/09-2026 | |
| | | NIP 197705092005011003 | | |

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus
Dalam Ujian Tugas Akhir (TA)

Pontianak, 24 JUN 2026
Koordinator Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Yanto, S.E., M.Sc.
NIP 197706152003121004

Dipindai dengan CamScanner

## LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Dengan ini, Pembimbing Tugas Akhir (TA) mahasiswa :

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Florentina Vanessa Claudius |
| NIM | : | B1012221010 |
| Jurusan | : | Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan |
| Program Studi | : | Ekonomi Pembangunan |
| Judul Tugas Akhir (TA) | : | Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, dan Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi Kasus Pada Coffee Shop di Kota Pontianak |

Menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) tersebut telah dikoreksi dan disetujui untuk diuji.*

| | Nama/ NIP | Tgl/Bln/Thn | Tanda Tangan |
|---|---|---|---|
| Pembimbing Tugas Akhir | Dr. Rosyadi, SE., M.Si<br>NIP. 196509211993031001 | | |

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih karunia, berkat, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, dan Kelompok Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z: Studi Kasus pada Coffee Shop di Kota Pontianak" Tanpa pertolongan, kekuatan, dan hikmat yang diberikan, penulis tidak akan mampu melalui setiap proses dan tantangan selama penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya yang senantiasa memberikan kesehatan, semangat, serta jalan terbaik dalam penyelesaian penelitian ini. Saya juga mengucapkan terima kasih sebesar-besar kepada:

1. Ibu Dr. Barkah, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
2. Ibu Dr. Nurul Bariyah, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Bapak Dr. Rosyadi, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan membimbing serta memberikan masukan, motivasi dan arahan kepada penulis sehingga penulisan tugas akhir ini dapat berjalan dengan lancar.
4. Bapak Yanto, S.E., M.Sc. selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak, dan juga selaku dosen Penguji Pertama yang telah memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Hendarmin, S.E., M.Si selaku Penguji Kedua yang telah memberikan masukan dalam penulisan tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak yang telah membagikan ilmunya dan pembelajaran kepada penulis selama masa studi di kampus.
7. Seluruh Staf Akademik, Perpustakaan, dan Tata Usaha serta seluruh karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura yang membantu dalam proses administrasi demi kelancaran tugas akhir ini.
8. Kepada kedua orang tuaku yaitu Bapak Serenus Iriandy dan Ibu Novie Juwondo, meskipun kita bukan keluarga yang terbiasa berbicara dari hati ke hati, penulis tahu bahwa dibalik itu banyak doa yang tak pernah putus untuk penulis. Penulis tahu betapa setiap langkah dan pencapaian yang diraih, termasuk selesainya skripsi ini adalah pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih telah sabar dan bangga sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sampai wisuda.
9. Kepada Florentinus Audyon C abang kandung saya, terima kasih karena telah memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, tanpa adanya doa dan penyemangat penulis tentu tidak dapat menyelesaikan tugas akhir ini, karena dia adalah salah satu alasan untuk adiknya bergelar sarjana. Teruntuk kakek saya Marcel Tjawan, terima kasih atas segala doa dan dokungan dalam penyelesaian perkuliahan ini tanpa adanya motivasi penulis tidak bisa selesai tepat waktu.
10. Teruntuk sahabat-sahabat saya Yasmin, Angel, Apeng, Belin, Citra, Tiara,

Sela, Ziyan, dan Violen yang sudah menjadi saksi dari perjuangan saksi selama pengerjeaan skripsi ini yang selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah, menghibur, membantu, dan memberikan semangat dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, doa, dan berbagai pengalaman yang telah dilalui bersama, baik dalam suka maupun duka. Kehadiran kalian menjadi sumber kekuatan dan penyemangat bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama menyusun skripsi ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga dengan baik.

11. Teruntuk teman, sahabat saya selama masa perkuliahan Kamel, Bella, Haidar, Aris, Alvin. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, canda tawa, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan di setiap proses yang telah dilalui bersama. Berbagai pengalaman, suka dan duka yang kita hadapi bersama menjadi kenangan berharga yang akan selalu dikenang. Semoga persahabatan dan tali silaturahmi yang telah terjalin dapat terus terjaga, serta kita semua diberikan kemudahan.
12. Kepada seseorang yang tidak dapat disebutkan namanya, yang pernah menjadi bagian dari pentingnya perjalanan ini. Dengan tulus mendampingi, menguatkan, memberi kasih sayang serta mendoakan di saat penulis merasa ragu dan putus asa, kehadirannya telah menjadi alasan untuk tetap bertahan dan menjadikan motivasi untuk melangkah maju. Meskipun takdir tidak mengizinkan untuk menemani hingga akhir penyusunan skripsi ini, setiap hal dalam bentuk doa, dukungan, dan kenangan yang ditinggalkan telah menjadi jejak yang menguatkan dalam pendewasaan dan rasa sabar serta akan selalu hidup dalam setiap pencapaian penulis. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dalam hidup ini.
13. *Last but not least*, terima kasih untuk Florentina Vanessa Claudius, diri penulis sendiri atas perjuangan yang tidak mudah yang mungkin tidak terlihat oleh orang lain, atas mimpi yang besar yang diam-diam kamu perjuangkan. Namun kamu dapat buktikan dengan mengimbangi segalanya dengan baik dan menyelesaikan perjalanan ini dengan tepat waktu. Setiap lelah, air mata, dan setiap doa yang terucap dalam diam adalah bukti keteguhan hatimu. Setiap air mata dalam doa yang disampaikan mampu membuat tugas akhir ini selesai. *You did great* Vanessa. Teruslah melangkah dengan penuh keyakinan, kamu layak bangga dan Bahagia atas pencapaian dirimu. Tuhan tahu bahwa kamu mampu melangkah lebih jauh.

Dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan dapat pula dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya. Kritik serta saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dengan tujuan tugas akhir ini menjadi tulisan yang baik.

Pontianak, 21 Februari 2026

Florentina Vanessa Claudius
NIM. B1012221010

# PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z: STUDI KASUS PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA PONTIANAK

**Oleh: Florentina Vanessa Claudius**
**Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura**

## RINGKASAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan industri *coffee shop* di Kota Pontianak dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, seiring dengan perubahan pola konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z. *Coffee shop* tidak lagi sekadar menjadi tempat membeli minuman, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial, tempat bekerja, berdiskusi, hingga sarana membangun citra diri di media sosial. Generasi Z yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dikenal sebagai generasi yang tumbuh di era digital, memiliki karakter ekspresif, adaptif terhadap tren, serta sangat dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan media sosial. Aktivitas nongkrong di *coffee shop* menjadi bagian dari gaya hidup dan identitas sosial mereka. Fenomena tersebut memunculkan kecenderungan perilaku konsumtif, yaitu perilaku membeli barang atau jasa yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, melainkan pada dorongan keinginan, tren, atau pengaruh lingkungan. Dalam konteks Generasi Z, perilaku konsumtif sering kali berkaitan dengan kebutuhan akan pengakuan sosial, keinginan mengikuti tren, serta dorongan untuk tetap relevan dalam kelompok pertemanan. Aktivitas kunjungan ke *coffee shop* yang dilakukan secara rutin dapat menjadi indikator adanya pola konsumsi yang bersifat berulang dan potensial mengarah pada perilaku konsumtif. Beberapa faktor yang diduga memengaruhi perilaku konsumtif tersebut adalah tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya. Tingkat pendapatan menentukan kemampuan finansial individu dalam melakukan konsumsi. Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan opini yang memengaruhi keputusan konsumsi. Sementara itu, kelompok teman sebaya sebagai faktor sosial memiliki peran penting dalam membentuk preferensi, kebiasaan, dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk mengkaji bagaimana ketiga faktor tersebut memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di *coffee shop* Kota Pontianak.

### 2. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah apakah tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengetahui seberapa besar kontribusi masing-masing variabel dalam menjelaskan perilaku konsumtif, serta variabel mana yang memiliki pengaruh paling dominan. Permasalahan ini penting untuk diteliti karena sebagian besar Generasi Z masih berada pada fase pendidikan dan belum memiliki pendapatan tetap. Banyak di

antara mereka masih bergantung pada uang saku atau pekerjaan paruh waktu. Di sisi lain, tekanan sosial dalam kelompok pertemanan dan dorongan gaya hidup modern dapat memicu peningkatan pengeluaran untuk aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Tanpa pengelolaan yang baik, kebiasaan tersebut berpotensi memengaruhi stabilitas keuangan pribadi serta pola konsumsi jangka panjang.

**3. Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap perilaku konsumtif Gen-Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak.
2. Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Gen-Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak.
3. Menganalisis pengaruh kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Gen-Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak.

**4. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan *metode Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) yang diolah menggunakan aplikasi *SmartPLS.* Pendekatan ini dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan serta tidak mensyaratkan distribusi data normal. Populasi penelitian adalah Generasi Z di Kota Pontianak dengan rentang usia 13–28 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berdomisili di Kalimantan Barat, memiliki sumber pendapatan (uang saku atau pekerjaan), serta mengunjungi *coffee shop* minimal satu kali dalam seminggu. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan melalui uji outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas, uji inner model untuk melihat nilai R-Square dan Q-Square, serta uji hipotesis menggunakan teknik bootstrapping dengan tingkat signifikansi 5%.

**5. Hasil Penelitian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam model memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Nilai R-Square sebesar 0,535 menunjukkan bahwa tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya mampu menjelaskan 53,5% variasi perilaku konsumtif Generasi Z di *coffee shop* Kota Pontianak, sementara 46,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor di luar model penelitian. Uji hipotesis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Tingkat pendapatan berpengaruh signifikan, yang berarti semakin tinggi kemampuan finansial responden, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Gaya hidup juga berpengaruh signifikan, menunjukkan bahwa pola aktivitas dan preferensi responden terhadap *coffee shop* turut membentuk perilaku konsumsi. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah kelompok teman sebaya. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mengunjungi *coffee shop* dan melakukan pembelian sering kali dipengaruhi oleh ajakan, kebiasaan, dan kesamaan minat dalam kelompok pertemanan. Faktor sosial terbukti menjadi determinan utama dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z.

## 6. Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z di *coffee shop* Kota Pontianak dipengaruhi secara signifikan oleh tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya. Ketiga variabel tersebut secara bersama-sama memiliki kemampuan penjelasan yang cukup kuat terhadap perilaku konsumtif, dengan kelompok teman sebaya sebagai faktor yang paling dominan. Rekomendasi yang dapat diberikan adalah agar Generasi Z meningkatkan kesadaran dalam mengelola keuangan dan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Orang tua dan institusi pendidikan juga diharapkan dapat memberikan edukasi literasi keuangan sejak dini. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti literasi keuangan, kontrol diri, pengaruh media sosial, atau faktor psikologis untuk memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumtif Generasi Z.

**DAFTAR ISI**

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT ..... i
PERTANGGUNGJAWABAN TUGAS AKHIR ..... ii
LEMBAR YURIDIS ..... iii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR ..... iv
KATA PENGANTAR ..... v
RINGKASAN ..... vii
DAFTAR ISI ..... x
DAFTAR TABEL ..... xii
DAFTAR GAMBAR ..... xiii
ABSTRAK ..... 1
1. PENDAHULUAN ..... 2
2. KAJIAN LITERATUR ..... 4
2.1 Tinjauan Teori ..... 4
2.1.1 Theory of Consumer Behavior – Becker (1965) ..... 4
2.1.2 Teori Perilaku Konsumtif ..... 4
2.1.3 Generasi Z ..... 5
2.1.4 Pendapatan ..... 5
2.1.5 Gaya Hidup ..... 7
2.1.6 Kelompok Teman Sebaya ..... 7
2.2 Tinjauan Empiris ..... 8
2.3 Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian ..... 9
2.3.1 Kerangka Konseptual ..... 9
2.3.2 Hipotesis Penelitian ..... 9
3. METODE PENELITIAN ..... 10
3.1 Metode Analisis ..... 11
3.1.1 Uji Model Pengukuran (*Outer Model*) ..... 11
3.1.2 Uji Model Struktural (*Inner Model*) ..... 12
3.1.3 Uji Signifikansi (Bootstrapping) ..... 12
3.1.4 Model Struktural Penelitian ..... 12
4. HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 13
4.1 Hasil Penelitian ..... 13
4.1.1 Analisis Karakteristik Responden ..... 13
4.1.2 Statistik Deskriptif ..... 15
4.1.3 Analisis Data ..... 16
4.2 Pembahasan ..... 26
4.2.1 Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z 26
4.2.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z ..... 26
4.2.3 Pengaruh Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z ..... 27
4.2.4 Model Persamaan Regresi ..... 27

5. SIMPULAN DAN SARAN ..... 29
5.1 KESIMPULAN ..... 29
5.2 REKOMENDASI ..... 30
DAFTAR RUJUKAN ..... 31
LAMPIRAN ..... 35

# DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel ..... 11
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden ..... 13
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif ..... 15
Tabel 4. 3 Validitas Konvergen ..... 17
Tabel 4. 4 Validitas Diskriminan Melalui HTMT ..... 19
Tabel 4. 5 Validitas Diskriminan Melalui Fornell-Larcker ..... 20
Tabel 4. 6 Validitas Diskriminan Melalui Cross-Loadings ..... 20
Tabel 4. 7 Reliabilitas ..... 21
Tabel 4. 8 R-Square ($R^2$) ..... 22
Tabel 4. 9 Predictive Relevance ($Q^2$) ..... 22
Tabel 4. 10 Effect Size ($F^2$) ..... 23
Tabel 4. 11 Uji Hipotesis ..... 24

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual ..... 9
Gambar 4. 1 Outer Model Pada Validitas Konvergen ..... 19
Gambar 4. 2Uji Hipotesis (Bootstrapping) ..... 25

# PENGARUH TINGKAT PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN KELOMPOK TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z: STUDI KASUS PADA *COFFEE SHOP* DI KOTA PONTIANAK

**FLORENTINA VANESSA CLAUDIUS**
*Universitas Tanjungpura, Indonesia*

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the influence of income level, lifestyle, and peer groups on the consumptive behavior of Generation Z at coffee shops in Pontianak City. The increasing trend of coffee shop visits among Generation Z reflects a shift in consumption patterns that are not solely based on needs, but are also influenced by social and lifestyle factors. This research employed a quantitative approach using the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) method. The sample consisted of 100 Generation Z respondents residing in Pontianak City who visit coffee shops at least once a week. The results indicate that income level, lifestyle, and peer groups have a positive and significant effect on consumptive behavior. Among these variables, peer groups have the most dominant influence. The R-Square value of 0.535 shows that the three independent variables explain 53.5% of the variation in consumptive behavior, while the remaining 46.5% is influenced by other factors outside the research model. This study concludes that the consumptive behavior of Generation Z in the context of coffee shop visits in Pontianak City is shaped by a combination of economic, social, and lifestyle factors, with peer influence being the strongest determinant.*

***Keywords:*** *Income Level, Lifestyle, Peer Group, Consumptive Behavior, Generation Z*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak. Fenomena meningkatnya aktivitas nongkrong di *coffee shop* di kalangan Generasi Z menunjukkan adanya pergeseran pola konsumsi yang tidak hanya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan gaya hidup. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS).* Sampel penelitian berjumlah 100 responden Generasi Z yang berdomisili di Kota Pontianak dan memiliki kebiasaan mengunjungi *coffee shop* minimal satu kali dalam seminggu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel kelompok teman sebaya memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Nilai R-Square sebesar 0,535 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan 53,5% variasi perilaku konsumtif Generasi Z, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z dalam konteks *coffee shop* di Kota Pontianak dipengaruhi oleh kombinasi faktor ekonomi, sosial, dan gaya hidup, dengan pengaruh sosial dari teman sebaya sebagai faktor yang paling kuat.

**Kata Kunci:** Tingkat Pendapatan, Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

**b1012221010@student.untan.ac.id**

## 1. PENDAHULUAN

Fenomena meningkatnya jumlah *coffee shop* di berbagai kota di Indonesia, termasuk Pontianak, tidak hanya berkaitan dengan perubahan gaya hidup, tetapi juga mencerminkan pergeseran budaya konsumsi di kalangan Generasi Z (lahir 1997– 2012). Generasi ini tumbuh dalam era digital, memiliki karakteristik ekspresif, mudah terpengaruh tren, dan menjadikan aktivitas nongkrong di *coffee shop* sebagai bagian dari identitas sosialnya (Deryansyah dkk., 2023; Sofiditiya & Candrasari, 2025). Kebiasaan tersebut semakin menguat seiring derasnya pengaruh media sosial dan lingkungan pertemanan. Penelitian Sondang dkk. (2024) serta (Azzahra dkk., 2023) yang menunjukkan bahwa keputusan konsumsi Gen Z di *coffee shop* sering kali dipengaruhi dorongan gaya hidup dan eksistensi sosial, bukan semata kebutuhan.

Di Indonesia, konsumsi kopi meningkat signifikan. Latifah & Sukmawati (2024) mencatat bahwa *coffee shop* kini bukan hanya tempat menikmati minuman, tetapi sudah berkembang menjadi ruang sosial, ruang kerja, hingga simbol kelas gaya hidup. Databoks Nabilah Muhammad (2024) juga menunjukkan bahwa 31% Gen Z Indonesia minum kopi 1–2 kali per minggu, dan 33% memilih waktu malam hari antara pukul 18.00–21.00 untuk berkumpul di *coffee shop*, memperlihatkan bahwa aktivitas ini telah menjadi bagian rutinitas mereka.

Namun, di balik maraknya budaya nongkrong tersebut, muncul sejumlah masalah sosial yang perlu diperhatikan. Keberadaan *coffee shop* berpotensi menciptakan kesenjangan ruang keluarga karena waktu luang yang seharusnya digunakan untuk bercengkrama atau berdiskusi dengan keluarga justru dialihkan untuk berkumpul dengan teman di *coffee shop*. Beberapa aktivitas yang seharusnya dilakukan di kantor atau di rumah, seperti rapat, penyusunan laporan, hingga diskusi kerja, kini banyak berpindah ke *coffee shop*. Bahkan transaksi formal seperti penandatanganan kontrak juga kerap dilakukan di tempat tersebut. Tanpa pengelolaan yang tepat, masalah baru dapat ditimbulkan akibat kondisi ini, terutama ketika *coffee shop* menjadi tempat "pelarian" dari kewajiban, ajang untuk menghindari tanggung jawab, atau sekadar menghabiskan waktu tanpa tujuan produktif (Azzahra dkk., 2023).

Selain itu, fenomena nongkrong yang berulang menunjukkan munculnya perilaku konsumtif di kalangan anak muda. Perilaku konsumtif timbul ketika seseorang memperoleh kesenangan dari pembelian terus-menerus, Pada saat di *coffee shop* sering kali dipicu oleh dorongan pertemanan, tren viral, serta kebutuhan akan pengakuan sosial. Studi Laras Gemi Nestiti dkk. (2022) menemukan bahwa *coffee shop* menjadi simbol gaya hidup di kalangan Gen Z, di mana konsumsi digunakan untuk menunjukkan status sosial. Kebiasaan nongkrong ini juga berpotensi membuat Gen Z mengabaikan tugas atau tanggung jawabnya, terutama ketika frekuensi kunjungan ke *coffee shop* semakin meningkat.

Tingkat pendapatan menjadi faktor penting yang memengaruhi pola konsumsi. Bagi Gen Z, pendapatan umumnya berasal dari uang saku atau pekerjaan paruh waktu. Penelitian Oktaviani dkk. (2023) serta Sienatra & Khadizah (2022) menunjukkan bahwa ketersediaan pendapatan menentukan seberapa sering individu mampu mengakses *coffee*

*shop* atau membeli minuman premium. Semakin tinggi pendapatan, semakin besar kecenderungan mereka untuk berpartisipasi dalam gaya hidup konsumtif. Hal ini sejalan dengan Agrawal (2022), yang mengungkapkan bahwa individu berpendapatan lebih tinggi cenderung mengalokasikan lebih banyak uang untuk hiburan, termasuk *coffee shop*.

Pemilihan Generasi Z sebagai fokus penelitian sangat relevan karena kelompok ini merupakan konsumen aktif dalam industri kopi modern, memiliki ketergantungan tinggi pada media sosial, sangat responsif terhadap tren, serta membentuk perilaku konsumsi berdasarkan pengaruh teman sebaya (Sofiditiya & Candrasari, 2025). Penelitian Rayburn dkk. (2022), juga menunjukkan bahwa dalam beberapa konteks, gaya hidup dan pendapatan tidak selalu menjadi faktor utama perilaku konsumsi Gen Z, sehingga penting untuk menguji pengaruhnya secara spesifik dalam konteks lokal seperti di Kota Pontianak.

Penelitian terkait perilaku konsumtif Gen Z di Indonesia sebagian besar masih berfokus pada *e-commerce*, belanja online, atau penggunaan layanan digital (Oktaviani dkk., 2023; Taqwa & Mukhlis, 2022). Sementara itu, kajian yang secara khusus meneliti pengaruh pendapatan, kebiasaan serta kelompok teman sebaya atas perilaku konsumtif Gen Z pada *coffee shop* di Kota Pontianak masih minim. Dengan demikian, penelitian ini memiliki urgensi dan nilai kebaruan untuk menjelaskan bagaimana tingkat pendapatan, gaya hidup dan kelompok teman sebaya membentuk pola konsumsi Generasi Z dalam konteks budaya nongkrong di *coffee shop.*

Untuk mendukung pemaparan fenomena di atas, peneliti melakukan survei awal kepada 31 responden Generasi Z di Kota Pontianak. Survei ini bertujuan untuk melihat kecenderungan perilaku mereka terkait kunjungan ke *coffee shop* serta menguji konsistensi instrumen penelitian. Berdasarkan hasil pengukuran, semua variabel memiliki reliabilitas yang kuat. Nilai *Cronbach's Alpha* pada variable Gaya Hidup sebesar 87,5%, menandakan bahwa indikator yang digunakan dipahami secara konsisten oleh responden. Variabel Perilaku Konsumtif bahkan memiliki reliabilitas tertinggi, yaitu 92,1%, yang menunjukkan bahwa perilaku konsumtif Gen Z sebagai konstruk penelitian tercermin dengan sangat baik pada jawaban responden.

Nilai variabel Teman Sebaya sebesar 74,2%, yang berarti cukup kuat dan memenuhi standar minimal 70%. Hasil ini relevan dengan fenomena bahwa pengaruh teman sebaya merupakan aspek nyata yang dialami dan disadari oleh responden ketika memutuskan untuk mengunjungi *coffee shop*. Variabel Tingkat Pendapatan juga menunjukkan reliabilitas tinggi sebesar 87,3%, mengindikasikan bahwa variasi pendapatan atau kemampuan finansial responden konsisten memengaruhi pola konsumsi mereka.

Secara keseluruhan, temuan survei awal ini memperkuat adanya kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z, yang dipengaruhi oleh gaya hidup, pendapatan, dan teman sebaya. Tingginya konsistensi jawaban responden memperlihatkan bahwa fenomena tersebut benar-benar terjadi dalam kehidupan sehari-hari, maka penelitian lebih lanjut menjadi relevan dan penting untuk dilakukan. Sejalan dengan uraian latar belakang yang telah disajikan, penelitian dilakukan guna menganalisis

secara komprehensif berbagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z nongkrong di *coffee shop*, dengan lokasi penelitian di Kota Pontianak. Adapun berbagai faktor yang menjadi fokus kajian dalam penelitian ini yaitu tingkat pendapatan, gaya hidup, dan kelompok teman sebaya.