

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DENGAN
PEMBAYARAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

NENG SITI HAMIDATUZZAHRA

20210080336



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS, HUKUM, DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI

JULI 2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DENGAN
PEMBAYARAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Menempu
Gelar Sarjana Manajemen***



PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS, HUKUM, DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS NUSA PUTRA

SUKABUMI

JULI 2025

PERNYATAAN PENULIS

JUDUL: PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DENGAN PEMBAYARAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI

NAMA: NENG SITI HAMIDATUZZAHRA

NIM : 20210080336

“Saya menyatakan dan bertanggungjawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing-masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar Sarjana Manajemen saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat

pada gelar tersebut”.

Sukabumi, Juli 2025

Materai

NENG SITI HAMIDATUZZAHRA



PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL: PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z
DENGAN PEMBAYARAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL
MODERASI

NAMA: NENG SITI HAMIDATUZZAHRA

NIM : 20210080336

Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan Dewan Penguji pada Sidang Skripsi
tanggal 04 Juli 2025 Menurut pandangan kami, Skripsi ini memadai dari segi kualitas
untuk tujuan penganugerahan gelar Sarjana Manajemen

Sukabumi, Juli 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Ana Yuliana Jasuni, M.M
NIDN.0414079101

Ketua Penguji

Reka Ramadhan, M.Pd
NIDN.0422029502

Ketua Program Studi

Agung Maulana, M.A
NIDN.0412089501



Ana Yuliana Jasuni, M.M
NIDN.0414079101

PLH. Dekan Fakultas Bisnis, Hukum dan Pendidikan

CSA Teddy Lesmana, S.H., M.H
NIDN.0414058705

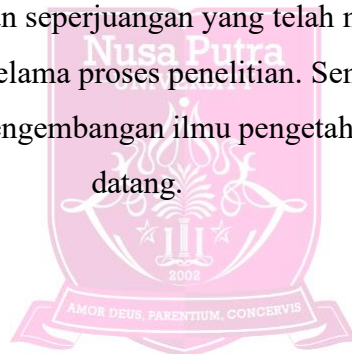
HALAMAN PERUNTUKAN

Skripsi ini penulis tunjukkan kepada :

Untuk diri sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas segala proses, usaha, dan ketekunan yang telah dilalui. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa kerja keras dan keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri adalah fondasi utama dalam meraih setiap tujuan.

Dengan penuh rasa cinta dan hormat, karya ini juga penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta. Terima kasih atas kasih sayang, doa yang tiada henti, serta dukungan yang tak tergantikan dalam setiap langkah hidup penulis. Segala pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud tanpa kehadiran dan pengorbanan mereka.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Terima kasih kepada dosen pembimbing, para dosen pengajar, responden, serta teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat, dukungan, dan kontribusi selama proses penelitian. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang.



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy and financial behavior on Generation Z's consumer behavior, with digital payments as a moderating variable. Generation Z is an age group born in the 1997–2012 range and grew up in a digital environment, which makes them very familiar with technology, including in financial matters such as the use of digital wallets. The phenomenon of increasing digital transactions and easy access to payments raises concerns about excessive consumer behavior. This study uses a quantitative approach with a asosiative method. Data collection was carried out through a survey using a questionnaire to 200 Generation Z respondents who live in West Java and actively use digital payments. The sampling technique used was cluster random sampling. The data obtained were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method through the SmartPLS application. The results of the study show that: (1) financial literacy has a positive and significant effect on Generation Z's consumer behavior; (2) financial behavior also has a positive and significant effect on consumer behavior; (3) digital payments have a negative effect on consumer behavior; (4) digital payments have not been proven to moderate the influence of financial literacy on consumer behavior, although it shows a positive direction in the relationship but is not significant; and (5) digital payments also do not moderate the influence of financial behavior on consumer behavior, and the overall direction is negative.

Keywords: Financial Literacy, Financial Behavior, Consumptive Behavior, Digital Payment, Generation Z

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, dengan pembayaran digital sebagai variabel moderasi. Generasi Z merupakan kelompok usia yang lahir pada rentang tahun 1997–2012 dan tumbuh dalam lingkungan digital, yang menjadikan mereka sangat akrab dengan teknologi, termasuk dalam hal keuangan seperti penggunaan dompet digital. Fenomena meningkatnya transaksi digital dan kemudahan akses pembayaran menimbulkan kekhawatiran terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner kepada 200 responden Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jawa Barat dan aktif menggunakan pembayaran digital. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah cluster random sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) melalui aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z; (2) perilaku keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif; (3) pembayaran digital memiliki pengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif; (4) pembayaran digital tidak terbukti memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, meskipun menunjukan arah yang positif dalam hubungan tersebut namun hubungannya tidak signifikan; dan (5) pembayaran digital juga tidak memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif, dan arah hubungannya negatif.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, Perilaku Konsumtif, Pembayaran Digital, Generasi Z

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z dengan Pembayaran Digital sebagai Variabel Moderasi” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Hukum, dan Pendidikan, Universitas Nusa Putra.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Kurniawan, ST., M.Si., MM. selaku Rektor Universitas Nusa Putra Sukabumi.
2. Bapak Anggy Pradiftha Junfithrana, MT. selaku Wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Putra Sukabumi.
3. Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi.
4. Dosen Pembimbing I, Ibu Ana Yuliana Jasuni, M.M., yang telah dengan sabar dan penuh perhatian membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini dari awal hingga akhir.
5. Dosen Pembimbing II, Ibu Reka Ramadhani, M.Pd., yang telah memberikan arahan, koreksi, serta masukan yang membangun dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen di Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra Sukabumi, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas ilmu, inspirasi, dan motivasi yang telah diberikan selama masa perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua penulis tercinta, atas segala doa, kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan baik secara moril maupun materil yang menjadi kekuatan utama penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Studi Manajemen, atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat yang diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.

9. Seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas segala bantuan dan dukungannya selama proses penelitian.
10. Untuk diri saya sendiri, terima kasih atas ketekunan, kerja keras, dan keyakinan yang tak pernah padam dalam menjalani setiap proses. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan.

Amin Yaa Rabbal 'Alamiin.

Sukabumi, 15 Juli 2025



Neng Siti Hamidatuzzahra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik UNIVERSITAS NUSA PUTRA , saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Neng Siti Hamidatuzzahra

NIM 20210080336

Program Studi : Manajemen

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nusa Putra **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PERILAKU KEUANGAN
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z DENGAN
PEMBAYARAN DIGITAL SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Nusa Putra berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Sukabumi

Pada Tanggal : 15 Juli 2025

Yang menyatakan

(NENG SITI HAMIDATUZZAHRA)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN PENULIS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERUNTUKAN.....	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Grand Theory.....	7
2.2 Literasi Keuangan	8
2.2.1 Pengertian Literasi Keuangan	8
2.2.2 Indikator Literasi Keuangan.....	8
2.2.3 Faktor-Faktor Literasi Keuangan	12
2.3 Perilaku Keuangan	14
2.3.1 Pengertian Perilaku Keuangan.....	14
2.3.2 Indikator Perilaku Keuangan	15
2.3.3 Faktor-Faktor Perilaku Keuangan.....	17
2.4 Perilaku Konsumtif	20
2.4.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	20
2.4.2 Indikator Perilaku Konsumtif.....	20

2.4.3 Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif	23
2.5 Pembayaran Digital	26
2.5.1 Pengertian Pembayaran Digital.....	26
2.5.2 Indikator Pembayaran Digital	27
2.5.3 Faktor-Faktor Pembayaran Digital	30
2.6 Penelitian Terdahulu	32
2.7 Kerangka Pemikiran	37
2.8 Model Penelitian	39
2.9 Hipotesis Penelitian.....	40
2.9.1 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.....	40
2.9.2 Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.....	40
2.9.3 Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z.....	41
2.9.4 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z dengan Pembayaran Digital Sebagai Variabel Moderasi	41
2.9.5 Pengaruh Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z dengan Pembayaran Digital Sebagai Variabel Moderasi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	43
3.1 Jenis Penelitian.....	43
3.2 Lokasi Penelitian.....	43
3.3 Populasi dan Sampel	43
3.3.1 Populasi	43
3.3.2 Sampel.....	44
3.4 Variabel Penelitian	44
3.4.1 Variabel Independen	44
3.4.2 Variabel Dependen	44
3.4.3 Variabel Moderasi.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.6 Definisi Operasional	45
3.7 Teknik Analisis Data	47

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas (Outer Model).....	47
3.7.2 Uji Model Struktural (Inner Model).....	48
3.7.3 Uji Moderasi (Moderating Effect).....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	51
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	53
4.1.1 Uji Validitas	53
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	58
4.3 Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	60
4.2.1 Uji VIF (<i>Variance Inflation Factor</i>).....	61
4.2.2 Nilai <i>R-square</i>	62
4.2.3 Nilai <i>Q-square</i>	63
4.2.4 Uji Signifikansi Jalur (<i>Path Coefficient</i>)	64
4.4 Uji Moderasi (<i>Moderating Effect</i>).....	67
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur 2023	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 2.2 Model Penelitian.....	40



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Pengukuran Skala Likert	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	45
Tabel 4.1 Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.2 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Klasifikasi Berdasarkan Pendidikan Terakhir	52
Tabel 4.4 Klasifikasi Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.5 Klasifikasi Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Pembayaran	
Digital.....	53
Tabel 4.6 <i>Concengence Validity</i>	55
Tabel 4.7 <i>Discriminant Validity</i> (HTMT Ratio)	58
Tabel 4.8 <i>Instrument Reliability</i>	59
Tabel 4.9 <i>Inner VIF Value</i>	61
Tabel 4.10 <i>Coefficient Determination Tesr Result</i>	62
Tabel 4.11 <i>Predictive Relevance Test Result</i>	64
Tabel 4.12 <i>Path Coefficient</i>	65
Tabel 4.13 <i>Path Coefficient Moderating Effect</i>	67



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 kini menjadi kelompok demografis terbesar di Indonesia mewakili sekitar 27,94% dari total populasi. Sebagai digital natives, generasi Z berkembang di tengah era yang didominasi oleh kemajuan teknologi dan percepatan digitalisasi, termasuk dalam bidang layanan keuangan

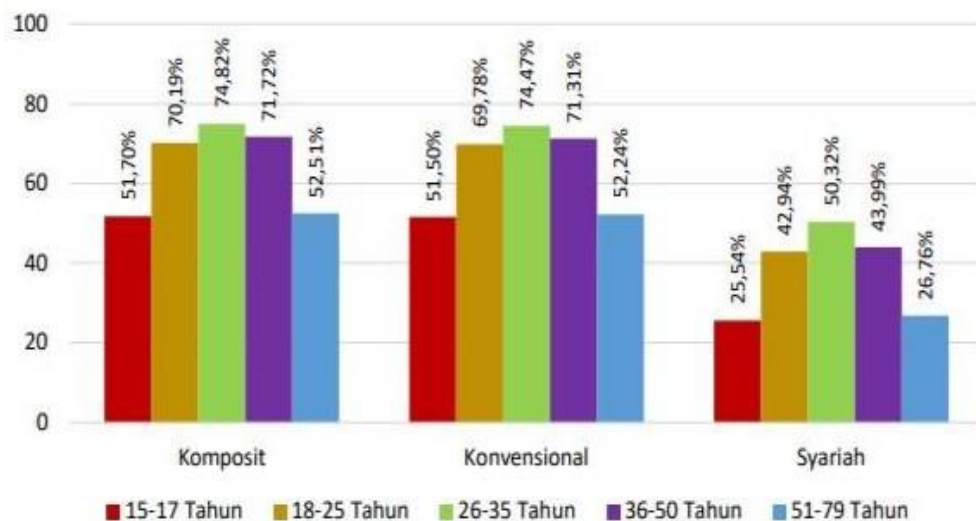
Selain karena jumlahnya yang besar dan kedekatannya dengan teknologi, Generasi Z juga memiliki karakteristik psikologis dan sosial yang unik dibanding generasi sebelumnya. Mereka cenderung memiliki gaya hidup yang lebih konsumtif, terdorong oleh budaya instan serta kebutuhan untuk tampil eksis secara digital. Dalam konteks keuangan, Gen Z sering kali mengambil keputusan berdasarkan tren dan bukan dari perencanaan rasional. Selain itu, pada usia produktif awal mereka sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, sehingga menjadi masa krusial dalam pembentukan kebiasaan dan perilaku keuangan jangka panjang. Memahami pola konsumsi dan faktor-faktor yang memengaruhinya pada kelompok ini menjadi penting untuk intervensi edukatif dan kebijakan keuangan yang lebih tepat sasaran di masa depan.

Perkembangan teknologi finansial (financial technology atau fintech) telah membawa dampak besar terhadap pola konsumsi masyarakat, terutama di kalangan Generasi Z. Penggunaan e-wallet dan metode pembayaran digital lainnya semakin meningkat karena memfasilitasi proses transaksi yang praktis tanpa keterlibatan uang tunai secara langsung. Data dari Bank Indonesia pada tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah transaksi melalui dompet digital meningkat sebesar 25% dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini menandakan adanya pergeseran signifikan dalam kebiasaan bertransaksi yang lebih mengandalkan teknologi dibandingkan cara konvensional (Otoritas Jasa Keuangan, 2024).

Namun, di balik manfaat kemudahan tersebut, muncul kekhawatiran terkait tingginya perilaku konsumtif yang tidak terkontrol. Perilaku konsumtif

merujuk pada kecenderungan individu dalam melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, tanpa memperhitungkan urgensi kebutuhan maupun nilai manfaatnya (Melinda et al., 2021). Generasi Z yang cenderung lebih impulsif dalam pengambilan keputusan finansial, sering kali kurang mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang dari kebiasaan belanja mereka. Hal ini berisiko menyebabkan ketidakseimbangan keuangan serta kesulitan dalam mengelola pengeluaran.

Kemampuan literasi keuangan menjadi salah satu elemen penting yang dapat membantu individu mengontrol kecenderungan konsumtif (Mohehu et al., 2025). Literasi keuangan mencakup pemahaman individu terhadap konsep keuangan, pengelolaan pendapatan dan pengeluaran, serta kesadaran terhadap risiko keuangan. Studi yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan dari 38,03% pada tahun 2019 menjadi 49,68% pada tahun 2022, kemudian pada tahun 2024 hasil SNLIK menunjukkan indeks literasi keuangan penduduk Indonesia sebesar 65,43 (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Meskipun demikian, masih banyak generasi muda yang kesulitan dalam mengelola keuangan mereka secara bijak.



Gambar 1. 1 Indeks Literasi Keuangan Menurut Kelompok Umur, 2023

Sumber: OJK.2024

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2024 yang dirilis (Otoritas Jasa Keuangan, 2024), kelompok usia 18–25

tahun yang termasuk dalam Generasi Z memiliki indeks literasi keuangan komposit sebesar 70,19%, dengan indeks literasi konvensional 69,78%, dan literasi syariah 42,94%. Meskipun termasuk dalam tiga kelompok usia dengan tingkat literasi tertinggi, hasil ini masih menunjukkan adanya ruang peningkatan pemahaman finansial di kalangan generasi muda.

Selain literasi keuangan, perilaku keuangan juga berperan penting dalam menentukan keputusan finansial seseorang (Uttari & Yudiantara, 2023). Perilaku keuangan mencakup kebiasaan seseorang dalam mengalokasikan uangnya, menabung, berinvestasi, serta mengatur anggaran pengeluaran (Putri & Komalasari, 2023). Ketika seseorang memiliki perilaku keuangan yang kurang baik, mereka cenderung lebih rentan terhadap pengaruh dari kemudahan sistem pembayaran digital, yang berpotensi mendorong konsumsi berlebihan.

Hasil sejumlah penelitian terkait pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif menunjukkan temuan yang beragam. Studi yang dilakukan oleh Fauzi dan Sulistyowati (2022) mengungkapkan bahwa literasi keuangan maupun perilaku keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Sebaliknya, penelitian oleh Prihastuty dan Rahayuningsih (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif, meskipun perilaku keuangan tetap menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Selain itu, sejumlah studi yang membahas pengaruh pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan. Rahayu dan Mulyadi (2023) menemukan bahwa penggunaan pembayaran digital cukup memengaruhi perilaku konsumtif individu. Sementara itu, temuan dari Riska (2022) menunjukkan bahwa pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Meski demikian, penelitian yang secara khusus mengeksplorasi peran pembayaran digital sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara literasi keuangan, perilaku keuangan, dan perilaku konsumtif masih tergolong terbatas.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengisi celah dari studi-studi sebelumnya dengan mengkaji secara komprehensif pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z, serta mengeksplorasi peran pembayaran digital sebagai variabel moderasi dalam hubungan tersebut. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif di era digital, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian akademik dan menjadi dasar dalam merumuskan kebijakan yang relevan guna meningkatkan kesadaran finansial di kalangan generasi muda.

1.2 Rumusan Masalah

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini dirumuskan ke dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap tingkat perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z?
2. Apakah perilaku keuangan memengaruhi kecenderungan konsumtif pada Generasi Z?
3. Apakah penggunaan pembayaran digital memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif Generasi Z?
4. Apakah pembayaran digital dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif Generasi Z?
5. Apakah pembayaran digital berperan dalam memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z?

1.3 Batasan Masalah

Penetapan batasan masalah dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari fokus utama, sehingga arah penelitian menjadi lebih terarah dan pencapaian tujuan penelitian dapat lebih optimal. Fokus utama dalam studi ini adalah menganalisis pengaruh literasi keuangan dan perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z, dengan mempertimbangkan peran pembayaran digital sebagai variabel moderasi. Oleh karena itu, ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada literasi keuangan (X1) dan perilaku keuangan (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y), dengan pembayaran digital (Z) sebagai variabel pemoderasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengkaji sejauh mana literasi keuangan memengaruhi perilaku konsumtif pada Generasi Z.
2. Menelusuri dampak perilaku keuangan terhadap kecenderungan konsumtif Generasi Z.
3. Mengevaluasi pengaruh yang ditimbulkan oleh penggunaan pembayaran digital terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.
4. Mengevaluasi peran pembayaran digital dalam memperkuat atau memperl lemah hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif pada Generasi Z.
5. Menguji apakah pembayaran digital dapat memoderasi hubungan antara perilaku keuangan dan perilaku konsumtif Generasi Z secara signifikan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini ialah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai literasi keuangan dan perilaku keuangan, terhadap perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z, dengan menambahkan pembayaran digital sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memahami bagaimana teknologi keuangan memengaruhi keputusan finansial individu.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Generasi Z dalam mengelola keuangan dengan lebih bijak serta menghindari perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan pembayaran digital.

1.6 Sistematika Penelitian

Dalam laporan penelitian ini, materi-materi yang disajikan di kelompokkan ke dalam beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I: Pendahuluan

Bab ini menguraikan dasar pemikiran yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian, serta mencakup rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan, dan sistematika penulisan skripsi yang digunakan dalam penyusunan karya ilmiah ini.

BAB II: Tinjauan Pustaka

Bagian ini memuat landasan teori yang menjelaskan konsep, definisi operasional, indikator, serta faktor-faktor yang berhubungan dengan variabel-variabel dalam penelitian. Sumber referensi yang digunakan berasal dari berbagai literatur akademik, seperti jurnal ilmiah, buku, serta publikasi lain yang memiliki relevansi dengan topik yang dikaji.

BAB III: Metodologi Penelitian

Bagian ini menjabarkan jenis serta metode penelitian yang digunakan, lokasi pelaksanaan studi, beserta populasi dan sampel yang menjadi objek penelitian. Selain itu, dijelaskan pula mengenai sumber data, variabel yang diteliti, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam mengolah data yang diperoleh selama proses penelitian.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil temuan penelitian yang meliputi deskripsi karakteristik responden, hasil pengolahan data, serta penafsiran terhadap temuan yang diperoleh. Selain itu, bagian ini juga memuat pembahasan mengenai pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya dan dikaitkan dengan teori serta hasil-hasil penelitian sebelumnya.

BAB V: Kesimpulan dan Saran

Bab terakhir dalam penelitian ini memuat rangkuman kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan. Selain itu, disajikan pula sejumlah saran yang ditujukan bagi mahasiswa, kalangan akademisi, serta peneliti selanjutnya sebagai acuan dalam pengembangan studi di masa yang akan datang.

2.1 *Grand Theory*





Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui SmartPLS, berikut merupakan poin-poin utama yang dapat disimpulkan dari penelitian mengenai pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z dengan Pembayaran Digital sebagai variabel pemoderasi:

1. Literasi Keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman keuangan seseorang, maka kecenderungan untuk berperilaku konsumtif akan semakin rendah.
2. Perilaku Keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Artinya, individu yang secara aktif mengelola dan merencanakan keuangannya cenderung memiliki tingkat konsumsi yang lebih terkontrol.
3. Pembayaran Digital tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, meskipun arah hubungan yang ditunjukkan negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa penggunaan pembayaran digital cenderung mendorong peningkatan perilaku konsumtif, namun pengaruh tersebut tidak terbukti secara statistik.
4. Peran moderasi Pembayaran Digital dalam hubungan antara Literasi Keuangan dan Perilaku Konsumtif menunjukkan arah hubungan positif namun tidak signifikan. Ini mengimplikasikan bahwa meskipun penggunaan pembayaran digital berpotensi memperkuat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif, efek tersebut tidak cukup kuat secara statistik.
5. Moderasi Pembayaran Digital pada hubungan antara Perilaku Keuangan dan Perilaku Konsumtif menunjukkan arah hubungan negatif dan tidak signifikan. Dengan kata lain, keberadaan pembayaran digital cenderung melemahkan pengaruh perilaku keuangan terhadap perilaku konsumtif, namun pengaruh tersebut belum cukup kuat secara empiris.

Secara keseluruhan, model penelitian ini mampu menjelaskan sekitar 18,1% variasi dalam Perilaku Konsumtif Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat faktor-faktor lain di luar model yang turut memengaruhi perilaku konsumtif secara lebih dominan.

1.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z dengan Pembayaran Digital sebagai variabel moderasi, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Generasi Z

Penting bagi generasi muda untuk tidak hanya memahami konsep keuangan secara teori, tetapi juga menerapkannya secara konsisten dalam kehidupan sehari-hari. Literasi keuangan yang tinggi hendaknya digunakan untuk memperkuat pengambilan keputusan keuangan yang bijak, bukan justru memperkuat pola konsumtif yang berlebihan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki nilai R-square sebesar 18,1%, yang berarti masih banyak faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain seperti pengaruh media sosial, hedonisme, tekanan kelompok sebaya, atau gaya hidup dalam menjelaskan perilaku konsumtif Generasi Z. Selain itu, pendekatan kuantitatif dapat dilengkapi dengan metode kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam. Selain itu, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup wilayah, karena hanya dilakukan pada Generasi Z di provinsi Jawa Barat dengan cakupan terbatas pada tujuh klaster wilayah. Oleh karena itu, peneliti berikutnya disarankan untuk memperluas cakupan wilayah agar hasil penelitian dapat digeneralisasi lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda, D. F., & Parhusip, A. A. (2024). *PENGARUH KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN , DAN DIGITAL PAYMENT TERHADAP KEPUASAAN PENGGUNA APLIKASI SHOPEEPAY (Studi kasus ShopeePAY di kota Medan)*. 4(April), 226–239.
- Andhini, N. A. (2024). *Faktor-faktor yang mempengaruhi intention to adopt digital payment pada gen-z pengguna e-wallet di kota pekanbaru*.
- Anjani, D., Awali, H., & Misidawati, D. N. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Generasi Z Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Jurnal Sahmiyya*, 1(1), 124–134. www.dana.id,
- Aprilia, D., & Firmialy, S. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Menggunakan Layanan ShopeePAY Pada Generasi Y Dan Z Di Kota Bandung. *Journal of Management & Business*, 5(2), 178–200. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2893>
- Azzahra, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Knowledge dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behaviour. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 78–91. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.422>
- Dev, H., Gupta, R., & Kumar, D. (2024). From Cash to Cashless: UPI's Impact on Spending Behavior among Indian Users. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings* (Vol. 1, Issue 1). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3613905.3651050>
- Dilasari. (2020). Financial literacy, financial behaviour, financial attitude, life style, locus of control. *PLatform Riset Mahasiswa Akuntansi*, 01(04), 74–87.
- Diniah, Z., Rosmanidar, E., & Fitrianova Andriani, B. (2023). Pengaruh Digital Payment ShopeePay dan Locus Of Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(2), 409–426. <https://doi.org/10.30631/ijoeib.v8i2.2003>
- Dzakiyyah, A., Saptono, A., & Pratama, A. (2022). the Effect of Financial Literacy and SelfControl on the Consumptive Behavior of State Senior High School

Students in East Jakarta. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(6), 71–82. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i6.271>

Fadhila Anwar, M. R. (2022). *FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI FINANCIAL*

BEHAVIOR PADA GENERASI Z DI DKI JAKARTA FACTORS AFFECTING FINANCIAL BEHAVIOR IN GENERATION Z IN DKI JAKARTA Financial Behavior mulai dikenal di Perkembangan behavioral finance dimulai perkembangan teknologi dan. 8(2), 145–162.

Fauzi, I. S. N., & Sulistyowati, A. (2022). Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan

Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Player Call Of Duty: Mobile. *Jurnal*

Kajian Ilmiah, 22(2), 129–142. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>

Gunawan, A. (2023). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Self Control on Consumptive Behavior of Management Study Program Students, Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera utara. *International Journal*

Reglement & Society, 4(1), 71–80. <http://jurnal.bundamedia grup.co.id/index.php/ijrs>

Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.

Hartono, P., Bormasa, M. F., Wartono, T., & Ningrum, E. P. (2024). *FINANCIAL BEHAVIOR: DETERMINASI MELALUI FINANCIAL KNOWLEDGE DAN FINANCIAL ATTITUDE PADA GENERASI MILLENIAL DI ERA SOCIETY 5.0*. 8(2), 1–9.

Idris, A., Hendratmoko, S., Widodo, E., Yaqin, M. H. A., & Ismail, A. K. N. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan generasi Z. *Jurnal Cendekia Keuangan*, 2(2), 82. <https://doi.org/10.32503/jck.v2i2.3717>

Immamah, K. D., & Handayani, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan, Pengalaman Keuangan, Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Keuangan

- (Studi pada Pedagang Pasar Sekaran). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 2(1), 49. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v2i1.13622>
- Indriani, D. (2020). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT LITERASI KEUANGAN PADA MAHASISWA DI KOTA MEDAN. *Strategi Pemasaran Jamur Tiram Putih (Pleurotus Sp)*, 2(2), 53–59.
- Irman, D. A. S., Sutrisno, & Reza. (2024). Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universit Mulawarman. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(8), 1086–1096. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/8947/5827>
- Jiang, Y. (2022). *The Influence of Payment Method: Do Consumers Pay More with Mobile Payment?*
- Landias, J. S., & Wiyanto, H. (2023). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Sikap Keuangan pada Generasi Z di Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(1), 220–230. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i1.22570>
- Long, T. Q., Morgan, P. J., & Yoshino, N. (2023). Financial literacy, behavioral traits, and ePayment adoption and usage in Japan. *Financial Innovation*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00504-3>
- Lutfiah, L., Basri, M., & Kuswanti, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Ppapk Fkip Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10. <https://doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>
- Meida, A., & Kartini. (2023). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Experience, dan Financial Attitude terhadap Financial Behavior pada Pemilik UMKM di Kota Kudus. *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 02(02), 181–199. <https://journal.uui.ac.id/selma/index>
- Melinda, Lesawengen, L., & Waani, F. J. (2021). Perilaku Konsumtif Dan Kehidupan Sosial Ekonomi Mahasiswa Rantau (Studi Kasus Mahasiswa

- Toraja Di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Ilmiah Society*, 1(1), 1–10.
- Mohehu, F., Gani, I. P., Ahmad, R., & Kasim, M. (2025). *Peran literasi keuangan dalam membentuk konsumtif mahasiswa pendidikan ekonomi*. 7(3), 1443–1447.
- Mulyati, S., & Permata Hati, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sikap terhadap Uang pada Pengelolaan Keuangan Keluarga The Effect of Financial Literation and Attitude to Money on Family Financial Management. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Nada, N., & Wijaya, E. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Financial Behavior (Studi Kasus Pengguna E-Wallet). *Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 99–115.
<https://doi.org/10.35590/jeb.v8i2.3315>
- Naufalia, V. (2022). Pengaruh Digital Payment dan E-Service Quality Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pengguna Shopee Wilayah DKI Jakarta. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v1i1.3011>
- Oktaviani, M., Oktaria, M., Alexandro, R., Eriawaty, E., & Rahman, R. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 9(2), 136–145. <https://doi.org/10.23887/jiis.v9i2.68587>
- Otoritas Jasa Keuangan, B. P. S. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETU_NGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Palimbong, S. M., Pali, E., Biringkanae, A., & Tangdialla, R. (2023). Pengaruh Literasi

Keuangan Terhadap Penggunaan Digital Payment Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi

Uki Toraja. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 1(3),

278–297. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v1i3.227>

Prihastuty, D. R., & Rahayuningsih, S. (2018). The influence of financial literacy, financial behavior, financial attitude, and demographics on consumptive behavior (Study on undergraduate students, Faculty of Economics, University of 17 August 1945, Surabaya). *Jurnal Hasil Penelitian LPPM Untag Surabaya*, 03(02), 121–134.

Pujia, D. P., Hidayat, C. E., Kamela, H., Susilowati, & Suahrtono. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Digital Payment terhadap Prilaku Konsumtif dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi pada Mahasiswa FEB Universitas Tangerang Raya Abstrak Tak terbandungnya perkembangan teknologi yang semakin canggih dan meruba*. 5(2), 661–677.

Puspita, G. (2019). Financial Literacy Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi Gilang Puspita, Surabaya, Indonesia gilangpuspita16@gmail.com Isnalita, Surabaya, Indonesia isnalita@feb.unair.ac.id ABSTRAK The.pdf. Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, 3(2), 117–128.

Putri, L. S. M., & Komalasari, S. (2023). Dibalik Klik: Memahami Motif Konsumtif Generasi Z Di Era Belanja Online Dan Kebutuhan Psikologis Yang Tidak Terpenuhi Behind the

Click: Understanding Generation Z'S Consumptive Motives in the Era of Online

Shopping and Unmet Psychological Needs. *Jurnal Psikologi Jambi*, 8(02), 1–10.

Rahayu, K., & Mulyadi, D. (2023). Pengaruh Digital Payment. *Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia*, 290(3), 290–298. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8066301>

- Ramadhani, A. (2024). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DIGITAL DAN FINANCIAL BEHAVIOR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF BELANJA ONLINE PADA GENERASI Z DI DESA PANANRANG KECAMATAN MATTIRO BULU KABUPATEN PINRANG. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Riska. (2022). SKIPSI Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI IAIN PAREPARE (Analisis Ekonomi Islam). *IAIN Pare Pare*, 1–23.
- Rohmah, L. N., Maida, N. Z., Kusumaputri, L. A. F., Al-Wafa, M. Q., & Mukti, T. (2024).
PENGARUH KEMUDAHAN BERTRANSAKSI DAN SIFAT HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2023 UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA. 1(3), 185–194.
- Rumbik, F. E. R. F. E., Kurniawan, R., & Ginting, R. (2024). Menguak Perilaku Konsumtif
 Generasi Z dalam Penggunaan Digital Payment dan Literasi Keuangan Berdasarkan Mental Accounting: Sebuah Studi Fenomenologi. *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(2), 163–171. <https://doi.org/10.26740/akunesa>
- Sandi, K., Worokinasih, S., & Darmawan, A. (2020). Pengaruh Financial Knowledge Dan Financial Attitude Terhadap Financial Behavior Pada Youth Entrepreneur Kota Malang.
Profit: Jurnal Administrasi Bisnis, Special Issue, 140–150. <https://profit.ub.ac.id>
- Simarmata, R. E., Saerang, I. S., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Payment, dan Self Control Perilaku Konsumtif Mahasiswa di FEB Univ Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA*, 12(1), 462–475.
- Sudari, S. A. (2024). *Penerapan Teknologi Keuangan “Pembayaran Digital” terhadap Perilaku Konsumen di Pasar Tradisional SMEs Depok City in Digital Transformation Era. 3.*

Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.

Syakira, A. D., Sari, N. Y., Ardika, N. F. S., Agustin, T., Aryani, V. Y., & Sudrajat, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif dan Brand Awareness terhadap

Keputusan Pembelian Pakaian Bekas. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 7448–7460.

Usman, O., & Izhari, N. (2020). *THE EFFECT OF FAMILY ENVIRONMENT, PEERS, SELF-CONTROL AND FINANCIAL LITERACY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF STUDENTS*. 6.

Uttari, L. P. J. A., & Yudiantara, I. G. A. P. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan, dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Generasi Milenial Melalui Aplikasi BIBIT. *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 12(01), 1–10. <https://doi.org/10.23887/vjra.v12i01.58169>

