



Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan *Fintech Digital Payment* terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Bethanya Sanggarwati^{1*}, Grace Yulianti², Tanti Sugiharti Singgih³

¹⁻³Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonom Kasih Bangsa, Indonesia

Email: bethanyasanggarwati@gmail.com ^{1*}

Alamat: 8, Jl. Dr.Kasih No.1, RT.8/RW.1, Kb. Jeruk, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11530, Indonesia

*Penulis Korespondensi

Abstract. Generation Z represents an age group most familiar with digital technology and actively engaged in the use of financial technology (fintech) services. Their daily financial activities are closely linked to digital payment platforms, which provide convenience and speed. However, ease of access does not always align with the ability to manage finances wisely, raising concerns about long-term financial health. This study aims to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and the use of fintech digital payment on the financial management behavior of Generation Z in Indonesia. A quantitative research design was employed, with data collected through a structured survey conducted between December 2024 and January 2025. The study involved 128 respondents aged 18–25 years, which exceeded the minimum sample size requirement based on Cochran's formula, thereby ensuring representativeness. Data were analyzed using the Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) approach, assisted by SmartPLS software. The empirical findings reveal that financial literacy has a positive and significant effect on financial management behavior, suggesting that higher knowledge enables Generation Z to make more informed financial decisions. Similarly, lifestyle exerts a positive and significant influence, indicating that conscious lifestyle choices play an important role in shaping financial habits. In contrast, the use of fintech digital payment does not significantly affect financial management behavior, reflecting that frequent usage of digital payments does not necessarily translate into better financial discipline. These results highlight the urgent need to strengthen financial education programs and promote responsible lifestyle patterns. The study contributes to the understanding of financial behavior among Generation Z and offers insights for educators, policymakers, and fintech providers in developing strategies that foster sustainable financial well-being.

Keywords: Digital payment; financial literacy; financial management; Generation Z; lifestyle

Abstrak. Generasi Z merupakan kelompok usia yang paling familiar dengan teknologi digital dan aktif menggunakan layanan teknologi finansial (fintech). Aktivitas keuangan mereka sehari-hari sangat erat kaitannya dengan platform pembayaran digital yang memberikan kemudahan dan kecepatan. Namun, kemudahan akses tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuan mengelola keuangan secara bijak, sehingga menimbulkan kekhawatiran mengenai kesehatan keuangan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan pembayaran digital fintech terhadap perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z di Indonesia. Desain penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui survei terstruktur yang dilakukan antara Desember 2024 dan Januari 2025. Penelitian ini melibatkan 128 responden berusia 18–25 tahun, yang melebihi persyaratan ukuran sampel minimum berdasarkan rumus Cochran, sehingga menjamin representasi. Data dianalisis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Temuan empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki efek positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan, menunjukkan bahwa pengetahuan yang lebih tinggi memungkinkan Generasi Z untuk membuat keputusan keuangan yang lebih tepat. Demikian pula, gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan, menunjukkan bahwa pilihan gaya hidup yang sadar memainkan peran penting dalam membentuk kebiasaan keuangan. Sebaliknya, penggunaan pembayaran digital fintech tidak secara signifikan mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, mencerminkan bahwa penggunaan pembayaran digital yang sering tidak selalu menghasilkan disiplin keuangan yang lebih baik. Hasil ini menyoroti kebutuhan mendesak untuk memperkuat program pendidikan keuangan dan mempromosikan pola gaya hidup yang bertanggung jawab. Studi ini berkontribusi pada pemahaman perilaku keuangan di kalangan Generasi Z dan menawarkan wawasan bagi para pendidik, pembuat kebijakan, dan penyedia fintech dalam mengembangkan strategi yang mendorong kesejahteraan finansial yang berkelanjutan.

Kata kunci: Fintech digital payment; Generasi Z; gaya hidup; literasi keuangan; pengelolaan keuangan

1. LATAR BELAKANG

Dinamika kemajuan teknologi informasi telah membawa disrupsi besar yang mengubah cara individu menjalani kehidupan sehari-hari, termasuk cara bekerja di berbagai sektor, serta cara berinteraksi sosial (Ruslaini et al., 2025; Yulianti et al., 2024). Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menimbulkan beragam inovasi pada sektor usaha termasuk di sektor keuangan dengan inovasi yang disebut *financial technology* (Ariani Damayanti & Ratna Gumilang, 2023). Financial technology (*Fintech*) hadir sebagai solusi layanan keuangan berbasis digital yang menawarkan kemudahan akses, kecepatan transaksi, dan efisiensi biaya. Layanan ini mencakup berbagai bentuk, mulai dari pembayaran digital, perencanaan keuangan daring, hingga pinjaman berbasis aplikasi. Inovasi ini tidak hanya mengubah sistem keuangan secara struktural, tetapi juga berdampak signifikan terhadap perilaku keuangan individu, khususnya generasi muda (Daffa et al., 2024).

Secara umum, kelompok generasi individu diklasifikasikan berdasarkan periode tahun kelahiran seseorang dan karakteristik sosial yang menonjol. Mereka yang lahir di rentang tahun 1946 sampai 1964 disebut sebagai generasi *baby boomer*, tumbuh di era pasca-perang, dan dikenal menjunjung tinggi stabilitas serta memiliki etos kerja yang kuat. Kelompok generasi berikutnya adalah generasi X yang lahir di rentang tahun 1965 hingga tahun 1980, hidup di masa awal perkembangan teknologi seperti televisi dan komputer serta cenderung mandiri dan fleksibel. Kemudian, generasi Y atau milenial adalah kelahiran tahun 1981 hingga 1996, menjadi generasi yang tumbuh bersama internet dan media sosial, bersifat adaptif dan terbuka terhadap perubahan, serta memiliki kecenderungan konsumtif. Adapun generasi Z adalah mereka dengan kelahiran di rentang tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang sejak kecil telah terpapar oleh teknologi digital, sangat terhubung secara daring, cepat dalam menyerap informasi, dan gaya hidupnya sangat dipengaruhi oleh tren media sosial serta budaya Istan (Mulyanti, 2021).

Generasi Z adalah generasi pertama yang sepenuhnya tumbuh dalam era digital. Mereka terbiasa menggunakan gawai sejak usia masih kecil, dan menjadikan teknologi sebagai bagian dari kehidupan sehari-harinya, termasuk dalam aktivitas keuangan (Elsalonika & Ida, 2025). Fenomena ini menjadikan Generasi Z sebagai pengguna aktif layanan fintech, baik dalam bentuk digital payment, e-wallet, maupun pinjaman online (Aidil Fadli, 2024). Sehingga, adalah penting untuk generasi Z mempunyai literasi Keuangan yang bagus. Literasi keuangan merupakan kapasitas seseorang dalam memahami dan mengaplikasikan konsep keuangan untuk pengambilan keputusan, seperti pengaturan budget keuangan, simpanan, investasi,

hingga pengendalian utang. Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik, cenderung mempunyai perilaku keuangan yang sehat dan mampu menghadapi tekanan ekonomi dengan lebih adaptif. Literasi yang rendah dapat menyebabkan pengambilan keputusan yang tidak rasional, seperti penggunaan pinjaman konsumtif tanpa perencanaan, atau kegagalan dalam mengelola pendapatan (Junianto et al., 2025).

Otoritas Jasa Keuangan menyatakan bahwa jumlah pinjaman online di Indonesia telah mencapai lebih dari Rp47 triliun hingga Juni 2023, di mana kelompok usia 19 hingga 34 tahun yang termasuk didalamnya generasi Z dan Milenial menyumbang lebih dari separuh total pinjaman yaitu sekitar Rp26,87 triliun. Sementara itu, nilai kredit macet pinjaman online secara Nasional pada periode yang tercatat Rp1,73 triliun, dengan kelompok usia 19 sampai 34 tahun menyumbang sebesar Rp763,65 miliar atau sekitar 44 % dari total kredit macet (Zakaria et al., 2025). Data ini menunjukkan bahwa generasi Z di Indonesia menghadapi resiko keuangan yang cukup tinggi.

Selain pinjaman digital, layanan fintech digital payment seperti dompet digital (e-wallet) dan QR Code payment juga turut membentuk pola perilaku keuangan impulsif. Mekanisme transaksi yang cepat, instan, dan tanpa uang fisik sering kali menciptakan ilusi ketersediaan dana yang salah (Rizal et al., 2025). Transaksi non-tunai dapat mengurangi kesadaran akan batasan keuangan yang dimiliki individu, sehingga memicu pengeluaran berlebih tanpa kontrol yang memadai (Nainggolan et al., 2022). Jika kebiasaan ini berlangsung secara terus-menerus tanpa diimbangi dengan kesadaran finansial, maka akan berdampak negatif terhadap stabilitas keuangan jangka panjang.

Fenomena ini terkait dengan gaya hidup digital generasi Z yang terbentuk dari tingginya intensitas paparan terhadap tren media sosial, budaya instan, dan eksistensi sosial berbasis konsumsi. Gaya hidup seperti ini berkontribusi pada rendahnya kepedulian terhadap perencanaan keuangan, serta mendorong kecenderungan pengambilan keputusan finansial lebih bersifat emosional dari pada rasional (Salsabila et al., 2024). Dalam konteks ini, penting untuk menelusuri bagaimana literasi keuangan dan gaya hidup memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z, khususnya dalam konteks penggunaan layanan fintech.

Mengingat tingginya risiko keuangan yang dihadapi generasi Z serta gaya hidup konsumtif yang terbentuk dari budaya digital maka penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *fintech digital payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z. Kajian ini tidak hanya memiliki kontribusi teoritis dalam pengembangan literatur manajemen keuangan personal, tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi lembaga pendidikan, otoritas keuangan, dan penyedia layanan fintech

dalam merancang program edukasi literasi keuangan yang adaptif terhadap karakteristik dan tantangan yang dihadapi generasi Z. Karena dengan pemahaman yang tepat diharapkan generasi Z mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta mengembangkan pola pikir finansial yang sehat untuk mencapai kestabilan ekonomi pribadi di masa depan.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Perilaku Konsumen (*consumer behavior*)

Teori perilaku konsumen adalah suatu studi ilmiah tentang bagaimana seseorang, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk, jasa, ide, atau pengalaman guna merealisasikan kebutuhan serta keinginan mereka. Teori ini berusaha untuk memahami proses mental dan sosial yang mendasari keputusan pembelian konsumen (Pratama, S.D.a, & Syaodih, 2021). Perilaku konsumen adalah studi tentang, mengapa, bagaimana, kapan serta di mana seseorang melakukan atau tidak melakukan pembelian suatu produk/jasa. Kajian ini menggabungkan unsur-unsur dari psikologi, sosiologi, antropologi sosial, dan ekonomi (Johanis, 2016). Faktor psikologis dan personal memiliki peran penting dalam membentuk perilaku konsumen. Kebutuhan dasar individu diantaranya kebutuhan untuk makan, minum, serta tempat tinggal menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan karena harus dipenuhi secara rutin (Rohmana, 2024). Selain itu, kebutuhan psikologis seperti perasaan aman/nyaman, mendapat penghargaan/pengakuan, dan aktualisasi diri juga mendorong konsumen untuk memilih produk atau jasa yang memberikan rasa puas dan percaya diri (Razmus & Laguna, 2024). Di sisi lain, faktor personal seperti pekerjaan, usia, dan tahap kehidupan memengaruhi pola konsumsi individu, baik dalam bentuk konsumsi hedonistik maupun kebutuhan fungsional. Seiring bertambahnya usia, prioritas konsumen pun berubah, yang berdampak pada preferensi mereka terhadap jenis produk dan layanan yang digunakan (Hastuty Hs et al., 2024).

Faktor eksternal, khususnya faktor sosial, memainkan peran signifikan dalam membentuk perilaku konsumen, di mana lingkungan pergaulan menjadi salah satu pemicu utama. Interaksi dengan kelompok sosial yang memiliki status tinggi sering kali mendorong individu untuk menyesuaikan perilaku konsumtif mereka sebagai upaya membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial (Hastuty Hs et al., 2024). Dorongan untuk memenuhi kebutuhan simbolik seperti pengakuan status membuat konsumen cenderung memilih produk-produk mewah atau bermerk, bukan semata-mata karena fungsi utilitasnya, melainkan sebagai representasi prestise dan identitas yang sejalan dengan norma dan ekspektasi kelompok sosial tempat mereka bergaul. Dengan demikian, konsumsi tidak lagi bersifat personal semata,

melainkan menjadi instrumen sosial yang mencerminkan posisi dan aspirasi individu dalam struktur masyarakat (Siregar, 2023).

Teori literasi keuangan

Literasi adalah serangkaian kemampuan dan keterampilan yang memungkinkan seseorang untuk memahami, mengakses, dan mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi dari berbagai sumber secara efektif (Iman, 2022). Kemampuan ini tidak hanya penting dalam menyelesaikan masalah sehari-hari, tetapi juga dalam mengembangkan pengetahuan dan wawasan pribadi (APutra & Sinarwati, 2023). Literasi memberikan fondasi bagi seseorang untuk berperan aktif dalam kehidupan sosial, budaya, dan ekonomi, sehingga memungkinkan partisipasi yang lebih bermakna dalam masyarakat (Iman, 2022). Dengan literasi yang baik, seseorang dapat berpikir kritis, mengambil keputusan yang tepat, dan berkontribusi secara konstruktif terhadap perkembangan komunitas dan dunia di sekitarnya (Ratih Rahmaningrum & Imronudin, 2024).

Literasi keuangan merupakan keterampilan penting yang memungkinkan individu memahami, mengelola, dan mengambil keputusan finansial dengan bijak (Pradinaningsih & Wafiroh, 2022). Hal ini mencakup pengetahuan mendalam tentang berbagai produk dan layanan keuangan, termasuk tabungan, investasi, pinjaman, asuransi, hingga perencanaan pensiun. Dengan literasi keuangan yang baik, seseorang dapat merencanakan keuangannya dengan baik, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, serta meminimalkan risiko keuangan, sehingga mencapai kestabilan dan kesejahteraan finansial di masa depan (Reddy et al., 2024).

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola, kebiasaan, dan perilaku seseorang atau kelompok dalam keseharian dalam menjalani kehidupan (Irawati & Kasemetan, 2023). Gaya hidup mencerminkan nilai-nilai, minat, dan prioritas seseorang, mulai dari cara mereka berpakaian, makanan yang dikonsumsi, aktivitas yang dilakukan, hingga bagaimana mereka mengelola waktu dan keuangan (Fungky et al., 2021). Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang yang tercermin dari cara orang tersebut beraktivitas, pandangan pada hal yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan/minat) dan apa yang dipikirkan tentang diri dan lingkungannya (pendapat/opini (Hasanah et al., 2022)

Faktor-faktor seperti budaya, lingkungan, status sosial, dan preferensi pribadi turut mempengaruhi gaya hidup seseorang (Reddy et al., 2024). Gaya hidup dapat berperan dalam

menentukan kualitas hidup dan kesehatan, serta memberikan identitas dan rasa kebersamaan bagi individu dalam kelompok sosial tertentu (Fab et al., 2020).

Fintech Digital Payment

Fintech Digital Payment adalah salah satu sektor dalam *financial technology* (*fintech*) yang berfokus pada penyediaan layanan pembayaran digital, menggantikan atau melengkapi metode pembayaran tradisional seperti uang tunai atau cek (Tang, 2024). Layanan ini memungkinkan individu dan bisnis untuk melakukan transaksi keuangan secara cepat, mudah, dan aman dengan bantuan teknologi, tanpa perlu membawa uang tunai atau bertransaksi secara fisik (Kusumar & Mendari, 2021). Fintech digital payment merupakan bagian dari inovasi teknologi keuangan yang menyediakan layanan transaksi secara elektronik dan real time, menggantikan sistem pembayaran konvensional (Mursalim et al., 2024). Bentuk layanan ini mencakup dompet digital (*e-wallet*) seperti GoPay, OVO, dan DANA; pembayaran berbasis QR Code; layanan transfer uang cepat berbasis mobile; hingga sistem pembayaran berbasis NFC dan cryptocurrency. Bagi Generasi Z, penggunaan fintech memberikan kemudahan dalam bertransaksi tanpa uang tunai, menawarkan efisiensi, kecepatan, dan kenyamanan dalam mengelola kebutuhan keuangan sehari-hari. Namun, kemudahan ini juga membawa konsekuensi negatif jika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial. Penggunaan yang tidak terkontrol dapat mendorong perilaku konsumtif, terutama ketika transaksi dilakukan secara impulsif tanpa perencanaan matang. Oleh karena itu, penting bagi individu khususnya Generasi Z untuk memiliki tingkat literasi keuangan yang memadai agar penggunaan fintech benar-benar mampu mendukung pengelolaan keuangan pribadi yang sehat dan berkelanjutan (Elliyana et al., 2024).

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh literasi keuangan terhadap peneglolahan keuangan Gen Z, Literasi keuangan memberikan pengetahuan yang membantu generasi Z membuat keputusan yang lebih cerdas, seperti mengelola tabungan, investasi, dan pengeluaran sehari-hari secara lebih efektif. Hasil Penelitian Wahyauni & Setiawati, (2022) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan generasi Z. Literasi keuangan berperan penting dalam merencanakan keuangan dengan bijak, termasuk dalam pengaturan anggaran, pengelolaan utang, dan perencanaan investasi (Gultom B.T et al., 2022). Demikian juga hasil penelitian Elsalonika & Ida, (2025) mengungkapkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku generasi Z. Tingkat literasi yang lebih tinggi

memungkinkan individu memahami, memilih, dan memanfaatkan produk-produk keuangan dengan tepat, sehingga dapat meningkatkan kualitas perilaku keuangan secara keseluruhan. Dengan demikian, literasi keuangan menjadi faktor kunci yang memengaruhi kemampuan generasi Z untuk mencapai stabilitas dan kesejahteraan finansial Akbar & Armansyah, (2023). Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Purwidiyanti & Tubastuvi, (2019) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan, maka penelitian ini akan menguji kembali variabel tersebut dengan hipotesis:

H1 : Literasi keuangan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan gen Z.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan keuangan Gen Z

Gaya hidup yang cenderung boros membuat individu sulit mengendalikan pengeluaran, sehingga berdampak negatif pada kemampuan mereka untuk menabung atau berinvestasi (Sherwin Ary Busman, Hartini, 2022). Generasi Z, yang sering dikaitkan dengan pola hidup konsumtif dan kecenderungan hedonisme, cenderung menghabiskan uang untuk memenuhi kebutuhan sekunder atau tersier tanpa mempertimbangkan pentingnya pengelolaan keuangan yang sehat (Rahmadani & Safitri, 2025). Kebiasaan ini melekat pada generasi Z karena pengaruh tren gaya hidup, media sosial, serta akses yang mudah terhadap fasilitas keuangan seperti layanan kredit atau belanja online. Akibatnya, banyak dari mereka yang gagal merencanakan keuangan untuk masa depan, seperti menyiapkan dana darurat atau berinvestasi untuk jangka panjang. Jika tidak diimbangi dengan kesadaran akan literasi keuangan, gaya hidup ini dapat membawa generasi Z pada kondisi finansial yang tidak stabil, yang pada akhirnya menghambat terciptanya kesehatan keuangan yang berkelanjutan (Akbar & Armansyah, 2023). Berdasarkan kajian literatur tentang gaya hidup tersebut maka penelitian ini akan menguji kembali variabel gaya hidup dengan hipotesis :

H2 : Gaya hidup berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan Gen Z.

Pengaruh *Fintech Digital Payment* terhadap pengelolaan keuangan Gen Z

Teknologi pembayaran digital memungkinkan mereka melacak pengeluaran, mengatur anggaran, dan memanfaatkan berbagai promosi atau insentif keuangan yang ditawarkan oleh platform fintech. Kemudahan akses dan fitur yang intuitif membuat sistem pembayaran digital menjadi alat yang potensial dalam membantu generasi Z mencapai pengelolaan keuangan yang lebih terstruktur. Namun, di sisi lain, kemudahan ini juga memiliki risiko jika tidak disertai dengan pengendalian diri yang baik (Williams, 2025). Penggunaan pembayaran digital yang terlalu mudah sering kali mendorong perilaku konsumtif dan kebiasaan berbelanja impulsif,

karena pengguna tidak merasakan secara langsung pengeluaran uang tunai. Akibatnya, generasi Z bisa kehilangan kendali atas anggaran mereka dan menghadapi risiko keborosan (Jiang, 2022). Penelitian ini akan menguji variabel *fintech digital payment* dengan hipotesis : H3 : Penggunaan *fintech digital payment* berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z.

Pengaruh Simultan antara Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Fintech Digital Payment terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Perilaku pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Dalam konteks generasi Z yang hidup di era digital, terdapat tiga faktor utama yang diyakini turut membentuk perilaku keuangan mereka, yaitu literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan layanan fintech digital payment (Azhima & Pinem, 2024). Literasi keuangan memberikan dasar pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan individu untuk mengambil keputusan finansial yang rasional, sehingga mampu menghindarkan mereka dari praktik keuangan yang berisiko (Saptyana, 2024). Gaya hidup menjadi refleksi dari pola konsumsi, preferensi, serta orientasi individu dalam mengalokasikan pendapatannya, yang sering kali dipengaruhi oleh perkembangan tren dan lingkungan sosial (Pohan et al., 2025). Kemunculan fintech digital payment menghadirkan kemudahan, kecepatan, dan fleksibilitas dalam bertransaksi, namun sekaligus menimbulkan potensi perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang memadai. Interaksi ketiga faktor tersebut membentuk dinamika pengelolaan keuangan generasi Z, mulai dari tahap perencanaan, pengendalian, hingga evaluasi keuangan pribadi (Rustandi Kartawinata & Akbar, 2025). Dengan demikian, pemahaman mengenai keterkaitan literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan fintech digital payment menjadi penting untuk menjelaskan pola pengelolaan keuangan generasi Z secara lebih komprehensif, maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4 : Literasi keuangan, Gaya Hidup, dan *Fintech Digital Payment* berpengaruh secara simultan terhadap pengelolaan keuangan Gen Z

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini kuantitatif digunakan dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan *fintech digital payment* terhadap perilaku pengelolaan keuangan generasi Z. Objek penelitian adalah individu yaitu generasi Z yang lahir antara tahun 2000 hingga 2007 yang telah menggunakan layanan *fintech digital payment* dalam aktivitas kesehariannya. Penelitian ini tidak dibatasi wilayah tertentu

karena kami ingin memperoleh data yang lebih luas dan beragam dari Generasi Z di berbagai daerah. Oleh karena itu, kuesioner disebarakan secara online agar lebih efektif dan sesuai dengan karakter digital native dari Generasi Z. Instrumen penelitian disusun menggunakan skala Likert 1 sampai 5, di mana angka 1 mencerminkan persepsi responden yang sangat tidak setuju sementara angka 5 mencerminkan persepsi yang sangat setuju. Sehubungan ukuran populasi tidak dapat diketahui dengan pasti maka penetapan ukuran sampel ditetapkan dengan memakai rumus Cochran (Sugiyono, 2017) yang menghasilkan nilai sebesar 40,02 yang berarti jumlah minimum responden sebanyak 40 orang. Kuesioner di sebarakan selama bulan Desember 2024 hingga Januari 2025, dan berhasil mengumpulkan 128 responden berusia 18 sampai 25 tahun yang sesuai dengan kriteria penelitian. Dengan demikian, jumlah responden yang digunakan telah melebihi batas minimum dan memenuhi syarat untuk dianalisis lebih lanjut.

Teknik Analisis data pada penelitian ini pendekatan PLS-SEM guna menguji pengaruh antar variabel. Uji validitas konvergen dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk benar-benar saling berkorelasi, dengan kriteria yaitu nilai outer loading di atas 0,70 dan nilai Average Variance Extracted (AVE) minimal 0,50. Selanjutnya, dilakukan uji validitas diskriminan untuk menjamin bahwa setiap konstruk adalah unik /tidak tumpang tindih dengan konstruk lainnya. Uji validitas diskriminan terdiri dari Fornell-Larcker dengan kriteria nilai akar AVE suatu konstruk harus lebih besar dari korelasinya dengan konstruk lain, kemudian nilai cross loading di mana indikator harus memiliki loading tertinggi pada konstruk asalnya serta nilai Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) dengan kriteria di bawah 0,90 agar diskriminasi antar konstruk terpenuhi. Selain uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas untuk melihat apakah indikator dalam satu variabel saling konsisten dalam mengukur konsep yang sama. Uji reliabilitas dilakukan dengan evaluasi nilai *Cronbach's Alpha*, *Composite Reliability (CR)*, dan *rho_A* dengan kriteria masing-masing adalah sama atau lebih besar dari 0,70 untuk dinyatakan sebagai konstruk yang reliabel. Untuk mengetahui signifikansi antar variabel dalam model, maka dilakukan uji bootstrapping yang akan dievaluasi nilai t-statistik dan p-value yang dihasilkan. Hubungan kausal antar variabel dikatakan signifikan jika t-statistik lebih besar dari 1,645 (pada level kepercayaan 90%) atau p_{value} lebih kecil dari 0,05 (pada level kepercayaan 90%). Terakhir, uji koefisien determinasi (Adjusted R-square) digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen. Nilai yang lebih tinggi menunjukkan kemampuan prediksi model yang lebih kuat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Model penelitian ini divisualisasikan pada gambar 1 yang disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis guna menguji pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan *fintech digital payment* terhadap pengelolaan keuangan Gen Z. Model terdiri atas *outer* dan *inner model*. Outer model menjelaskan hubungan antara konstruk laten dengan indikator-indikator penyusunnya, sedangkan *inner model* menggambarkan hubungan kausal antara variabel laten yang diteliti.

Sebelum dilakukannya uji *inner model*, terlebih dahulu dilakukan pengujian *outer model* untuk memastikan validitas data melalui uji validitas konvergen dengan evaluasi nilai outer loading dan AVE serta reliabilitas konstruk dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, Composite Reliability (CR), dan rho_A. Selanjutnya, juga dilakukan uji validitas diskriminan dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, Cross Loading dan nilai HTMT.

Uji validitas konvergen dilakukan guna mengetahui sejauh mana indikator-indikator dapat merefleksikan variabel laten yang diukur. Uji ini dilakukan dengan mengevaluasi nilai outer loading masing-masing indikator terhadap konstraknya suatu indikator dikatakan memenuhi validitas konvergen jika memiliki nilai loading diatas nilai 0,70. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS, hasil uji validitas konvergen ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini yang memperlihatkan seluruh indikator pada masing-masing konstruk memiliki nilai outer loading di atas 0,70. Hal ini berarti, masing-masing indikator mampu merepresentasikan variabel yang diukur dengan baik. Pada konstruk literasi keuangan, indikator X1.1 sampai X1.4 memiliki nilai loading antara 0,854 hingga 0,902. Sedangkan pada konstruk gaya hidup juga memenuhi kriteria validitas dengan nilai loading indikator X2.1 sampai X2.4 sebesar 0,866 hingga 0,921. Selanjutnya, pada konstruk gaya hidup menunjukkan nilai loading indikator X2.1 sampai X2.4 berada di antara 0,866 hingga 0,921 dan konstruk fintech payment digital menunjukkan nilai loading indikator X3.1 sampai X3.4 berada di antara 0,811 hingga 0,880. Begitu pula dengan konstruk pengelolaan keuangan Gen Z yang memiliki nilai loading indikator Y1 sampai Y4 sebesar 0,833 hingga 0,906. Karena seluruh indikator menunjukkan nilai lebih besar dari 0,70 maka dapat disimpulkan bahwa keempat konstruk telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 1. Nilai Outer Loading.

Indikator	Outer Loading
X1.1 → Literasi Keuangan	0,854
X1.2 → Literasi Keuangan	0,867
X1.3 → Literasi Keuangan	0,886
X1.4 → Literasi Keuangan	0,902
X2.1 → Gaya Hidup	0,893
X2.2 → Gaya Hidup	0,921
X2.3 → Gaya Hidup	0,917
X2.4 → Gaya Hidup	0,866
X3.1 → Fintech Payment Digital	0,811
X3.2 → Fintech Payment Digital	0,830
X3.3 → Fintech Payment Digital	0,880
X3.4 → Fintech Payment Digital	0,813
X4.1 → Pengelolaan Keuangan Gen Z	0,870
X4.2 → Pengelolaan Keuangan Gen Z	0,888
X4.3 → Pengelolaan Keuangan Gen Z	0,906
X4.4 → Pengelolaan Keuangan Gen Z	0,833

Sumber: Smart Pls 3

Selanjutnya pengujian validitas konvergen untuk nilai AVE dan pengujian reliabilitas dengan evaluasi nilai cronbach's alpha, rho_A dan composite reliability disajikan pada tabel 2 dibawah ini :

Tabel 2. construct reliability and validity.

	Average Variance Extracted (AVE)	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	rho_A
Literasi Keuangan	0,770	0,902	0,930	0,929
Gaya Hidup	0,809	0,922	0,944	0,931
Fintech Payment Digital	0,695	0,857	0,901	0,896
Pengelolaan keuangan Gen Z	0,765	0,897	0,929	0,900

Sumber: Smart Pls 3

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa seluruh konstruk dalam model telah memenuhi kriteria nilai AVE yaitu di atas 0,50 yang menunjukkan bahwa indikator-indikator mampu menjelaskan sebagian besar varians dari masing-masing konstruk.

Hasil uji reliabilitas menggunakan pengukuran Cronbach's Alpha menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi atau keterandalan dalam mengukur variabel yang sama. Nilai Cronbach's Alpha berada dalam rentang 0 hingga 1, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan reliabilitas yang lebih baik. Secara umum, nilai $\geq 0,70$ dianggap memadai, sementara nilai $\geq 0,80$ menunjukkan reliabilitas yang baik, dan nilai $\geq 0,90$ dianggap sangat baik. Tabel 2 menunjukkan seluruh konstruk memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,80 sehingga dapat dinyatakan bahwa konstruk dalam penelitian ini memiliki reliabilitas yang baik.

Konstruk *Fintech Payment Digital* memiliki nilai sebesar 0,857, mengindikasikan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur penggunaan layanan pembayaran digital oleh responden menunjukkan konsistensi internal yang baik. Konstruk *Gaya Hidup* menunjukkan pengukuran reliabilitas yang sangat tinggi dengan nilai Cronbach's Alpha tertinggi yaitu sebesar 0,922. Hal ini mencerminkan bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur gaya hidup generasi Z sangat konsisten satu sama lain dan dapat diandalkan dalam membentuk konstruk tersebut. Konsistensi ini penting karena gaya hidup merupakan variabel yang kompleks dan multidimensional. Konstruk *Literasi Keuangan* dan *Pengelolaan Keuangan Gen Z* masing-masing memiliki nilai 0,902 dan 0,897, yang juga berada dalam kategori reliabilitas tinggi. Hal ini berarti indikator-indikator dalam kedua konstruk tersebut cukup kuat dalam menggambarkan pemahaman responden terhadap konsep keuangan serta kemampuan mereka dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif.

Secara keseluruhan, nilai Cronbach's Alpha seluruh konstruk menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas internal yaitu semua variabel laten dalam model memiliki indikator yang konsisten dalam pengukurannya.

Composite Reliability (CR) digunakan guna mengukur konsistensi konstruk laten. Berbeda dengan Cronbach's Alpha, CR memberikan estimasi reliabilitas yang lebih akurat karena mempertimbangkan bobot indikator dalam konstruk. Hasil pengolahan data pada tabel 2 memperlihatkan seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai CR yang sangat baik, yaitu *Fintech Payment Digital* (0,901), *Gaya Hidup* (0,944), *Literasi Keuangan* (0,930), dan *Pengelolaan Keuangan Gen Z* (0,929). Seluruh nilai tersebut melampaui ambang batas minimum yang direkomendasikan yaitu 0,70 yang berarti bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat konsistensi dan stabilitas internal yang tinggi. Dengan demikian, seluruh variabel laten dalam penelitian ini memiliki reliabilitas konstruk yang memadai untuk digunakan dalam analisis model struktural yang lebih lanjut.

Rho_A merupakan salah satu ukuran reliabilitas konstruk yang dikembangkan sebagai alternatif dari Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR), dengan pendekatan yang lebih konservatif karena mempertimbangkan korelasi antara indikator reflektif secara lebih akurat. Dalam penelitian ini, hasil pengukuran menunjukkan bahwa semua konstruk memiliki nilai rho_A yang tinggi, yaitu *Fintech Payment Digital* (0,896), *Gaya Hidup* (0,931), *Literasi Keuangan* (0,929), dan *Pengelolaan Keuangan Gen Z* (0,900). Nilai-nilai tersebut semuanya berada di atas ambang batas minimal yang disarankan, yakni 0,70, yang menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam masing-masing konstruk memiliki konsistensi internal yang kuat. Dengan demikian, nilai rho_A ini memperkuat bukti bahwa seluruh konstruk dalam model

memiliki reliabilitas yang tinggi dan stabil, serta layak digunakan dalam pengujian hubungan kausal antar variabel dalam model struktural.

Selanjutnya hasil uji validitas diskriminan pada tabel 3 terlihat seluruh konstruk memenuhi syarat diskriminan dengan nilai akar kuadrat AVE ($\sqrt{\text{AVE}}$) dari masing-masing konstruk lebih tinggi dari korelasi dengan konstruk lainnya.

Tabel 3. Fornell – Larcker Criterion.

	Fintech Payment Digital	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Pengelolaan keuangan Gen Z
Fintech Payment Digital	0,834			
Gaya Hidup	0,259	0,900		
Literasi Keuangan	0,410	0,002	0,877	
Pengelolaan keuangan Gen Z	0,344	0,299	0,498	0,875

Sumber: Smart PIs 3

Konstruk Fintech Payment Digital, dengan $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,834, menunjukkan performa validitas diskriminan yang cukup baik. Korelasi tertingginya ditemukan dengan Literasi Keuangan (0,410), yang secara teoritis dapat dimaklumi karena pemanfaatan teknologi pembayaran digital dalam kehidupan sehari-hari sangat mungkin berkaitan dengan tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan dasar. Namun demikian, korelasi ini tetap berada di bawah nilai $\sqrt{\text{AVE}}$, yang menandakan bahwa Fintech Payment Digital tetap berdiri sebagai konstruk yang berbeda secara substansial. Artinya, meskipun ada irisan empiris, konsep ini tidak dapat disubstitusikan dengan literasi keuangan karena memiliki ruang makna dan pengukuran tersendiri dalam perilaku Gen Z.

Konstruk Gaya Hidup menunjukkan hasil yang sangat kuat dalam uji validitas diskriminan, dengan $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,900 dan korelasi terendah terhadap konstruk Literasi Keuangan (0,002). Temuan ini tidak hanya menunjukkan perbedaan konstruk secara statistik, tetapi juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif atau kebiasaan hidup Gen Z, yang menjadi fokus dalam konstruk Gaya Hidup, tidak tumpang tindih secara empiris dengan tingkat pengetahuan atau pemahaman mereka tentang keuangan. Hal ini penting karena dalam banyak kasus, gaya hidup dapat memengaruhi keputusan keuangan, tetapi tidak identik dengan pemahaman konseptual terhadap keuangan itu sendiri. Oleh karena itu, pemisahan antara keduanya dalam model pengukuran terbukti valid dan justifikasi teoritisnya semakin menguat.

Sementara itu, konstruk Literasi Keuangan mencatat nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ sebesar 0,877, yang korelasi terbesarnya adalah dengan Pengelolaan Keuangan Gen Z (0,498). Korelasi ini relatif tinggi jika dibandingkan dengan pasangan konstruk lainnya, yang menunjukkan adanya keterkaitan konseptual yang erat. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa tingkat literasi keuangan memang memiliki kontribusi substansial terhadap kemampuan Gen Z dalam

mengelola keuangan mereka. Meskipun begitu, karena nilai $\sqrt{AVE}$ masih lebih tinggi dari korelasi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak secara langsung mencerminkan praktik pengelolaan keuangan, melainkan sebagai variabel pendukung. Ini memberi indikasi bahwa meskipun individu memahami konsep keuangan, belum tentu mereka secara otomatis memiliki kemampuan atau kebiasaan dalam mengelola keuangannya secara efisien. Oleh karena itu, keberadaan keduanya sebagai konstruk yang terpisah tetap dapat dipertahankan secara empiris.

Konstruk terakhir, Pengelolaan Keuangan Gen Z, memiliki nilai $\sqrt{AVE}$ sebesar 0,875 dan korelasi tertinggi dengan Literasi Keuangan (0,498), sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya. Meskipun terdapat keterkaitan yang erat, validitas diskriminan tetap terpenuhi. Ini mencerminkan bahwa pengelolaan keuangan bukan hanya dipengaruhi oleh literasi keuangan, melainkan juga oleh faktor lain, seperti gaya hidup dan penggunaan teknologi keuangan, yang secara kolektif memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan generasi muda. Keberadaan konstruk ini sebagai entitas yang berbeda dari konstruk lainnya memperkuat bahwa model pengukuran memiliki fondasi konseptual yang baik dan tidak mengalami redundansi antar konstruk.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model dapat dibedakan secara jelas satu sama lain, baik secara statistik maupun secara substantif. Validitas diskriminan yang terpenuhi ini memberikan keyakinan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini mampu menangkap nuansa yang berbeda dari setiap konsep yang diukur. Dengan demikian, hasil ini tidak hanya menunjukkan kualitas alat ukur yang baik, tetapi juga memperkuat integritas model struktural dalam menjelaskan dinamika perilaku keuangan Gen Z di era digital.

Lebih lanjut pada hasil uji cross loading sebagaimana dituangkan pada tabel 4, menunjukkan keseluruhan indikator dalam model penelitian memiliki nilai loading tertinggi terhadap konstruk asalnya, yang berarti bahwa telah terpenuhinya kriteria minimal validitas diskriminan. Nilai loading indikator pada konstruknya berkisar antara 0,811 hingga 0,921, yang mencerminkan kekuatan korelasi internal yang tinggi antara indikator dan variabel yang diukurnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa setiap variabel laten penelitian telah diukur secara akurat oleh indikator-indikator yang merepresentasikannya. Korelasi yang kuat ini juga menunjukkan bahwa konstruk dalam model bersifat stabil secara konseptual dan empiris, serta tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk. Dengan demikian, setiap konstruk dalam model memiliki kejelasan struktural dan menyumbang pada penguatan model konseptual penelitian

secara keseluruhan, serta dapat diandalkan dalam analisis hubungan kausal antar variabel yang akan dilakukan pada tahap pengujian model struktural selanjutnya.

Tabel 4. Cross Loading.

	Fintech Payment Digital	Gaya Hidup	Literasi Keuangan	Pengelolaan keuangan Gen Z
X1.1	0,368	-0,042	0,854	0,349
X1.2	0,377	-0,018	0,867	0,346
X1.3	0,369	0,043	0,886	0,477
X1.4	0,337	0,007	0,902	0,524
X2.1	0,221	0,893	-0,003	0,302
X2.2	0,228	0,921	-0,009	0,277
X2.3	0,238	0,917	0,015	0,257
X2.4	0,251	0,866	0,006	0,228
X3.1	0,811	0,352	0,328	0,181
X3.2	0,830	0,103	0,390	0,263
X3.3	0,880	0,165	0,442	0,367
X3.4	0,813	0,307	0,182	0,280
Y.1	0,270	0,366	0,368	0,870
Y.2	0,301	0,334	0,413	0,888
Y.3	0,341	0,205	0,490	0,906
Y.4	0,290	0,135	0,472	0,833

Berdasarkan hasil uji validitas konvergen dan reliabilitas di mana seluruh kriteria telah terpenuhi, maka dapat dinyatakan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini adalah valid dan reliabel sehingga layak digunakan untuk pengujian model struktural (*inner model*) selanjutnya.

Dengan terpenuhinya kriteria validitas dan reliabilitas pada *outer model*, maka berikutnya adalah tahap pengujian *inner model*. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kausal diantara variabel laten pada model. Salah satu metode yang dipakai dalam inner model adalah uji bootstrapping, yaitu teknik resampling guna menguji signifikansi jalur pengaruh antar konstruk melalui nilai t-statistic dan p-value. Model outer dan inner yang ditampilkan pada gambar 1 serta hasil uji Bootstrapping yang disajikan pada tabel 5 diinterpretasikan sebagai berikut:



Gambar 1. Outer & Inner Model.

Tabel 5. Hasil Uji Bootstrapping.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Literasi Keuangan => Pengelolaan keuangan Gen Z	0,464	0,449	0,084	5,539	0,000
Gaya Hidup => Pengelolaan keuangan Gen Z	0,276	0,266	0,077	3,570	0,001
Fintech Payment Digital => Pengelolaan keuangan Gen Z	0,083	0,115	0,076	1,085	0,280

Sumber: Smart Pls 3

Berdasarkan hasil analisis *bootstrapping* dengan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS), ditemukan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh dan signifikan terhadap variabel perilaku pengelolaan keuangan di kalangan Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,464, nilai *t-statistic* menunjukkan nilai 5,539, dan nilai *p-value* 0,000, yang secara statistik memenuhi kriteria signifikansi pada tingkat kepercayaan 95% ($p < 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan kalangan generasi Z, maka semakin bagus juga perilaku mereka dalam hal mengelola keuangan.

Selanjutnya, variabel Gaya Hidup juga menunjukkan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, dengan nilai koefisien sebesar 0,276, *t-statistic* sebesar 3,570, dan *p-value* sebesar 0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki kontribusi dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan Gen Z, yang mungkin merefleksikan kecenderungan mereka dalam menyesuaikan pola konsumsi secara sadar terhadap kemampuan finansial.

Sementara itu, variabel penggunaan Fintech Digital Payment tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini tercermin dari nilai *t-statistic* sebesar 1,085 dan *p-value* sebesar 0,280, yang berada di atas ambang batas signifikansi,

sehingga hipotesis fintech digital payment berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan tidak dapat diterima.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai R-Square (R^2) sebesar 0,342 yang disajikan di tabel 6. Nilai R^2 ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup, dan penggunaan fintech digital payment mampu menjelaskan variabel pengelolaan perilaku keuangan Generasi Z sebesar 34,2%, sedangkan sisanya sebesar 65,8% dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar model penelitian. Dalam konteks penelitian ilmu sosial dan perilaku, nilai R^2 yang berada pada kisaran 0,2 hingga 0,4 umumnya dikategorikan sebagai moderat, sesuai dengan kriteria yang dikemukakan oleh Chen & Volpe, (1998). Kategori ini dianggap cukup informatif mengingat kompleksitas tinggi yang melekat pada perilaku manusia, khususnya dalam pengelolaan keuangan pribadi. Berbagai faktor eksternal dan internal, seperti kondisi ekonomi keluarga, norma sosial, pengalaman masa lalu, serta impuls psikologis dan emosi, dapat memengaruhi pengelolaan keuangan individu, namun belum semuanya dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Oleh karena itu, nilai R^2 sebesar 0,342 masih dapat diterima sebagai dasar untuk menarik kesimpulan awal yang bermakna.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (R-Square).

	R Square	R Square Adjusted
Pengelolaan keuangan Gen Z	0,342	0,326

Sumber: Smart PIs 3

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien sebesar 0,464, t-statistik sebesar 5,848, dan p-value sebesar 0,000. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan, perencanaan anggaran, pengelolaan aset, dan pengelolaan risiko finansial, semakin baik pula perilaku yang ditunjukkan dalam mengelola keuangan pribadi secara efisien dan terkontrol. Pengetahuan yang dimiliki oleh individu tidak hanya memengaruhi kemampuan mereka dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, tetapi juga dalam menentukan prioritas pengeluaran, melakukan tabungan, serta meminimalkan pengeluaran yang bersifat impulsif.

Sementara pengujian hipotesis terhadap gaya hidup menunjukkan bahwa variabel ini memiliki pengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, dengan nilai koefisien sebesar 0,276, t-statistik sebesar 3,607, dan p-value sebesar 0,000. Arah pengaruh yang ditemukan bersifat positif, berbeda dari asumsi awal penelitian yang menghipotesiskan

adanya pengaruh negatif. Hasil ini mengindikasikan bahwa pola konsumsi dan aktivitas yang dijalani oleh Generasi Z mampu disesuaikan dengan kemampuan finansial yang dimiliki, sehingga konsumsi tetap terkendali dan stabilitas keuangan tetap terjaga. Fenomena ini dapat dijelaskan bahwa pengelolaan gaya hidup yang proporsional mencakup kemampuan individu untuk membuat prioritas pengeluaran, mengatur kebutuhan dan keinginan, serta menahan diri dari pengeluaran yang bersifat impulsif. Dengan demikian, pengaruh gaya hidup terhadap pengelolaan keuangan tidak selalu bersifat merugikan, melainkan dapat berperan positif apabila pola konsumsi disesuaikan dengan kapasitas finansial. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa perilaku keuangan Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh pengetahuan finansial, tetapi juga oleh kemampuan mereka dalam menyeimbangkan gaya hidup dengan sumber daya yang dimiliki. Dengan demikian, pengelolaan keuangan yang sehat dapat dicapai melalui kombinasi antara disiplin finansial dan pengaturan gaya hidup yang bijak .

Pengujian terhadap variabel penggunaan fintech digital payment menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien sebesar 0,083, t-statistik sebesar 1,014, dan p-value sebesar 0,311. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun transaksi digital memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi, penggunaannya belum secara nyata berkontribusi terhadap keteraturan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kondisi tersebut dapat dijelaskan oleh fakta bahwa kemudahan akses dan kecepatan transaksi digital tidak selalu diikuti dengan pengendalian diri yang memadai, sehingga potensi perilaku konsumtif tetap ada. Selain itu, penggunaan fintech digital payment oleh Generasi Z cenderung lebih berfokus pada kemudahan transaksi sehari-hari daripada sebagai alat untuk merencanakan atau memantau pengeluaran secara sistematis. Dengan demikian, meskipun teknologi keuangan digital menawarkan efisiensi dan kenyamanan, kontribusinya terhadap pengelolaan keuangan pribadi masih tergantung pada tingkat kesadaran dan disiplin finansial individu. Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa keberadaan alat atau teknologi keuangan tidak otomatis meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan apabila tidak diimbangi dengan pengetahuan dan kontrol perilaku finansial yang memadai.

Secara simultan, ketiga variabel independen ini mampu menjelaskan sebesar 34,2% variasi perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z, sedangkan sisanya sebesar 65,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti. Dalam konteks penelitian ilmu sosial dan perilaku, nilai R^2 sebesar 0,342 dikategorikan sebagai moderat menurut kriteria Chin (1998), yang menunjukkan kekuatan prediksi model yang cukup informatif mengingat kompleksitas tinggi perilaku manusia. Faktor-faktor eksternal dan internal, seperti kondisi ekonomi keluarga,

norma sosial, pengalaman masa lalu, serta impuls psikologis dan emosi, dapat memengaruhi pengelolaan keuangan individu, namun belum semuanya dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Oleh karena itu, nilai R^2 moderat ini masih dapat diterima sebagai dasar untuk menarik kesimpulan awal yang bermakna dan membuka peluang bagi penelitian lanjutan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menemukan bahwa variable literasi keuangan dan gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, sedangkan penggunaan fintech digital payment tidak berpengaruh signifikan. Literasi keuangan terbukti meningkatkan kemampuan individu dalam merencanakan, mengatur, dan mengendalikan pengeluaran secara efisien, sedangkan gaya hidup yang proporsional mampu mendukung stabilitas keuangan apabila disesuaikan dengan kemampuan finansial individu. Penggunaan fintech digital payment, meskipun memberikan kemudahan dan efisiensi, belum secara nyata mendorong keteraturan pengelolaan keuangan pribadi tanpa pengendalian diri yang memadai. Secara simultan, literasi keuangan, gaya hidup, dan fintech digital payment mampu menjelaskan 34,2% variasi pengelolaan keuangan Generasi Z, sisanya yaitu sebesar 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel penelitian ini, diantaranya situasi perekonomian keluarga, norma sosial, pengalaman masa lalu, dan impuls psikologis.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar program peningkatan literasi keuangan bagi Generasi Z terus dilakukan, sekaligus diberikan edukasi terkait pengendalian gaya hidup dan penggunaan fintech secara bijak untuk mencegah perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel yang digunakan dan cakupan sampel, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti pengaruh sosial, budaya, atau faktor psikologis, serta memperluas sampel untuk meningkatkan generalisasi hasil penelitian. Dengan demikian, pengelolaan keuangan Generasi Z dapat dianalisis secara lebih komprehensif dan intervensi yang diberikan lebih tepat sasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kesehatan, dan ketenangan pikiran yang telah diberikan sehingga penelitian serta penulisan jurnal ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang setulusnya kepada ayahanda Ruslin dan ibunda Kastati atas segala dukungan moral maupun materiil yang diberikan selama proses penelitian berlangsung. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada kakak tercinta, Thalia Rossalida, S.Kep.,Ns.,yang senantiasa

memberikan dorongan moral, serta kepada dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran telah memberikan arahan, masukan, dan pencerahan sehingga penelitian ini dapat tersusun secara sistematis. Selain itu, penulis menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada seluruh jajaran civitas akademika STIE Kasih Bangsa atas bantuan dan dukungan yang diberikan, baik secara langsung maupun tidak langsung, hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk jurnal ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aidil Fadli, J. (2024). Measuring the level of digital financial literacy among Generation Y and Z in Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 12(5), 1891–1898. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2813>
- Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku keuangan generasi Z berdasarkan literasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 107–124. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836>
- APutra, I. G. L. P., & Sinarwati, N. K. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 717–726. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.71877>
- Ariani Damayanti, W., & Ratna Gumilang, R. (2023). Peran financial technology dalam meningkatkan literasi keuangan pada Generasi Z. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 525–534. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i3.3850>
- Azhima, Z. A., & Pinem, D. (2024). Analysis of financial literacy, financial technology, and lifestyle on financial behavior of Generation Z in Pulo Village. *Formosa Journal of Sustainable Research*, 3(1), 79–98. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v3i1.7729>
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128. [https://doi.org/10.1016/S1057-0810\(99\)80006-7](https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7)
- Daffa, A. N., Nabila, H. T., & Ulya, R. (2024). Analisis perkembangan teknologi pemakaian cashless pada Gen Z di kalangan mahasiswa Surabaya Selatan. *Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*, 842–840.
- Elliyana, E., Kurnia, A., & Ismayanti, D. (2024). The impact of financial literacy on the consumptive behavior of Generation Z paylater users: A study on e-commerce platforms. *Journal of Production, Operations Management and Economics*, 46, 77–87. <https://doi.org/10.55529/jpome.46.77.87>
- Elsalonika, A., & Ida, I. (2025). Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 9(2), 365–379. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- Faß, E., Pyun, H., & Schlesinger, T. (2020). Perception of aging in the relation between sport activity and self-rated health in middle and older age – A longitudinal analysis. *SSM – Population Health*, 11, 100610. <https://doi.org/10.1016/j.ssmph.2020.100610>
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh gaya hidup serta literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada masa pandemi (Studi kasus mahasiswa/i

- Manajemen Bisnis Syariah, UIN Raden Intan Lampung angkatan 2019). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 82–98. <https://doi.org/10.46306/vls.v2i1.71>
- Gultom, B. T., HS, R. S., & Siagian, L. (2022). Dampak literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa (Studi kasus di Universitas HKBP Nommensen Pematang Siantar). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 14(1), 134–144. <https://doi.org/10.23887/jipe.v14i1.46896>
- Hasanah, N., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2022). Pengaruh gaya hidup, media sosial, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi di masa pandemi menurut ekonomi Islam. *MES Management Journal*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36>
- Hastuty Hs, W., Hou, A., Rivai, A., Ayuni, T. W., & Harianto, A. (2024). Adopsi financial technology dan implikasinya terhadap literasi keuangan di kalangan Gen Z. *Jurnal Ekuivalensi*, 10(2), 339–353. <https://doi.org/10.51158/grfshr56>
- Iman, B. N. (2022). Budaya literasi dalam dunia pendidikan. *Conference of Elementary Studies*, 23–41.
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, sikap keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa. *Jurnal EMA*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.312>
- Jiang, Y. (2022). The influence of payment method: Do consumers pay more with mobile payment? [Doctoral dissertation, Claremont Graduate University].
- Johanis, N. C. (2016). The effect of consumer psychology toward consumer behavior of Samsung user. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 806–818.
- Junianto, P., Suudaiah, V. A., Tinggi, S., Bentara, I. E., & Batam, P. (2025). The role of payment technology and digital marketing in shaping Gen Z consumer behavior: A literature review and future research directions. *Tractare Jurnal Ekonomi-Manajemen*, 8(1), 45–48.
- Kusumar, F., & Mendari, A. S. (2021). Fintech payment: Pengaruhnya pada perilaku manajemen. *Buletin Ekonomi: Manajemen, Ekonomi, Pembangunan, Akuntansi*, 19(1), 69–76.
- Mulyanti, R. Y. (2021). Perbedaan nilai-nilai kerja generasi baby boomer, generasi X dan generasi Y (Survey pada karyawan hotel Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 79–91. <https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.251>
- Mursalim, Oktaviani, A. R., & Abdullah. (2024). Pengaruh literasi keuangan, fintech digital payment dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 6(2), 76–90. <https://doi.org/10.37476/massaro.v6i2.4777>
- Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis kepuasan Gen Z dalam menggunakan QRIS di Kota Pematangsiantar. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351>
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. (2025). Gaya hidup konsumtif generasi Z dalam era belanja daring Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.205>

- Pradinaningsih, N. A., & Wafiroh, N. L. (2022). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan dan self-efficacy terhadap pengelolaan keuangan ibu rumah tangga. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(6), 1518. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i06.p10>
- Prasetyo, F. A., & Mustaqim, M. (2024). Financial technology, financial knowledge, and financial attitude of Generation Z: Determinants of financial behavior. *Journal of Enterprise and Development*, 6(2), 335–344. <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.9836>
- Pratama, S. D. A., & Syaodih, E. (2021). Analisis perilaku konsumen dalam memanfaatkan aplikasi KAI Access. *Service Management Triangle: Jurnal Manajemen Jasa*, 3(1), 20–27.
- Purwidiyanti, W., & Tubastuvi, N. (2019). The effect of financial literacy and financial experience on SME financial behavior in Indonesia. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 10(1), 40–45. <https://doi.org/10.15294/jdm.v10i1.16937>
- Rahmadani, S., & Safitri, T. (2025). Pengaruh belanja online, perilaku konsumtif, dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan pribadi generasi Z. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(2), 1231–1244. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i5.7873>
- Rahmaningrum, R., & Imronudin. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup hedonisme terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa yang kos di Surakarta. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 4039–4049. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.2359>
- Razmus, W., & Laguna, M. (2024). Understanding self-esteem in the consumer journey: A model of purchase self-esteem antecedents. *Current Psychology*, 29302–29315. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-06604-2>
- Reddy, K., Wallace, D., & Wellalage, N. H. (2024). The impact of financial literacy on financial inclusion. *Australian Journal of Management*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/03128962241270809>
- Rizal, M., Ruslaini, R., & Aprilia, S. D. (2025). Pengaruh ekspektasi kinerja, ekspektasi upaya, dan keamanan yang dirasakan terhadap minat menggunakan pembayaran digital di Jabodetabek. *Studia Ekonomika*, 23(2).
- Rohmana, R. M. (2024). The influence of psychological and sociodemographic factors on consumer purchasing decisions. *Journal of Social Science and Humanities*, 1(1).
- Ruslaini, Supratikno, H., & Hariandja, E. S. (2025). Current challenges of organizational learning and cloud adoption technology toward SMEs' performance. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 1486–1496. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i3.6825>
- Rustandi Kartawinata, B., & Akbar, A. (2025). Analyzing the use of quick response (QR) payment: Impulsive purchase as a behavioral finance effect. *Journal of Innovation in Business and Economics*, 9(1), 235–244. <https://doi.org/10.22219/jibe.v9i02.34486>
- Saptyana, R. F. (2024). The influence of lifestyle, financial technology, financial literacy, and financial behavior on Generation Z investment decisions. *Tax Accounting Applied Journal*, 2(2), 12–25. <https://doi.org/10.14710/taaij.2023.22074>
- Sherwin, A. B., Hartini, & A. S. (2022). Peran pengetahuan keuangan, gaya hidup hedonisme, kontrol diri, dan literasi keuangan dalam manajemen keuangan pribadi generasi Z di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal EK&BI*, 5(2). <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.680>

- Siregar, W. (2023). Analisis perilaku konsumen dalam transaksi di e-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Tang, N. (2024). P2P lending and mobile payments: Disrupting traditional banking systems and expanding financial inclusion. *Journal of Applied Economics and Policy Studies*, 11(1), 81–85. <https://doi.org/10.54254/2977-5701/11/2024106>
- Thalita, D. S., Mubarak, M. Z., Wulandari, R., & B. S. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 801–909.
- Wahyauni, U. S., & Setiawati, R. (2022). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku. *Jurnal Manajemen*, 10(4), 164–175.
- Williams, N. (2025). The role of fintech in shaping the spending and saving habits of Millennials and Gen Z. *Fintech Review*, 2(1), 2–8.
- Yulianti, G., Chaidir, M., & Pramono, A. S. (2024). Peran teknologi keuangan (fintech) dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inklusi keuangan di Indonesia: Tantangan dan peluang. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 4(4), 349–355. <https://doi.org/10.53866/jimi.v4i4.649>
- Zakaria, F., Setya, I., Dandy, A., Salim, S. F., & Nurul, A. (2025). Role of Generation Z's decision-making in online loans and ease of use. *Maker: Jurnal Manajemen*, 11(1), 65–76. <https://doi.org/10.37403/mjm.v11i1.796>