



Dinamika *Personal Financial Management Behavior* Mahasiswa Generasi Z (Peran *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude* dengan Moderasi *Fear of Missing Out* (FOMO))

Ari Siswati^{1*}, Yeni Indraningtyas², Tri Imaliya³, Dian Novitasari⁴

¹ Program Studi Bisnis Digital, Universitas Ngudi Waluyo, Indonesia

² Program Studi Bisnis Manajemen Ritel, Universitas Ngudi Waluyo, Indonesia

³ Program Studi Manajemen, Universitas Sains Dan Teknologi Komputer, Indonesia

⁴ Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi Dan Bisnis Nasional, Indonesia

*Penulis Korespondensi: arisiswati@unw.ac.id

Abstract. *The development of social media has given rise to the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon, which has the potential to influence the financial behavior of Generation Z. This study aims to analyze the influence of financial knowledge and financial attitude on personal financial management behavior with FOMO as a moderating variable in Generation Z students. The study used a quantitative approach with a survey method on 250 Generation Z students in Ungaran Regency who were selected through purposive sampling. Data were analyzed using Moderated Regression Analysis (MRA) using SPSS 26. The results showed that FOMO and financial attitude had a significant positive effect on personal financial management behavior. FOMO was proven to weaken the influence of financial knowledge on personal financial management behavior, but did not moderate the influence of financial attitudes. This study enriches the Theory of Planned Behavior and Financial Socialization Theory in explaining the financial behavior of Generation Z.*

Keywords: *Financial Attitude; Financial Knowledge; Generation Z; Moderated Regression Analysis; Ungaran Regency.*

Abstrak. Perkembangan media sosial memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *financial knowledge* dan *financial attitude* terhadap *personal financial management behavior* dengan FOMO sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 250 mahasiswa generasi Z di Kabupaten Ungaran yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis dengan Moderated Regression Analysis (MRA) menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior*. FOMO terbukti memperlemah pengaruh *financial knowledge* terhadap *personal financial management behavior*, namun tidak memoderasi pengaruh *Financial Attitude*. Penelitian ini memperkaya Theory of Planned Behavior dan Financial Socialization Theory dalam menjelaskan perilaku keuangan Generasi Z.

Kata kunci: Analisis Regresi Moderasi; Generasi Z; Kabupaten Ungaran; Pengetahuan Keuangan; Sikap Keuangan.

1. LATAR BELAKANG

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, kini memasuki fase dewasa muda dan mulai menghadapi berbagai keputusan keuangan penting dalam hidup. Karena generasi Z tumbuh di era digital dan memiliki akses tak terbatas ke informasi melalui internet dan media sosial, Generasi Z memiliki cara yang berbeda untuk mengelola keuangan pribadi. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (2023), Generasi Z memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, mencapai 27,94% dari total populasi.

Personal financial management behavior merupakan kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif, termasuk perencanaan anggaran, pengelolaan pengeluaran, tabungan, dan investasi. Perilaku pengelolaan keuangan yang baik sangat penting

bagi mahasiswa Generasi Z karena akan membentuk fondasi kesejahteraan finansial di masa depan. Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa dengan perilaku pengelolaan keuangan yang baik cenderung memiliki tingkat stres finansial yang lebih rendah dan kesejahteraan hidup yang lebih tinggi (Ardona & Khumairoh, 2023) ; (Azizeh et al., 2022a).

Financial Knowledge dan *Financial Attitude* telah lama diidentifikasi sebagai faktor penting yang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan pribadi. *Financial Knowledge* mengacu pada pemahaman individu tentang konsep-konsep keuangan dasar seperti bunga, inflasi, diversifikasi risiko, dan perencanaan keuangan. *Financial Attitude* mencerminkan pola pikir, pendapat, dan penilaian individu terhadap keuangan pribadi. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan (Bado et al., 2023a) (L. Griffin et al., 2022).

Namun, pada Generasi Z, terdapat fenomena baru yang berpotensi mempengaruhi hubungan antara *Financial Knowledge*, *Financial Attitude*, dan perilaku pengelolaan keuangan, yaitu *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO didefinisikan sebagai perasaan cemas atau khawatir bahwa orang lain sedang mengalami pengalaman yang lebih menyenangkan atau bermanfaat, yang dipicu oleh paparan konten media sosial. Dalam hal keuangan, FOMO dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian impulsif, mengikuti tren konsumsi, atau membuat keputusan investasi yang tidak rasional hanya karena takut ketinggalan dari teman-teman atau influencer di media sosial (Maheshwari, 2025) ; (Puspasari et al., 2025a).

Beberapa penelitian terkini menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Penelitian (Risqina & Puspita, 2025) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku FOMO dalam pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z di Kota Bandung. (Wahyuni et al., 2025) mengidentifikasi bahwa FOMO, bersama dengan *preferensi fintech* dan *love of money*, mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan melalui literasi keuangan. (Wulansari & Safitri, 2023) menemukan bahwa *self-control* memoderasi pengaruh gaya hidup hedonis, FOMO, dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Gen Z.

Meskipun penelitian mengenai *Financial Knowledge*, *Financial Attitude*, dan *personal financial management behavior* telah banyak dilakukan, kajian yang menempatkan *fear of missing out* (FOMO) sebagai variabel moderasi pada mahasiswa Generasi Z di Indonesia masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *financial knowledge* dan *financial attitude* terhadap *personal financial management behavior*, serta menguji peran FOMO dalam memoderasi hubungan tersebut pada mahasiswa Generasi Z.

2. KAJIAN TEORITIS

Theory of Planned Behavior (TPB)

Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, yang dibentuk oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. TPB menjelaskan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh sikap keuangan, lingkungan sosial, dan persepsi individu terhadap kemampuannya mengelola keuangan. Penelitian (S. A. Griffin & Sibilang, 2022); (Bado et al., 2023) telah menerapkan TPB untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Teori ini relevan dalam penelitian ini karena *Financial Attitude* merupakan variabel independen, sedangkan FOMO dapat memengaruhi kontrol perilaku individu dalam mengelola keuangan.

Financial Socialization Theory

Financial Socialization Theory menjelaskan bahwa pengetahuan, sikap, dan perilaku keuangan individu terbentuk melalui proses sosialisasi dari berbagai pihak, seperti keluarga, teman sebaya, sekolah, dan media. Teori ini relevan untuk Generasi Z yang tumbuh di era digital dengan akses luas terhadap informasi keuangan melalui media sosial, influencer, dan berbagai platform digital. Penelitian (Hidayat et al., 2026) menunjukkan bahwa sosialisasi keuangan dari orang tua berpengaruh signifikan terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z. Perspektif teori digunakan untuk menjelaskan pembentukan pengetahuan dan sikap keuangan mahasiswa Generasi Z, serta bagaimana paparan media sosial yang memicu *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat memengaruhi proses sosialisasi keuangan.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Financial Knowledge terhadap Personal Financial Management Behavior

Financial Knowledge merupakan dasar penting dalam membantu individu mengambil keputusan keuangan yang tepat dan mengelola keuangan secara efektif. Individu dengan tingkat *Financial Knowledge* yang tinggi cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara rasional dan bertanggung jawab. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z (Bado et al., 2023) Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, *Financial Knowledge* dapat meningkatkan persepsi kontrol individu dalam mengelola keuangan, sehingga mendorong terbentuknya perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik. Oleh karena itu, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah:

H1: *Financial Knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z.

Pengaruh Financial Attitude terhadap Personal Financial Management Behavior

Financial Attitude mencerminkan cara pandang individu terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Individu yang memiliki *Financial Attitude* positif cenderung lebih disiplin, bertanggung jawab, dan berorientasi pada tujuan keuangan jangka panjang. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa sikap keuangan berpengaruh positif terhadap *personal financial management behavior* pada Generasi Z (S. A. Griffin & Sibilang, 2022); (Bado et al., 2023). Selain itu, sikap keuangan juga terbukti menjadi determinan penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan dan meningkatkan kepuasan keuangan. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, sikap merupakan prediktor utama yang mendorong individu untuk berperilaku secara terencana, termasuk dalam mengelola keuangan. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: *Financial Attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z.

Peran Moderasi FOMO pada Hubungan Financial Knowledge dan Personal Financial Management Behavior

Meskipun memiliki *Financial Knowledge* yang baik, mahasiswa Generasi Z tidak selalu mampu menerapkannya dalam perilaku pengelolaan keuangan karena adanya *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO dapat mendorong individu untuk mengikuti tren dan melakukan keputusan keuangan yang impulsif, sehingga melemahkan penerapan *Financial Knowledge* dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa FOMO berperan dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan (Wulansari & Safitri, 2025); (Hernawati & Manek, 2025). Selain itu, (Saleh, 2024) menemukan bahwa perilaku FOMO turut memengaruhi perencanaan keuangan pribadi Generasi Z. Oleh karena itu, FOMO diduga memoderasi hubungan antara *financial knowledge* keuangan dan *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z.

H3: FOMO memoderasi pengaruh *financial knowledge* terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z

Peran Moderasi FOMO pada Hubungan Financial Attitude dan Personal Financial Management Behavior

Meskipun mahasiswa memiliki *Financial Attitude* yang positif, *Fear of Missing Out* (FOMO) dapat mendorong untuk mengikuti tren konsumsi di media sosial sehingga mengabaikan prinsip pengelolaan keuangan yang baik. Kondisi ini dapat melemahkan hubungan antara *Financial Attitude* dan *personal financial management behavior*. Penelitian menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh terhadap perilaku keuangan Generasi Z, termasuk

perilaku konsumtif dan pembelian impulsif (Mukti et al., 2024). Oleh karena itu, pada mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, FOMO diduga memoderasi hubungan antara *Financial Attitude* dan *personal financial management behavior*.

H4: FOMO memoderasi pengaruh *Financial Attitude* terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z.

3. METODE PENELITIAN

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif pada mahasiswa Generasi Z di kabupaten Semarang. Populasi penelitian adalah mahasiswa Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi di Kabupaten Semarang. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif, memiliki penghasilan atau uang saku rutin, aktif menggunakan media sosial. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur menggunakan skala Likert lima poin dianalisis dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA) menggunakan SPSS 26. Berikut model Moderated Regression Analysis (MRA) yang dikembangkan :

$$\text{Model 1 : } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon \text{ (Main Effect)}$$

$$\text{Model 2 : } Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 (X_1 * Z) + \beta_5 (X_2 * Z) + \varepsilon \text{ (Interaction Effect) (i)}$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment* dengan membandingkan nilai *r* hitung dengan *r* tabel. Dengan $N = 250$ dan tingkat signifikansi 5%, nilai *r* tabel adalah 0,124. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk setiap variabel memiliki nilai *r* hitung $> r$ tabel (0,124) dan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga semua item pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas.

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Financial Knowledge</i>	FK1 - FK7	0,658 - 0,782	0,124	Valid
<i>Financial Attitude</i>	FA1 - FA7	0,642 - 0,798	0,124	Valid
FOMO	F1 - F7	0,715 - 0,825	0,124	Valid
<i>Personal Financial Management Behavior</i>	PFMB1 - PFMB7	0,688 - 0,812	0,124	Valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Financial Knowledge</i>	0,856	Reliabel
<i>Financial Attitude</i>	0,872	Reliabel
FOMO	0,894	Reliabel
<i>Personal Financial Management Behavior</i>	0,881	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,082 ($> 0,05$), yang berarti residual model regresi berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas.

Test	Statistic	Sig.	Keterangan
<i>Kolmogorov-Smirnov</i>	0,068	0,082	Normal

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* $> 0,10$, yang berarti tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas.

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Financial Knowledge</i>	0,652	1,534	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Financial Attitude</i>	0,618	1,618	Tidak terjadi multikolinearitas
FOMO	0,742	1,348	Tidak terjadi multikolinearitas
FK*FOMO	0,598	1,672	Tidak terjadi multikolinearitas
FA*FOMO	0,624	1,603	Tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji *Glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas.

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Financial Knowledge</i>	0,156	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Financial Attitude</i>	0,238	Tidak terjadi heteroskedastisitas
FOMO	0,412	Tidak terjadi heteroskedastisitas
FK*FOMO	0,184	Tidak terjadi heteroskedastisitas
FA*FOMO	0,296	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan menggunakan uji Durbin-Watson. Dengan $k = 5$ (jumlah variabel independen) dan $N = 250$, nilai $dL = 1,739$ dan $dU = 1,836$. Hasil uji autokorelasi menunjukkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,952, yang berada di antara dU (1,836) dan $4-dU$ (2,164), yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi.

Model	Durbin-Watson	dL	dU	4-dU	Keterangan
1	1,952	1,739	1,836	2,164	Tidak terjadi autokorelasi

Hasil Moderated Regression Analysis (MRA)

Analisis regresi moderasi dilakukan dalam dua model. Model 1 menguji pengaruh langsung variabel independen (*Financial Knowledge* dan *Financial Attitude*) dan variabel moderasi (FOMO) terhadap variabel dependen (*Personal Financial Management Behavior*). Model 2 menambahkan variabel interaksi untuk menguji efek moderasi FOMO.

Model 1: Main Effect**Tabel 7.** Hasil Analisis Regresi Model 1 (*Main Effect*).

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,542	0,218	-	2,486	0,014
<i>Financial Knowledge</i>	0,386	0,058	0,368	6,655	0,000
<i>Financial Attitude</i>	0,428	0,062	0,382	6,903	0,000
FOMO	-0,142	0,048	-0,155	-2,958	0,003

Hasil Model 1 menunjukkan bahwa: Hasil analisis menunjukkan bahwa model penelitian mampu menjelaskan 55,1% variasi *Personal Financial Management Behavior* ($R^2 = 0,551$). Uji kelayakan model juga menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan ($F = 100,568$; $p < 0,05$). Secara parsial, *Financial Knowledge* ($\beta = 0,368$; $p < 0,05$) dan *Financial Attitude* ($\beta = 0,382$; $p < 0,05$) berpengaruh positif signifikan terhadap *Personal Financial Management Behavior*. Sebaliknya, *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh negatif signifikan terhadap *Personal Financial Management Behavior* ($\beta = -0,155$; $p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FOMO, semakin rendah perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Model 2: Interaction Effect**Tabel 8.** Hasil Analisis Regresi Model 2 (*Interaction Effect*).

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	0,485	0,215	-	2,256	0,025
<i>Financial Knowledge</i>	0,372	0,056	0,355	6,643	0,000
<i>Financial Attitude</i>	0,415	0,060	0,371	6,917	0,000
FOMO	-0,128	0,047	-0,140	-2,723	0,007
FK*FOMO	-0,168	0,062	-0,142	-2,710	0,007
FA*FOMO	-0,058	0,065	-0,048	-0,892	0,373

Hasil Model 2 menunjukkan bahwa: Hasil analisis moderasi menunjukkan bahwa model dengan variabel interaksi mampu menjelaskan 57,9% variasi *Personal Financial Management Behavior* ($R^2 = 0,579$). Penambahan variabel interaksi meningkatkan kemampuan prediksi model sebesar 2,8% ($\Delta R^2 = 0,028$) dan terbukti signifikan ($p < 0,05$). Interaksi antara *Financial Knowledge* dan FOMO berpengaruh negatif signifikan terhadap *Personal Financial Management Behavior* ($\beta = -0,142$; $p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa FOMO memperlemah pengaruh *Financial Knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Sebaliknya, interaksi antara *Financial Attitude* dan FOMO tidak signifikan ($\beta = -0,048$; $p > 0,05$), sehingga FOMO tidak memoderasi hubungan antara *Financial Attitude* dan *Personal Financial Management Behavior*.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis regresi moderasi, pengujian hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel 9. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.

Hipotesis	Beta	t	Sig.	Keputusan
H1 : <i>Financial Knowledge</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>personal financial management behavior</i>	0,355	6,643	0,000	Diterima
H2 : <i>Financial Attitude</i> berpengaruh positif signifikan terhadap <i>personal financial management behavior</i>	0,371	6,917	0,000	Diterima
H3 : FOMO memoderasi pengaruh <i>Financial Knowledge</i> terhadap <i>personal financial management behavior</i> secara negatif	-0,142	-2,710	0,007	Diterima
H4 : FOMO memoderasi pengaruh <i>Financial Attitude</i> terhadap <i>personal financial management behavior</i> secara negatif	-0,048	-0,892	0,373	Ditolak

Pembahasan***Pengaruh Financial Knowledge terhadap Personal Financial Management Behavior (H1)***

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z ($\beta = 0,355$, $t = 6,643$, $p = 0,000 < 0,05$). Temuan ini mendukung hipotesis pertama dan konsisten

dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa *Financial Knowledge* merupakan prediktor penting dari perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Mayori & Hidayat, 2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perencanaan keuangan pada mahasiswa Generasi Z di Telkom University. (Bado et al., 2023) juga mengidentifikasi bahwa literasi keuangan, bersama dengan pembelajaran manajemen keuangan, sikap keuangan, dan pendidikan keuangan dalam keluarga, mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z. (Aisyah et al., 2023) menemukan bahwa pengetahuan keuangan merupakan faktor penting dari perilaku pengelolaan keuangan pada mahasiswa pengguna e-wallet.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), *Financial Knowledge* meningkatkan persepsi kontrol individu sehingga mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik. Mahasiswa yang memiliki *Financial Knowledge* yang baik cenderung lebih mampu mengelola anggaran, menabung, dan mengambil keputusan keuangan secara rasional. Di era digital, kemampuan ini menjadi semakin penting karena Generasi Z dihadapkan pada berbagai layanan keuangan digital. Oleh karena itu, diperlukan program literasi keuangan yang interaktif dan sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Pengaruh Financial Attitude terhadap Personal Financial Management Behavior (H2)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Financial Attitude* berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z ($\beta = 0,371$, $t = 6,917$, $p = 0,000 < 0,05$). Temuan ini mendukung hipotesis kedua dan konsisten dengan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa sikap keuangan merupakan prediktor penting dari perilaku pengelolaan keuangan pribadi. Hasil ini sejalan dengan penelitian (S. A. Griffin & Sibilang, 2022) yang menemukan bahwa sikap keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan pada Generasi Z, dengan *locus of control* sebagai moderator. (Bado et al., 2023) mengidentifikasi bahwa sikap keuangan, bersama dengan literasi keuangan, pembelajaran manajemen keuangan, dan pendidikan keuangan dalam keluarga, mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi pada Generasi Z. (Azizeh et al., 2022) menemukan bahwa sikap keuangan merupakan determinan perilaku pengelolaan keuangan dan berdampak pada kepuasan keuangan pada Generasi Z.

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), sikap merupakan salah satu faktor utama yang mendorong terbentuknya perilaku. Mahasiswa yang memiliki *Financial Attitude* positif cenderung lebih bertanggung jawab, berorientasi pada masa depan, serta lebih disiplin dalam menabung dan berinvestasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh *Financial Attitude* terhadap *personal financial management behavior* sedikit lebih kuat

dibandingkan *Financial Knowledge*, yang menegaskan bahwa pola pikir positif terhadap pengelolaan keuangan sangat penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Temuan ini sejalan dengan (Jordan & Nuringsih, 2023) yang menyatakan bahwa sikap keuangan merupakan prediktor penting perilaku keuangan yang bertanggung jawab pada Generasi Z. Oleh karena itu, program literasi keuangan perlu tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap keuangan positif melalui pembelajaran praktis, keteladanan, dan sosialisasi keuangan sejak dini.

Peran Moderasi FOMO pada Hubungan Financial Knowledge dan Personal Financial Management Behavior (H3)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO memoderasi pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *personal financial management behavior* secara negatif ($\beta = -0,142$, $t = -2,710$, $p = 0,007 < 0,05$). Temuan ini mendukung hipotesis ketiga dan memberikan kontribusi baru pada literatur tentang perilaku keuangan Generasi Z. Efek moderasi negatif ini menunjukkan bahwa pada mahasiswa dengan tingkat FOMO yang tinggi, pengaruh positif *Financial Knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan menjadi lebih lemah. Dengan kata lain, meskipun mahasiswa memiliki *Financial Knowledge* yang baik, jika mengalami FOMO yang tinggi, cenderung tidak mengaplikasikan *Financial Knowledge* tersebut dalam perilaku pengelolaan keuangan. FOMO menciptakan tekanan psikologis untuk mengikuti tren konsumsi atau gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, yang dapat mengalahkan pengetahuan rasional tentang pengelolaan keuangan yang baik.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Hernawati & Manek, 2025) yang menemukan bahwa literasi keuangan memoderasi pengaruh *doom spending* dan FOMO terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Kota Kupang. (Wulansari & Safitri, 2023) juga menemukan bahwa *self-control* memoderasi pengaruh gaya hidup hedonis, FOMO, dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Gen Z, menunjukkan bahwa faktor psikologis seperti FOMO dan *self-control* memainkan peran penting dalam menentukan apakah *Financial Knowledge* diterjemahkan menjadi perilaku yang baik.

Secara teoretis, temuan ini menunjukkan bahwa *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) perlu mempertimbangkan faktor psikologis, seperti *Fear of Missing Out* (FOMO), yang dapat memengaruhi hubungan antara pengetahuan dan perilaku keuangan. FOMO dapat menurunkan kontrol perilaku individu karena adanya tekanan sosial untuk mengikuti tren yang berkembang di media sosial. Hal ini sangat relevan bagi mahasiswa Generasi Z yang aktif bermedia sosial. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh terhadap perilaku investasi, perilaku keuangan, dan pembelian impulsif pada Generasi Z

(Maheshwari, 2025) : (Mukti et al., 2024); (Puspasari et al., 2025). Oleh karena itu, program literasi keuangan diperlukan tidak hanya meningkatkan *Financial Knowledge*, tetapi juga membekali mahasiswa dengan kemampuan mengelola FOMO, menggunakan media sosial secara kritis, dan memperkuat *self-control* dalam pengambilan keputusan keuangan.

Peran Moderasi FOMO pada Hubungan Financial Attitude dan Personal Financial Management Behavior (H4)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO tidak memoderasi pengaruh *Financial Attitude* terhadap *personal financial management behavior* ($\beta = -0,048$, $t = -0,892$, $p = 0,373 > 0,05$). Temuan ini tidak mendukung hipotesis keempat dan memberikan wawasan menarik tentang perbedaan antara *Financial Knowledge* dan *Financial Attitude* dalam FOMO.

Tidak signifikannya efek moderasi FOMO pada hubungan *Financial Attitude* dan perilaku pengelolaan keuangan menunjukkan bahwa *Financial Attitude* yang positif lebih resisten terhadap pengaruh FOMO dibandingkan dengan *Financial Knowledge*. Dengan kata lain, mahasiswa dengan *Financial Attitude* yang positif cenderung tetap mengelola keuangan dengan baik meskipun mengalami FOMO yang tinggi. *Financial Attitude* yang positif mencerminkan nilai-nilai dan keyakinan yang lebih mendalam tentang pentingnya pengelolaan keuangan, yang lebih sulit untuk dipengaruhi oleh tekanan eksternal seperti FOMO.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (yang menyatakan bahwa sikap merupakan evaluasi yang relatif stabil dan berperan penting dalam membentuk perilaku. *Financial Attitude* yang positif mencerminkan nilai dan keyakinan yang telah terinternalisasi, sehingga lebih tahan terhadap pengaruh eksternal, termasuk *Fear of Missing Out* (FOMO). Selain itu, berdasarkan *dual-process theory*, *Financial Knowledge* bersifat kognitif dan rasional, sedangkan *Financial Attitude* lebih bersifat afektif dan otomatis. Karena FOMO juga bersifat emosional, pengaruhnya cenderung lebih besar pada aspek kognitif dibandingkan pada sikap yang telah tertanam kuat. Oleh karena itu, program literasi keuangan bagi Generasi Z perlu tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk *Financial Attitude* positif melalui sosialisasi keluarga, pengalaman praktis, keteladanan, dan penguatan norma sosial yang mendukung perilaku keuangan yang bertanggung jawab.

Meskipun FOMO tidak memoderasi hubungan *Financial Attitude* dan perilaku pengelolaan keuangan, hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh langsung negatif terhadap perilaku pengelolaan keuangan ($\beta = -0,140$, $t = -2,723$, $p = 0,007 < 0,05$). Ini menunjukkan bahwa FOMO tetap merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan perilaku keuangan Generasi Z, meskipun pengaruhnya dapat diminimalkan dengan pembentukan *Financial Attitude* yang positif.

2. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa:

Financial Knowledge berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z. Mahasiswa dengan *Financial Knowledge* yang lebih baik cenderung memiliki perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik, termasuk dalam perencanaan anggaran, pengelolaan pengeluaran, menabung, dan membuat keputusan keuangan yang rasional. Temuan ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* dan penelitian-penelitian terdahulu yang menunjukkan pentingnya *Financial Knowledge* dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab.

Financial Attitude berpengaruh positif signifikan terhadap *personal financial management behavior* pada mahasiswa Generasi Z. Mahasiswa dengan *Financial Attitude* yang lebih positif cenderung lebih bertanggung jawab dalam mengelola keuangan, lebih berorientasi pada masa depan, dan lebih disiplin dalam menabung dan berinvestasi. Menariknya, pengaruh *Financial Attitude* terhadap perilaku pengelolaan keuangan sedikit lebih kuat dibandingkan dengan *Financial Knowledge*, menunjukkan bahwa memiliki sikap yang positif terhadap pengelolaan keuangan sama pentingnya, bahkan mungkin sedikit lebih penting, dibandingkan dengan memiliki *Financial Knowledge* yang baik.

FOMO memoderasi pengaruh *Financial Knowledge* terhadap *personal financial management behavior* secara negatif. Pada mahasiswa dengan tingkat FOMO yang tinggi, pengaruh positif *Financial Knowledge* terhadap perilaku pengelolaan keuangan menjadi lebih lemah. FOMO menciptakan tekanan psikologis untuk mengikuti tren konsumsi atau gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, yang dapat mengalahkan pengetahuan rasional tentang pengelolaan keuangan yang baik. Temuan ini memberikan kontribusi baru pada literatur tentang perilaku keuangan Generasi Z dan menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor psikologis dan sosial dalam memahami perilaku keuangan.

FOMO tidak memoderasi pengaruh *Financial Attitude* terhadap *personal financial management behavior*. *Financial Attitude* yang positif lebih resisten terhadap pengaruh FOMO dibandingkan dengan *Financial Knowledge*. Mahasiswa dengan *Financial Attitude* yang positif cenderung tetap mengelola keuangan dengan baik meskipun mengalami FOMO yang tinggi. Temuan ini menunjukkan bahwa *Financial Attitude* yang positif dan terinternalisasi merupakan faktor protektif yang penting dalam menghadapi tekanan sosial dari media sosial.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada *Theory of Planned Behavior* dan *Financial Socialization Theory* pada Generasi Z Indonesia, serta

memberikan wawasan praktis tentang pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor psikologis dan sosial seperti FOMO dalam pengembangan program literasi keuangan untuk mahasiswa Generasi Z.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

Saran Praktis

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi praktis. Perguruan tinggi perlu memperkuat program literasi keuangan dan edukasi mengenai dampak FOMO. Orang tua diharapkan berperan aktif dalam sosialisasi keuangan sejak dini melalui keteladanan dan komunikasi yang terbuka. Mahasiswa perlu meningkatkan pengetahuan serta *Financial Attitude* yang positif dan menggunakan media sosial secara bijak. Selain itu, pemerintah perlu mendukung penguatan literasi keuangan bagi generasi muda serta mengawasi konten media sosial yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah penelitian agar hasilnya lebih representatif. Selain itu, penggunaan metode *mixed methods* dan desain longitudinal dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara *Financial Knowledge*, *Financial Attitude*, FOMO, dan *personal financial management behavior*.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan Pertama, penelitian hanya dilakukan pada mahasiswa di kabupaten Semarang sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasikan secara luas. Kedua, penggunaan desain *cross-sectional* belum mampu menjelaskan hubungan kausal secara mendalam. Ketiga, data yang diperoleh melalui kuesioner *self-report* berpotensi menimbulkan bias. Selain itu, penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *personal financial management behavior*.

DAFTAR REFRENSI

- Aisyah, R. N., Widagdo, B., & Warsono, W. (2023). *Antecedent Factors of Financial Management Behavior: Evidence from a Study on E-Wallet User Students*. *Business Innovation Management and Entrepreneurship Journal*. <https://doi.org/10.22219/bimantara.v2i02.29751>
- Ardana, T., & Khumairoh, S. (2025). *Personal financial management among university students and its impact on consumeristic behavior*. Retrieved <https://ejournal.uinsaid.ac.id/academica/article/view/14375>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Azizeh, N., Widyastuti, U., & Yusuf, M. (2022). *Determinant of Financial Management Behavior and Impact on Financial Satisfaction in Generation Z*. *Pedagogi: Jurnal Penelitian Pendidikan*. <https://doi.org/10.21009/jdmb.05.2.4>
- Bado, B., Hasan, M., Tahir, T., & Hasbiah, S. (2023). *How do Financial Literacy, Financial Management Learning, Financial Attitudes and Financial Education in Families Affect Personal Financial Management in Generation Z? International Journal of Professional Business Review*. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i5.2001>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Proyeksi penduduk Indonesia 2020-2050*. Jakarta: BPS.
- Griffin, L., Hosking, W., Gill, P. R., Shearson, K., Ivey, G., & Sharples, J. (2022). *The Gender Paradox: Understanding the Role of Masculinity in Suicidal Ideation*. *American Journal of Men's Health*, 16(5), 15579883221123853. <https://doi.org/10.1177/15579883221123853>
- Hernawati, R., & Manek, A. M. (2025). Peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh doom spending dan fear of missing out terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi z di kota kupang. Analisis (Fakultas Ekonomi Universitas Flores). <https://doi.org/10.37478/als.v15i02.5456>
- Hidayat, T., Wahjoedi, W., & Wahyono, H. (2026). *Financial Socialization Among Generation Z: How Children of Millennial Parents Internalize Money Values*. Retrieved <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/eduscience/article/view/8403>
- Jordan, A., & Nuringsih, K. (2023). Understanding financial behavior in Generation Z. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v1i4.2535-2546>
- Maheshwari, C. (2025). *Chasing Financial Goals: How Social Media Engagement, Fear of Missing Out (FoMO), and Digital Financial Literacy Shape Investment Behaviour of Gen Z?* Retrieved <https://www.researchgate.net/profile/Charu-Maheshwari2/publication/400621711>
- Mayori, C., & Hidayat, A. M. (2025). Shaping financial futures: *Exploring the impact of financial literacy, inclusion, and behavior on financial planning in Telkom University's Generation Z*. *Jurnal Siasat Bisnis*. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol29.iss2.art6>
- Mukti, A. H., Sastrodiharjo, I., & Hariyanto, O. I. B. (2024). *Financial Literacy, Financial Management, Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying: Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation*. *Atestasi*. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i1.843>

- Puspasari, E., Pravitasari, C. F., & Kurniawan, R. (2025). *Swipe, Scroll, Spend: Uncovering the Impact of FOMO and Digital Literacy on Generation Z's Financial Behaviour*. <https://doi.org/10.32424/icsema.1.1.374>
- Risqina, F. S., & Puspita, V. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) dalam Pengelolaan Keuangan Pribadi pada Generasi-Z di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. <https://doi.org/10.55606/jaemb.v5i2.6766>
- Saleh, W. (2026). The Influence of Financial Literacy, Fomo Behavior, Income and Self-Control on Generation Z's Personal Financial Planning in Palu City. Retrieved <https://pusdig.web.id/akuntansi/article/view/726>
- Wahyuni, H., Erwantiningsih, E., & Pudyarningsih, A. R. (2025). Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FoMO, Love of Money. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i1.15526>
- Wulansari, D., & Safitri, H. (2026) *The Impact of Hedonistic Lifestyle, FOMO, and Financial Literacy on Personal Financial Management among Gen Z Students in Pontianak with Self-Control as a Moderating Variable*. Retrieved <https://e-journal.uac.ac.id/index.php/ijjse/article/view/9799>