



## PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI FINANSIAL (*FINTECH*) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z

**Yulia Rahmawati**

Universitas Siliwangi

**Rendra Gumilar**

Universitas Siliwangi

**Sri Hardianti Sartika**

Universitas Siliwangi

Jalan Siliwangi No. 24 Kahuripan, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya

Korespondensi penulis: 212165025@student.unsil.ac.id

**Abstract.** *The purpose of this study was to determine the effect of financial literacy and the use of financial technology (fintech) on consumptive behavior in generation Z partially and simultaneously. This research uses quantitative methods. The population in this study were Economics Education Students Class of 2021 and Class of 2022 at Siliwangi University. The sampling technique used was Proportionate Stratified Random Sampling. The data analysis technique used SPSS version 30. The results showed that: 1) There is a significant effect of financial literacy on consumptive behavior with a significance of  $0.001 < 0.05$ . 2) There is a significant influence of the use of financial technology (fintech) on consumptive behavior with a significance of  $< 0.001 < 0.005$ . 3) There is a significant influence of financial literacy and the use of financial technology (fintech) on consumptive behavior from the f test value obtained a significance value of  $< 0.001 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Financial Literacy, Use of Financial technology (fintech), Consumptive Behavior.*

**Abstrak.** Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 Universitas Siliwangi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik analisis data menggunakan SPSS versi 30. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Terdapat pengaruh signifikan dari literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dengan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . 2) Terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan teknologi finansial (*fintech*) terhadap perilaku konsumtif dengan signifikansi  $< 0,001 < 0,005$ . 3) Terdapat pengaruh yang signifikan dari literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) terhadap perilaku konsumtif dari nilai uji f didapat nilai signifikansi  $< 0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *Literasi Keuangan, Penggunaan teknologi Finansial (fintech), Perilaku Konsumtif.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan pola konsumsi. Perubahan digital yang meluas telah menciptakan ekosistem baru di industri keuangan, yang terlihat dari munculnya berbagai *platform* teknologi finansial (*fintech*). Kemunculan *Financial Technology (fintech)* ini memungkinkan berbagai layanan keuangan menjadi lebih efisien, cepat, dan mudah dijangkau, termasuk pembayaran digital, investasi *online*, serta pinjaman *peer-to-peer*. *Fintech* yang merupakan inovasi dalam sektor layanan keuangan, memberikan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi, tetapi juga menghadirkan tantangan tersendiri, terutama bagi Generasi Z. Generasi Z merupakan generasi pertama yang sepenuhnya berkembang di era digital, sehingga sering disebut sebagai *digital natives*. Kehidupan mereka sangat bergantung pada teknologi, termasuk dalam pengelolaan keuangan. Generasi Z, yang memiliki akses luas terhadap informasi dan teknologi, berpeluang besar untuk meningkatkan literasi keuangan mereka. Namun sayangnya, tingkat literasi keuangan di kalangan Generasi Z masih tergolong sedang, terutama di negara-negara berkembang. Kurangnya pemahaman ini dapat membuat individu kesulitan dalam

mengelola keuangan mereka, yang pada akhirnya mendorong perilaku konsumtif yang merugikan. Salah satu fenomena yang muncul adalah *doom spending*, yaitu fenomena ketika seseorang menghabiskan uang secara berlebihan sebagai respons terhadap kondisi atau emosi negatif, seperti stres, kecemasan, atau rasa ketidakpastian mengenai masa depan.

Selain itu, berdasarkan data pra penelitian yang telah dilakukan terhadap 40 orang Generasi Z pada Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi menunjukkan bahwa sekitar 70% Generasi Z dikalangan mahasiswa mengaku sering melakukan pembelian barang yang tidak diperlukan, terlebih jika ada iming-iming hadiah yang menyertainya. Selain itu, 57,5% responden mengaku bahwa mereka sering melakukan pembelian produk hanya untuk menjaga simbol status sosial mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakpastian dalam pengelolaan keuangan, dimana Generasi Z sering kali mengedepankan gaya hidup dan pembelian impulsif tanpa memikirkan konsekuensi jangka panjang terhadap situasi keuangan mereka. Dari fenomena diatas, terlihat jelas bahwa perkembangan *fintech* dikalangan Generasi Z tidak selalu memberikan hasil yang positif, terutama jika tidak didukung oleh literasi keuangan yang memadai.

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami sejauh mana literasi keuangan dan penggunaan *fintech*, khususnya *e-wallet* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Dan diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan program pendidikan keuangan yang lebih efektif serta kebijakan yang mendorong perilaku keuangan yang sehat di kalangan generasi muda.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Perilaku konsumtif**

Perilaku konsumtif dalam penelitian ini mengacu pada tindakan mahasiswa dalam mengkonsumsi barang tidak untuk memenuhi kebutuhan, tetapi untuk memuaskan keinginan, yang berpotensi mengakibatkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak efisien. Tindakan membeli barang yang didasarkan pada pertimbangan emosional, atau yang dikenal sebagai perilaku konsumtif, adalah kebiasaan menggunakan barang atau jasa secara tidak terkendali, dengan kecenderungan mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya lebih penting<sup>1</sup>. Adapun indikator yang ada dalam perilaku konsumtif meliputi<sup>2</sup>:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasan menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.
7. Muncul anggapan bahwa membeli produk mewah dengan harga yang tinggi dapat meningkatkan rasa percaya diri dan status sosial seseorang.
8. Mencoba berbagai produk sejenis dari dua atau lebih merek yang berbeda.

### **Literasi Keuangan**

Pengertian literasi keuangan adalah pemahaman, keterampilan, dan keyakinan seseorang terhadap konsep keuangan yang mendorong sikap dan perilaku keuangan yang baik. Literasi keuangan dapat didefinisikan sebagai kemampuan seseorang untuk mengevaluasi informasi

---

<sup>1</sup> Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>

<sup>2</sup> Dikria, O. (2016). *Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013*. Universitas Negeri Malang.

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI FINANSIAL  
(FINTECH) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z**

secara cermat serta membuat keputusan yang tepat terkait penggunaan dan pengelolaan keuangan<sup>3</sup>. Adapun indikator dari literasi keuangan menurut Chen dan Volpe yaitu<sup>4</sup>:

1. Pengetahuan Dasar Pengelolaan Keuangan
2. Pengelolaan Kredit
3. Pengelolaan Tabungan dan Investasi
4. Manajemen Risiko

**Penggunaan Teknologi Finansial (*Fintech*)**

*Financial Technology (Fintech)* adalah suatu bentuk inovasi dalam industri jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk memudahkan masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Inovasi ini memungkinkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan dengan lebih cepat, praktis, dan aman, baik dalam bentuk pembayaran, peminjaman, investasi, maupun layanan keuangan lainnya. Menurut *Financial Stability Board*, *Fintech* didefinisikan sebagai inovasi teknologi di sektor layanan keuangan yang mencakup berbagai model bisnis, aplikasi, proses, atau produk yang memiliki dampak signifikan terhadap penyediaan layanan keuangan<sup>5</sup>. Adapun indikator dari *fintech* yaitu<sup>6</sup>:

1. Manfaat Penggunaan (*usefulness*)
2. Kemudahan Penggunaan (*easy to use*)
3. Desain *website* (*website design*)
4. Ketersediaan sistem (*system availability*)
5. Privasi (*privacy*)
6. Keamanan (*safety*)

**METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Siliwangi, yang berjumlah 211 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *proportionate stratified random sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 138 mahasiswa.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Uji Regresi Linear Berganda**

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

No	Variabel	Koefisien Regresi	T	Sig.
1.	Konstanta	6,410	1,174	0,242

<sup>3</sup> Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>

<sup>4</sup> Latifiana, D. (2017). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis 2017*, 1–7. <https://www.neliti.com/id/publications/173134/studi-literasi-keuangan-pengelola-usaha-kecil-menengah-ukm>

<sup>5</sup> Nizar Abdi. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*, 5(15), 13. [https://www.researchgate.net/publication/323629323\\_Teknologi\\_Keuanga%0An\\_Fintech\\_Konsep\\_dan\\_Implementasinya\\_di\\_Indonesia.%0D](https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuanga%0An_Fintech_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia.%0D)

<sup>6</sup> Firmawati, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, Financial Technology, Dan persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*, 12(2004), 6–25. <http://repository.stei.ac.id/6124/>

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI FINANSIAL  
(FINTECH) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z**

2.	Literasi Keuangan (X1)	0,431	3,266	0,001
3.	Penggunaan Teknologi Finansial ( <i>Fintech</i> ) (X2)	0,675	6,304	<0,001

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, oleh Peneliti 2025)

Berdasarkan pada Tabel 1 diketahui bahwa nilai konstanta (constant/ $\alpha$ ) sebesar 6,410 dengan nilai b1 sebesar 0,431 dan nilai b2 sebesar ,675. Maka dapat diperoleh persamaan regresi untuk penelitian ini, sebagai berikut:

$$\gamma = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$\gamma = 6,410 + 0,431 X_1 + 0,675 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 6,410 berarti jika nilai variabel literasi keuangan (X1) dan variabel penggunaan teknologi finansial (X2) adalah nol, maka nilai dasar dari perilaku konsumtif diperkirakan sebesar 6,410.
2. Nilai koefisien  $\beta_1$  atau variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,431. Hal ini mengindikasikan bahwa jika literasi keuangan meningkat satu satuan maka perilaku konsumtif juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,431 dengan anggapan bahwa penggunaan teknologi finansial dan konstanta bernilai 0.
3. Nilai koefisien  $\beta_2$  atau variabel penggunaan teknologi finansial (X2) sebesar 0,675. Hal ini mengindikasikan bahwa jika penggunaan teknologi finansial meningkat satu satuan maka perilaku konsumtif juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,675 dengan anggapan literasi keuangan dan konstanta bernilai 0.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. error of the Estimate
1	0,670 <sup>a</sup>	0,448	0,440	5,884

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, oleh Peneliti 2025)

Berdasarkan Tabel 2, terlihat bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,448, yang menunjukkan bahwa sebesar 44,8% perilaku konsumtif generasi Z pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 dipengaruhi oleh literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*). Sementara itu, sisanya yaitu sebesar 55,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

**Uji Parsial (Uji T)**

**Tabel 3**  
**Hasil Uji Parsial (Uji T)**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig.
Literasi Keuangan	3,266	1,977	0,001
Penggunaan Teknologi Finansial ( <i>Fintech</i> )	6,304	1,977	<0,001

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, oleh Peneliti 2025)

Berdasarkan data di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama, variabel literasi memiliki nilai t hitung sebesar 3,266, lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,977, dengan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, maka dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z.
2. Hipotesis kedua, variabel penggunaan teknologi finansial (*Fintech*) memiliki nilai t hitung sebesar 6,304, lebih besar dari nilai t tabel sebesar 1,977, dengan nilai signifikansi < 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, maka dapat

disimpulkan bahwa penggunaan teknologi finansial (*fintech*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**

Model	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Sig.
1	54,859	3,06	< 0,001 <sup>b</sup>

(Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 30, oleh Peneliti 2025)

Berdasarkan hasil pengolah yang telah dilakukan penelitian pada Tabel 4, maka diperoleh nilai  $F_{hitung} 54,859 > F_{tabel} 3,06$  dengan nilai signifikansi  $< 0,001$  atau kurang dari taraf signifikansi 0,05. Maka pada hipotesis ke tiga yaitu  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh secara simultan antara variabel literasi keuangan (X1) dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) (X2) terhadap perilaku konsumtif (Y).

#### **1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan secara parsial dari variabel literasi keuangan (X1) terhadap perilaku konsumtif (Y) diketahui bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki korelasi positif, dimana semakin tinggi literasi keuangan, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif mereka. Dalam konteks ini, literasi keuangan bukan hanya berperan sebagai alat kontrol dalam pengambilan keputusan finansial yang bijak, tetapi juga dapat menjadi faktor pendorong munculnya perilaku konsumtif, terutama jika peningkatan literasi keuangan tidak disertai dengan kesadaran akan pentingnya perilaku konsumsi yang rasional. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa pengaruh media sosial, pengaruh tren, serta dorongan untuk memenuhi gaya hidup yang serba *instan* dan digital, dapat memicu perilaku konsumtif meskipun individu tersebut telah memiliki pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa keputusan konsumen merupakan hasil dari interaksi antara faktor internal seperti karakteristik pribadi dan proses psikologis yang memengaruhi cara individu merespon rangsangan tersebut. Dalam konteks ini, peningkatan literasi keuangan dapat memperkuat aspek kognitif dalam memahami produk dan layanan keuangan. Namun, jika karakteristik pribadi seperti gaya hidup, pengaruh kelompok sosial, dan nilai budaya tetap dominan, maka literasi keuangan justru berpotensi digunakan untuk memperluas terhadap akses konsumsi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z pada mahasiswa FKIP Pendidikan Ekonomi Universitas Palangka Raya<sup>7</sup>. Selain itu, penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada perilaku konsumtif generasi z, yang mengindikasikan kurangnya pemahaman Generasi Z mengenai konsep literasi keuangan yang benar, disertai dengan lemahnya kemampuan dalam mengendalikan diri sehingga mendorong peningkatan perilaku konsumtif<sup>8</sup>.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dilapangan, penelitian ini mendukung temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan

<sup>7</sup> 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>

<sup>8</sup> Rahmatika, Ariani, F., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Cashless Society dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.3116>

terhadap perilaku konsumtif. Salah satu alasan mengapa literasi keuangan dapat berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif adalah karena individu dengan literasi keuangan yang tinggi memiliki akses dan pemahaman yang lebih luas terhadap berbagai produk serta layanan keuangan. Pemahaman ini memungkinkan mereka untuk dengan mudah memanfaatkan fitur-fitur seperti *e-wallet*, layanan *paylater*, kartu kredit, atau *platform* belanja digital yang memberikan kemudahan dan *fleksibilitas* dalam bertransaksi. Dimana ketika individu merasa menguasai informasi keuangan dan memiliki kendali terhadap alur keuangannya, mereka cenderung merasa lebih percaya diri dalam melakukan pembelian, bahkan dalam jumlah yang berlebihan. Kepercayaan diri ini yang menjadi pemicu perilaku konsumtif yang tidak disadari.

Lebih lanjut, temuan ini menggarisbawahi bahwa literasi keuangan memiliki dua sisi yang dapat memengaruhi perilaku konsumsi secara berbeda, tergantung pada konteks sosial dan psikologis yang melingkupi individu. Dimana, pada satu sisi literasi keuangan memberi pemahaman yang lebih baik terhadap produk dan layanan keuangan secara bijak. Namun disisi lain, literasi ini juga dapat memberikan rasa percaya diri yang berlebihan dalam melakukan konsumsi, dimana individu mempunyai rasa kemampuan dalam mengatur dan mengendalikan keuangannya. Rasa percaya diri inilah yang kemudian dapat menjadi celah bagi munculnya perilaku konsumtif yang tidak disadari, terutama jika tidak diimbangi dengan kontrol diri yang kuat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman tentang hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan tidak selalu menurunkan perilaku konsumtif, terutama dalam konteks sosial yang menormalisasikan konsumsi sebagai bagian dari identitas dan eksistensi diri.

## **2. Pengaruh Penggunaan Teknologi Finansial (Fintech) terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi finansial (*fintech*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan 2022. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *fintech*, maka semakin besar kecenderungan seseorang untuk berperilaku konsumtif. Dengan kata lain, mahasiswa yang lebih aktif menggunakan layanan *fintech* cenderung lebih mudah untuk melakukan pembelian dan pengeluaran, yang dapat dipengaruhi oleh kemudahan akses dan keamanan yang ditawarkan oleh teknologi tersebut.

Penelitian ini mendukung teori perilaku konsumen, dimana teori ini menekankan pentingnya pengaruh lingkungan dan stimulus eksternal, termasuk teknologi dan media digital, sebagai faktor yang membentuk keputusan pembelian konsumen. Dalam konteks ini, penggunaan teknologi finansial (*fintech*) dapat dianggap sebagai salah satu stimulus eksternal yang signifikan. Dengan adanya kemudahan dalam melakukan transaksi dan akses informasi yang cepat, mahasiswa cenderung lebih terbuka terhadap berbagai pilihan produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kecenderungan mereka terhadap perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang juga menunjukkan bahwa *fintech* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Seperti penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yang menunjukkan bahwa teknologi finansial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dan dapat memberikan kemudahan dalam proses transaksi<sup>9</sup>. Selain itu, penelitian ini didukung oleh peneliti sebelumnya yang menunjukkan bahwa penggunaan teknologi finansial berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif<sup>10</sup>. Hal ini disebabkan oleh adanya pembayaran yang dilakukan tanpa tunai, adanya promo yang ditawarkan saat melakukan transaksi melalui aplikasi, dan adanya kemudahan akses yang diberikan.

---

<sup>9</sup> Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>

<sup>10</sup> Hilda Guntur, Antong, R. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY DAN UANG SAKU TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA AKUNTANSI*. 08(03), 1–9.

Berdasarkan temuan dilapangan, penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi finansial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z kalangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan 2022 di Universitas Siliwangi. Kemudahan akses, kecepatan proses transaksi, serta adanya fitur menarik yang ditawarkan oleh aplikasi *fintech*, tidak hanya mengubah cara mahasiswa dalam melakukan pembayaran, tetapi juga memengaruhi pola pikir serta sikap mereka terhadap pengeluaran. Sebagian besar mahasiswa mengaku lebih sering melakukan transaksi secara *online* karena merasa lebih mudah dan cepat tanpa harus membawa uang tunai. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemajuan teknologi finansial telah menciptakan kondisi konsumsi yang lebih aktif, dan kurang terkendali. Dimana, semakin meluasnya penggunaan *fintech* di kalangan mahasiswa juga berpotensi mendorong peningkatan intensitas perilaku konsumsi yang berlebihan apabila tidak disertai dengan pengendalian diri yang memadai.

Temuan ini juga memperkuat bahwa penggunaan teknologi finansial tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis transaksi, tetapi juga memberikan dampak psikologis terhadap cara individu memandang konsumsi. Berbeda dengan transaksi tunai yang cenderung dapat membuat konsumen lebih sadar akan jumlah uang yang dikeluarkan, penggunaan layanan digital seperti *e-wallet* atau fitur *paylater* dapat menciptakan ilusi ketersediaan dana, sehingga menurunkan kehati-hatian dalam berbelanja. Mahasiswa yang terbiasa dengan kemudahan ini cenderung merasa lebih leluasa dalam melakukan pembelian tanpa mempertimbangkan urgensi kebutuhan yang pada gilirannya akan mendorong perilaku konsumtif.

### **3. Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Finansial (*Fintech*) terhadap Perilaku Konsumtif**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Pendidikan ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 Universitas Siliwangi menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel literasi keuangan (X1) dan penggunaan teknologi finansial (X2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y). Hal ini mencerminkan bahwa generasi z, khususnya kalangan mahasiswa yang memiliki akses pengetahuan keuangan serta aktif dalam memanfaatkan layanan *fintech*, cenderung menunjukkan perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Mahasiswa sebagai bagian dari *digital native* terbiasa berinteraksi dengan teknologi, termasuk dengan teknologi finansial seperti *e-wallet*, *paylater*, dan *mobile banking*, yang menawarkan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi. Ketika pengetahuan finansial yang dimiliki mahasiswa tidak diimbangi dengan kontrol perilaku konsumsi yang kuat, maka kemudahan akses tersebut justru menjadi celah yang mendorong perilaku konsumtif.

Penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang menyatakan bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor pribadi seperti pengetahuan dan pengalaman, serta faktor situasional dan teknologi. Dalam penelitian ini literasi keuangan termasuk kedalam faktor pribadi dan penggunaan teknologi finansial termasuk kedalam faktor situasional dan teknologi. Dimana, literasi keuangan memungkinkan konsumen untuk merasa lebih percaya diri dalam menilai risiko dan manfaat dari suatu keputusan pembelian. Dan kemudahan yang ditawarkan teknologi finansial seperti pembayaran *instan*, promo *cashback*, hingga fitur cicilan, dapat mempercepat proses transaksi dan membuat keputusan konsumsi menjadi lebih *impulsif*.

Penelitian ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang menemukan bahwa pengaruh literasi keuangan dan teknologi finansial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Prof. Dr. Moestopo<sup>11</sup>. Selain itu, penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh *e-commerce* dan *financial technology* terhadap perilaku mahasiswa. Dimana, adanya teknologi finansial memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi, namun kemudahan tersebut justru akan mendorong munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa<sup>12</sup>. Hal ini menunjukkan bahwa

---

<sup>11</sup> Karo-Karo, L. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 1–151.

<sup>12</sup> Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>

## **PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI FINANSIAL (FINTECH) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z**

meskipun mahasiswa memiliki pemahaman yang baik tentang literasi keuangan tetap akan mendorong perilaku konsumtif.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Pendidikan ekonomi Angkatan 2021 dan 2022 Universitas Siliwangi. Temuan dilapangan juga menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik, tidak semua dari mereka mampu menerapkannya secara konsisten dalam praktik pengelolaan keuangan sehari-hari. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka memahami pentingnya perencanaan anggaran dan pengendalian pengeluaran, namun tetap tergoda untuk melakukan pembelian berlebihan akibat promosi yang menarik atau kemudahan bertransaksi melalui aplikasi *fintech*. Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dapat menjadi lemah ketika tidak disertai dengan kemampuan mengelola dorongan emosional. Oleh karena itu, integrasi antara pemahaman keuangan dan kemampuan memanfaatkan teknologi secara bijak menjadi aspek penting yang perlu diperkuat, agar perilaku konsumtif mahasiswa dapat lebih terkendali di tengah pesatnya perkembangan layanan keuangan digital.

Lebih jauh, temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya terbentuk dari pemahaman rasional terkait pengelolaan keuangan dan penggunaan teknologi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh dinamika psikologis dan tekanan sosial yang dihadapi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi finansial sering kali menciptakan persepsi bahwa proses konsumsi tidak membutuhkan perencanaan yang matang. Fitur seperti *paylater*, *saldo digital*, dan berbagai promosi justru dapat menimbulkan perilaku konsumsi yang bersipat spekulatif, dimana mahasiswa lebih memilih untuk membeli lebih dahulu dengan pertimbangan pembayaran di kemudian hari. Hal ini menjadi landasan penting bagi pengembangan strategi edukasi keuangan dan digital yang lebih aplikatif dan kontekstual.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis pembahasan mengenai pengaruh literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial (*fintech*) terhadap perilaku konsumtif, diperoleh simpulan sebagai berikut: 1) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 Universitas Siliwangi. 2) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi finansial (*fintech*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 Universitas Siliwangi. 3) Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2021 dan Angkatan 2022 Universitas Siliwangi.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arianti, B. F. (2020). Pengaruh Pendapatan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Literasi Keuangan Melalui Keputusan Berinvestasi Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(1), 13–36. <https://doi.org/10.33369/j.akuntansi.10.1.13-36>
- Dikria, O. (2016). *Pengaruh literasi keuangan dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2013*. Universitas Negeri Malang.
- Firmawati, D. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, Financial Technology, Dan persepsi Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Skripsi*, 12(2004), 6–25. <http://repository.stei.ac.id/6124/>

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI FINANSIAL  
(FINTECH) TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA GENERASI Z**

- Hilda Guntur, Antong, R. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN FINANCIAL TECHNOLOGY DAN UANG SAKU TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA AKUNTANSI*. 08(03), 1–9.
- Karo-Karo, L. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. 1–151.
- Latifiana, D. (2017). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis 2017*, 1–7. <https://www.neliti.com/id/publications/173134/studi-literasi-keuangan-pengelola-usaha-kecil-menengah-ukm>
- Nizar Abdi. (2017). Teknologi Keuangan (Fintech): Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Warta Fiskal*, 5(15), 13. [https://www.researchgate.net/publication/323629323\\_Teknologi\\_Keuanga%0An\\_Finte ch\\_Konsep\\_dan\\_Implementasinya\\_di\\_Indonesia.%0D](https://www.researchgate.net/publication/323629323_Teknologi_Keuanga%0An_Finte ch_Konsep_dan_Implementasinya_di_Indonesia.%0D)
- 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>
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-Commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 9(3), 281. <https://doi.org/10.30998/jabe.v9i3.16620>
- Rahmatika, Ariani, F., & Susanti, R. (2024). Pengaruh Cashless Society dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z di Kota Padang. *Shar-E : Jurnal Kajian Ekonomi Hukum Syariah*, 10(2), 172–185. <https://doi.org/10.37567/shar-e.v10i2.3116>
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>