

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI
DIGITAL, DAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi

Program Studi Akuntansi



Oleh:

Ade Artanto

NIM: 212114198

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA**

2025

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI
DIGITAL, DAN *FINANCIAL TECHNOLOGY*
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi
Program Studi Akuntansi



Oleh:
Ade Artanto
NIM: 212114198

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2025**



Skripsi

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**



Oleh:
Ade Artanto
NIM: 212114198

Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing

Aurelia Melinda Nisita Wardhani, S.E., M.Sc.

Tanggal: 29 April 2025



SKRIPSI

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Dipersiapkan dan ditulis oleh:

Ade Artanto

NIM: 212114198

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Pada Tanggal 8 Mei 2025
Dan Dinyatakan Memenuhi Syarat

Susunan Dewan Penguji

	Nama Lengkap	Tanda Tangan
Ketua	Dr. Yusef Widya Karsana, M.Si., Ak., CA., QIA	
Sekretaris	Agustisnus Tri Kristanto, S.E., M.Ak.	
Anggota	Aurelia Melinda Nisita Wardhani, S.E., M.Sc.	
Anggota	Anastasia Filiana Ismawati, M.Acc., Ak.	
Anggota	Dr. FA. Joko Siswanto, M.M., Ak., QIA., CA.	

Yogyakarta, 30 Mei 2025
Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Dekan



Dr. Lukas Purwoto, M.Si., CRP

LEMBAR PERSEMBAHAN

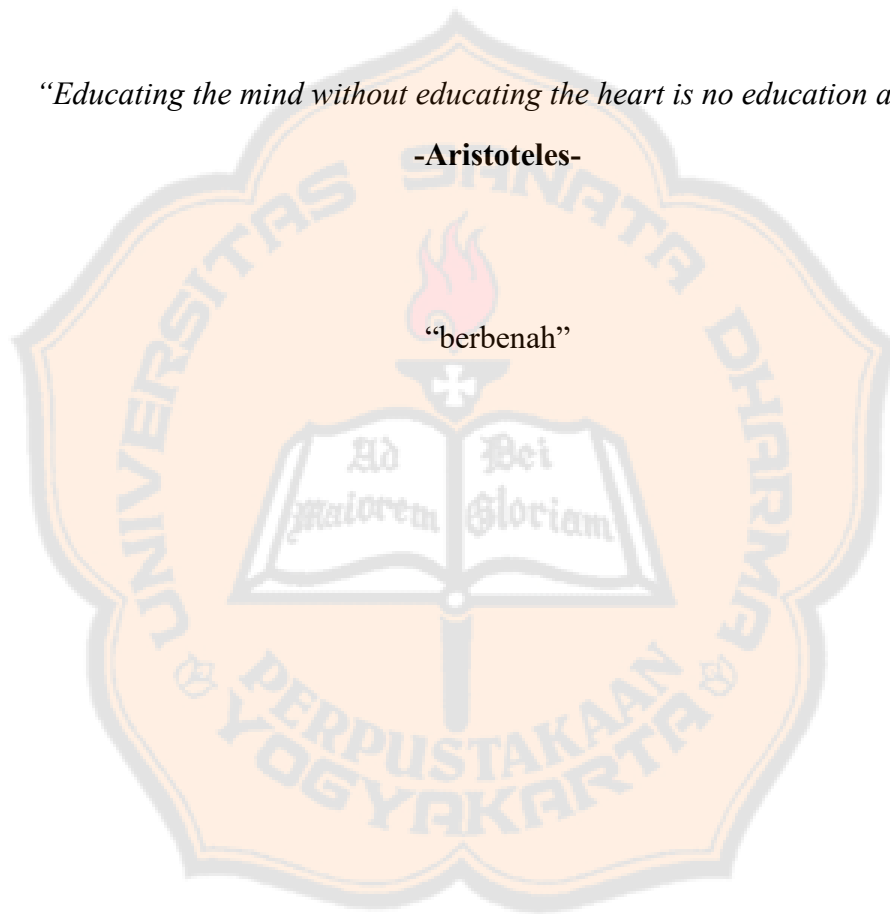
“Sing picek dituntun, sing budeg dijawab, sing lumpuh dijunjung, yen biso nulung tulungen, yen ora biso ojo dirasani, aku, kowe, kae podo, podo-podo berjuang ngadepi pacobane urip”

-Semar Badranaya-

“Educating the mind without educating the heart is no education at all”

-Aristoteles-

“berbenah”



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Tuhan Yesus kristus,

Kedua orang tuaku,

Keluarga besar,

Seluruh sahabat dan teman-temanku,

Serta semua pihak yang terlibat dalam proses ini.



**UNIVERSITAS SANATA DHARMA
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 8 Mei 2025 adalah karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain yang saya aku seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 30 Mei 2025
Yang membuat pernyataan,

Ade Artanto

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Sanata Dharma:

Nama : Ade Artanto

NIM : 212114198

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma tugas akhir saya yang berjudul:

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN
FINANCIAL TECHNOLOGY TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF**

Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Sanata Dharma hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas dan mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap menyantunkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta,
Pada tanggal 30 Mei 2025
Yang menyatakan,



Ade Artanto

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.

Dalam proses menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rm. Albertus Bagus Laksana, S.J., S.S., Ph.D. selaku Rektor Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan kepribadian kepada penulis.
2. Dr. Lukas Purwoto, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
3. Dr. Yusef Widya Karsana, M.Si., Ak., QIA, CA selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma.
4. Aurelia Melinda Nisita Wardhani, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing serta memberikan arahan dan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Nicko Kornelius Putra, M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing akademik penulis selama kuliah.
6. Kedua orang tua, Suyoto Kustanto dan Saryanti yang penulis cintai dan sayangi, yang telah menyertai serta mendoakan penulis hingga saat ini.

7. Kakak saya, Alm. Esterina Eni Muktisari yang memberikan semangat serta motivasi sehingga penulis dapat melanjutkan ke jenjang perkuliahan.
8. Keluarga besar Bapak/Ibu Walidi yang telah mendukung perjalanan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada sahabat saya, Abel, Aldo, Firma, Genta, Ghanis, Kresno, Nabila, Yesika, Theo dan Adven yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan, atas kehadiran yang menjadi kenangan serta pengalaman yang berharga dalam masa perkuliahan.
10. Kepada Fitriyani yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, atas waktu yang diberikan, dukungan serta semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah berjuang bersama dan saling menguatkan, atas suka dan duka serta canda tawa yang diberikan.
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah berkontribusi dan mendukung proses penulis selama mengerjakan skripsi.

Yogyakarta, 30 Mei 2025



Ade Artanto

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA TULIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. <i>Theory of Planned Behavioral (TPB)</i>	11
B. Literasi Keuangan	13
C. Literasi Digital	17
D. <i>Financial Technology (fintech)</i>	21
E. Perilaku Konsumtif	24
F. Generasi Z	29
G. Penelitian Terdahulu.....	32
H. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian.....	41

B.	Waktu dan Tempat Penelitian.....	41
C.	Subjek Penelitian.....	42
D.	Data Penelitian	42
E.	Teknik Pengumpulan Data	42
F.	Populasi dan Sampel	43
G.	Variabel Penelitian	45
H.	Model Penelitian	51
I.	Teknik Analisis Data	52
BAB IV GAMBARAN UMUM GENERASI Z		59
A.	Generasi Z	59
B.	Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta	59
C.	Generasi Z Responden Penelitian	60
BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		63
A.	Deskripsi Data.....	63
B.	Analisis Data	67
C.	Pembahasan.....	80
BAB VI PENUTUP		85
A.	Kesimpulan	85
B.	Keterbatasan Penelitian.....	85
C.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....		86
LAMPIRAN.....		92
BIOGRAFI PENULIS		119

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 2. <i>Skala Likert</i>	43
Tabel 3. Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. Data Populasi Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta	60
Tabel 5. Data Responden Generasi Z Berdasarkan Institusi	60
Tabel 6. Data Hasil Responden	63
Tabel 7. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 8. Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 9. Data Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	65
Tabel 10. Data Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	66
Tabel 11. Data Jumlah Responden Berdasarkan <i>E-wallet</i>	66
Tabel 12. Statistik Deskriptif Literasi Keuangan	67
Tabel 13. Statistik Deskriptif Literasi Digital	68
Tabel 14. Statistik Deskriptif <i>Financial Technology</i>	69
Tabel 15. Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif	70
Tabel 16. Hasil Uji Validitas	71
Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 18. Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas.....	75
Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	77
Tabel 21. Hasil Uji F	78
Tabel 22. Hasil Uji t	78
Tabel 23. Koefisien Determinasi (R^2)	79

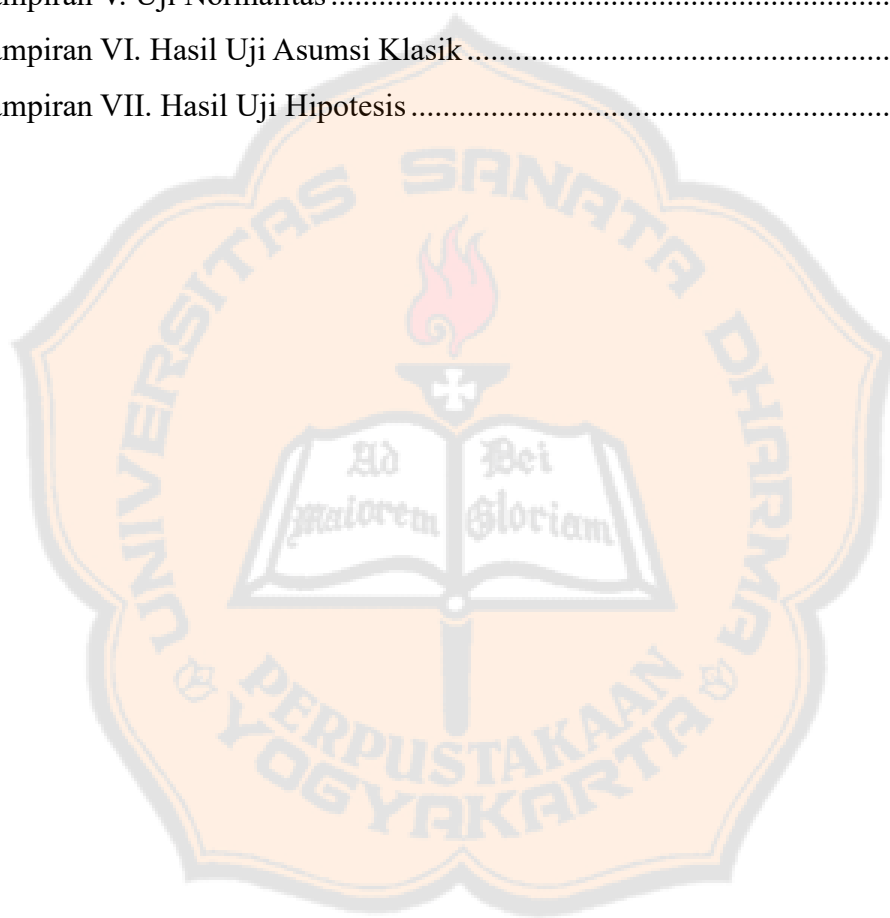
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I. Model <i>Theory of Planned Behavioral</i>	12
Gambar II. Model penelitian yang diusulkan oleh peneliti.....	52
Gambar III. Hasil Uji Heteroskedastisitas	76



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran I. Kuesioner Penelitian	93
Lampiran II. Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	107
Lampiran III. Hasil Uji Validitas.....	109
Lampiran IV. Hasil Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran V. Uji Normalitas	115
Lampiran VI. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran VII. Hasil Uji Hipotesis	117



ABSTRAK

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Ade Artanto
NIM: 212114198
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif. Generasi Z dipilih karena cenderung responsif terhadap *tren* sehingga mudah terdorong dalam perilaku konsumtif.

Desain penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *link google form* secara *online* maupun *offline*. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *snowball sampling*. Responden dalam penelitian ini merupakan generasi Z yang berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 178 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat SPSS versi 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu, literasi digital dan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: literasi keuangan, literasi digital, *fintech*, perilaku konsumtif

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY, DIGITAL LITERACY, AND FINANCIAL TECHNOLOGY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR

Ade Artanto
NIM: 212114198
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

This study aimed to determine the effect of financial literacy, digital literacy, and financial technology on consumptive behavior. Generation Z was chosen because they tended to be responsive to trends, making them more susceptible to consumptive behavior.

The research design was a type of quantitative research by distributing questionnaires in the form of google form links both online and offline. This research was conducted in the Special Region of Yogyakarta Province. The sampling technique used was snowball sampling. The respondents in this study were Generation Z individuals who lived in the Special Region of Yogyakarta Province, totaling 178 respondents.

The data analysis technique used was multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 26. The results of this study indicated that financial literacy had no effect on consumptive behavior. Meanwhile, digital literacy and financial technology did affect consumptive behavior.

Keywords: *financial literacy, digital literacy, fintech, consumptive behavior*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi Z tumbuh di tengah kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi yang pesat, menjadikan hal tersebut bagian yang melekat dari kehidupan mereka. Generasi ini memiliki karakteristik yang unik, mereka memiliki kemampuan dalam mengoperasikan berbagai perangkat digital dengan mahir dan terbiasa dengan berbagai informasi yang serba instan. Putri & Komalasari (2023) menyatakan bahwa generasi Z memainkan peran penting dalam *e-commerce* karena mereka cenderung mengikuti *tren* terkini dan memiliki pola konsumsi yang tinggi. Ketergantungan mereka dalam penggunaan internet dan media sosial sangat tinggi, sehingga membentuk kepribadian mereka dalam bersosialisasi, berinteraksi, belajar dan bekerja. Hasil penelitian menunjukkan, hampir 80% pengguna teknologi yakni generasi Z memanfaatkan teknologi sebagai sumber utama dalam mencari berbagai macam informasi yang dibutuhkan (Andriani dkk., 2022). Di sisi lain informasi dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia di tahun 2024, tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia mencapai angka 79,5% atau sekitar 221.563.479 jiwa, dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023, dengan kontribusi generasi Z sebesar 34,40% (APJII, 2024).

Selain itu, generasi ini juga dikenal sebagai generasi yang individualis, kreatif dan antusias dalam berbagai hal (Sakitri, 2021). Hal tersebut nampak pada ketertarikan mereka akan isu-isu sosial dan lingkungan serta

cenderung lebih terbuka terhadap keberagaman. Perspektif baru dan inovasi teknologi di berbagai bidang yang dimiliki oleh generasi ini memberikan potensi besar untuk mengubah pola aspek sosial, ekonomi dan budaya. Isu-isu tersebut juga menyoroti peran media sosial dalam mendorong perkembangan *e-commerce*, dimana mereka tidak hanya belanja, tetapi juga berbagi rekomendasi produk dan pengalaman belanja dengan teman-teman mereka. Namun, ketergantungan yang berlebihan terhadap penggunaan media sosial dapat mendorong generasi ini untuk berperilaku konsumtif. Kehadiran *e-commerce* yang memberikan kemudahan akses, promosi serta menawarkan berbagai macam pilihan metode pembayaran menjadikan generasi ini semakin tergiur untuk membeli barang yang belum tentu mereka perlukan dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari (Nabela & Albari, 2023). Mudahnya transaksi melalui layanan digital tersebut membuat seseorang merasa kebutuhan mereka dapat terpenuhi sehingga hal tersebut berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif.

Perilaku tersebut dapat didefinisikan sebagai perilaku seseorang yang membelanjakan uang tanpa didasari pertimbangan yang rasional. Fenomena perilaku konsumtif ini umumnya terjadi pada generasi Z yang melakukan pembelian secara *online* karena mudah tergiur dengan adanya promo dan diskon pada sebuah produk yang ditawarkan. Generasi ini memilih berbelanja secara *online* karena lebih praktis, hemat waktu serta menawarkan produk yang terjangkau. Perilaku konsumtif pada generasi ini

akan terus berkembang karena dipengaruhi oleh faktor gaya hidup. Pembelian produk yang dilakukan oleh generasi ini hanya untuk mengikuti *tren* dan memenuhi keinginan saja.

Perilaku pada generasi ini dinilai cenderung konsumtif sehingga diperlukan peningkatan literasi keuangan di kalangan mereka. Literasi keuangan yang baik akan membantu generasi ini dalam mengelola keuangan secara bijak, membuat keputusan yang lebih matang, serta menghindari risiko keuangan. Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola berbagai macam konsep keuangan secara efektif, seperti pengelolaan pendapatan dan pengeluaran (Kartini & Mashudi, 2022).

Literasi keuangan menjadi sebuah pondasi dalam mencapai keuangan yang sehat, dengan pengetahuan yang baik seseorang dapat mengelola keuangan yang efektif, menghindari hutang dan mencapai tujuan finansial (Kusumawati dkk., 2023). Generasi Z perlu persiapan yang baik dalam menghadapi tantangan keuangan yang semakin kompleks di masa depan. Tanpa pemahaman yang baik mengenai keuangan, mereka cenderung terjebak dalam pola konsumtif, mudah tergoda oleh kemudahan transaksi digital, dan berpotensi menghadapi risiko keuangan yang serius. Literasi keuangan menjadi penyeimbang agar generasi ini tidak hanya cerdas secara teknologi, tetapi juga bijak dalam mengelola sumber daya keuangan. Generasi ini paling rentan beresiko mengalami masalah keuangan karena minimnya literasi keuangan, tetapi literasi digital pada

mereka sangat tinggi, sehingga sangat mudah bagi mereka apabila mengakses layanan keuangan digital (Muslimawati & Ananda, 2024). Jika literasi digital tidak segera diikuti dengan literasi keuangan, maka akan sangat rawan bagi generasi ini dalam mengambil keputusan karena tidak rasional.

Literasi digital merupakan kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengelola dan memanfaatkan informasi secara efektif (Restianty, 2018). Berdasarkan survei pada tahun 2022 yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), indeks literasi digital generasi Z di Indonesia berada dalam kategori sedang, yaitu 57,5% (Hidayat dkk., 2023). Kemampuan tersebut penting untuk dimiliki setiap orang sebagai dasar dalam perkembangan era digitalisasi saat ini karena pemahaman mengenai ilmu digital juga sama penting dengan ilmu yang dipelajari lainnya. Setiap hari manusia hidup selalu berdampingan dengan dunia digital, mulai dari bekerja, berkomunikasi, berinteraksi, mencari informasi, berbelanja kebutuhan, hingga bertransaksi secara *online*. Selain itu, sektor keuangan juga mengalami perkembangan yang pesat dalam era digital saat ini. Perkembangan ini tidak lepas dari peran teknologi yang semakin terintegrasi dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk dalam sektor keuangan. Literasi digital juga berperan penting dalam penggunaan layanan keuangan digital seperti *e-wallet* dan sistem pembayaran berbasis aplikasi. Tanpa literasi digital yang memadai,

generasi Z berisiko terjebak dalam perilaku konsumtif. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam laporan tahunannya (2023) menyebutkan bahwa banyak generasi muda di Indonesia menggunakan *fintech* tanpa memahami syarat dan risikonya, hal tersebut menunjukkan pentingnya penguatan literasi digital dalam pengambilan keputusan keuangan. Teknologi finansial atau biasa dikenal dengan istilah *fintech* telah membawa perubahan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan.

Fintech merupakan gabungan antara layanan keuangan dengan bidang teknologi. Perkembangan yang pesat dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, seperti pengguna *smartphone* yang semakin meningkat, peningkatan kecepatan internet hingga munculnya berbagai macam *platform* digital menjadi pondasi yang kuat untuk inovasi *fintech*. Maraknya penggunaan *fintech* di Indonesia menjadi bukti bahwa masyarakat mulai beralih dari sistem keuangan tradisional ke penggunaan teknologi finansial (Purwanto dkk., 2022). *Fintech* menghadirkan inovasi baru layanan keuangan seperti alat penyimpanan uang hingga sebagai alat transaksi pembayaran, dengan hal tersebut *fintech* memudahkan generasi Z dalam mengelola keuangan kapan saja dan dimana saja. Salah satu jenis *fintech* yang berkembang di Indonesia adalah *e-wallet*. Hasil survei yang dilakukan Muhamad (2023) menunjukkan tingkat penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran paling banyak digunakan yakni mencapai 84,3% dari total 9.239 responden. *E-wallet* adalah dompet digital yang berfungsi sebagai alat pembayaran non tunai. *E-wallet* umumnya

dimanfaatkan untuk transaksi berbelanja *online* serta banyak digunakan sebagai pembayaran langsung di toko karena menawarkan berbagai promo apabila membayar menggunakan *e-wallet*. *Fintech* jenis ini mampu memfasilitasi generasi Z yang memiliki rekening bank maupun tidak memiliki rekening bank, karena *fintech* ini memberikan akses ke berbagai layanan keuangan yang sebelumnya hanya tersedia melalui perbankan tradisional.

Fokus pada penelitian ini yaitu menganalisis bagaimana literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* memengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menambah referensi serta kajian dari penelitian sebelumnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Alfiyansyah dkk. (2024) dan Pratama & Oktapiani (2023) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sementara itu Timung dkk. (2023) menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Setelah mengkaji dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan ketidakkonsistenan dalam variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif menjadi alasan peneliti untuk menguji ulang dengan dinamika sosial saat ini. Pada penelitian ini ditambahkan variabel literasi digital dan *financial technology* untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal serta akurat. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam serta menjelaskan secara lebih akurat analisis literasi keuangan,

literasi digital, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

DIY dikenal sebagai kota pelajar dengan banyak perguruan tinggi, sehingga memiliki konsentrasi tinggi generasi Z. Selain itu, banyak dari mereka telah memasuki dunia kerja, terutama sektor informal, startup, dan industri kreatif (Utantoro, 2025). Menurut BPS DIY, jumlah penduduk usia kerja di DIY mencapai 3,04 juta orang, dengan angkatan kerja sebanyak 2,24 juta orang. DIY memiliki tingkat penetrasi tertinggi, yaitu sebesar 88,73%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat DIY, termasuk generasi Z, memiliki akses luas terhadap teknologi digital yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif mereka melalui *platform digital* dan *fintech* (Annur, 2024). Keberagaman ini menciptakan ruang bagi generasi Z untuk berinteraksi, berbagi pandangan serta memperoleh wawasan tentang berbagai aspek kehidupan yang menjadi awal terbentuknya perilaku konsumtif. Melalui penelitian ini, diharapkan generasi Z dapat meningkatkan pemahaman mereka mengenai literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology*, sehingga dapat membantu mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif, serta membuat keputusan finansial yang lebih bijaksana.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

2. Apakah literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?
3. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian ini, untuk menyederhanakan permasalahan agar terfokus pada masalah yang ingin dipecahkan maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Dalam penelitian ini pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Subjek penelitian hanya berfokus pada Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. *Financial technology* hanya berfokus pada *digital payment system*.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif.
2. Mengetahui pengaruh literasi digital terhadap perilaku konsumtif.
3. Mengetahui pengaruh *financial technology* terhadap perilaku konsumtif.

E. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian di atas, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan wawasan tentang literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Generasi Z

Hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi mengenai analisis literasi keuangan, literasi digital dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif sehingga dapat meningkatkan kesadaran serta mampu mengelola keuangan dengan baik.

b. Bagi Pembaca

Hasil dari penelitian ini bisa sebagai referensi dan diharapkan menambah pengetahuan mengenai analisis literasi keuangan, literasi digital dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dibuat untuk mempermudah dalam penyusunan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang menjadi acuan dalam penelitian dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai desain penelitian, waktu dan tempat penelitian, subjek penelitian, data penelitian, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, variabel penelitian, model penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

Bab ini menjelaskan gambaran umum penelitian mengenai Generasi Z.

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan mengenai deskripsi data, analisis data, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB VI PENUTUP

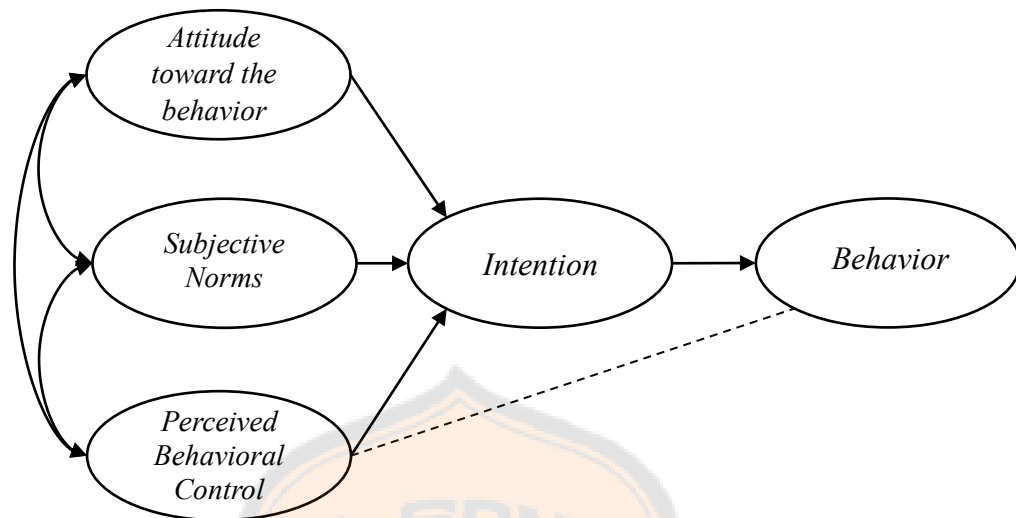
Bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan, keterbatasan, serta saran untuk peneliti selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. *Theory of Planned Behavioral (TPB)*

Theory of planned behavioral yang dikemukakan oleh Ajzen (1991) menjelaskan bahwa sikap individu terhadap suatu tindakan memengaruhi bagaimana cara mengambil keputusan untuk melakukannya. Niat menjadi faktor utama apakah seseorang akan melakukan tindakan atau tidak. Semakin tinggi niat seseorang melakukan tindakan, semakin besar kemungkinan tindakan tersebut akan terjadi. *Theory of planned behavioral* menekankan bahwa niat seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh sikap, tetapi juga oleh norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Norma subjektif berkaitan dengan bagaimana individu merasa adanya tekanan sosial atau harapan dari orang-orang terdekat untuk melakukan atau menghindari tindakan tertentu (Ajzen, 1991).

Sementara itu, kontrol perilaku yang dipersepsikan mencerminkan sejauh mana seseorang merasa mampu mengatasi hambatan atau kesulitan untuk melakukan tindakan tersebut. Ketiga faktor ini, sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan seseorang dapat memengaruhi niatnya untuk melakukan suatu tindakan, yang pada akhirnya akan menentukan perilaku yang ditampilkan.



Gambar I. Model *Theory of Planned Behavioral*
Sumber: Ajzen (1991)

Menurut Ajzen (1991) *theory of planned behavioral* menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu:

1) Sikap terhadap perilaku

Sikap seseorang terhadap suatu perilaku akan merupakan keyakinan seseorang mengenai kemungkinan hasil dari tindakan tertentu dan bagaimana mereka menilai hasil tersebut. Seseorang yang memiliki pandangan positif terhadap suatu perilaku, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk melakukannya.

2) Norma subjektif

Norma subjektif membentuk persepsi individu tentang tekanan sosial yang mungkin mendorong atau menghambat untuk melakukan suatu perilaku. Jika seseorang merasa bahwa lingkungannya mengharapkan

mereka melakukan tindakan tertentu, hal tersebut dapat memengaruhi niatnya.

3) Kontrol perilaku yang dipersepsikan

Kontrol perilaku yang dipersepsikan mengacu pada sejauh mana seseorang percaya bahwa ia memiliki kemampuan untuk mengontrol perilaku tersebut. Semakin tinggi kontrol yang dimiliki seseorang, semakin kuat niatnya untuk melakukan perilaku tersebut.

B. Literasi Keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan. Kemampuan mengelola keuangan sangat penting untuk masyarakat dari berbagai kalangan dan latar belakang. Menurut Świecka (2019) literasi keuangan merupakan pengetahuan dan pemahaman mengenai konsep serta risiko keuangan mencakup kemampuan, motivasi, dan kepercayaan diri dalam menerapkan pengetahuan tersebut untuk membuat keputusan di berbagai konteks keuangan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan finansial individu. Kemudian, Choerudin dkk. (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan yang mencakup pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola berbagai aspek keuangan secara efektif. Selanjutnya, Wicaksono (2015) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan konsep yang mencakup pemahaman terhadap produk dan prinsip-prinsip keuangan dengan didukung oleh informasi atau saran yang relevan. Konsep ini mencerminkan kemampuan individu dalam mengenali serta menganalisis

risiko keuangan, sehingga dapat membuat dan mengambil keputusan keuangan secara bijak dan tepat. Selanjutnya OJK (2022) literasi keuangan mencakup pemahaman, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam rangka memperbaiki kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial bagi masyarakat.

OJK (2015) menyatakan bahwa hasil survei OJK tahun 2013 tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi 4 kelompok yaitu:

- 1) *Well literate*, memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai lembaga serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban, serta terampil dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2) *Sufficient literate*, memiliki pengetahuan dan pemahaman mengenai lembaga serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat, risiko, hak, dan kewajiban.
- 3) *Less literate*, hanya memiliki pengetahuan dasar tentang lembaga, produk, dan jasa keuangan.
- 4) *Nol literate*, tidak memiliki pengetahuan maupun pemahaman mengenai lembaga serta produk jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan untuk menggunakan produk dan jasa keuangan.

a. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Literasi Keuangan

Worthington (2006) menyatakan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi literasi keuangan meliputi:

1) Jenis kelamin

Jenis kelamin dapat memengaruhi peran dalam literasi keuangan karena adanya perbedaan preferensi dan pola pengambilan keputusan.

2) Usia

Usia memengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang karena pengetahuan dan pengalaman seseorang cenderung bertambah seiring bertambahnya usia.

3) Etnis

Etnis juga dapat memengaruhi literasi keuangan seseorang, terutama karena faktor ekonomi, sosial, dan budaya yang berbeda antara kelompok etnis.

4) Pekerjaan

Pekerjaan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan. Seseorang yang bekerja dalam bidang keuangan cenderung memiliki pemahaman mengenai keuangan.

5) Pendidikan

Pendidikan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi literasi keuangan. Seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi.

6) Pendapatan

Pendapatan seseorang memengaruhi literasi keuangan, karena seseorang yang mempunyai pendapatan yang tinggi memiliki banyak kesempatan untuk mengalokasikan keuangannya.

7) Tabungan

Tabungan mencerminkan seseorang memiliki literasi keuangan yang baik, karena mampu mengelola dan merencanakan keuangan dengan baik.

8) Utang

Utang juga mencerminkan tingkat literasi seseorang. Seseorang yang memiliki tingkat literasi yang tinggi cenderung akan menghindari utang.

b. Indikator Literasi Keuangan

Bongomin dkk. (2016) menjelaskan bahwa indikator literasi keuangan meliputi:

1) Perilaku

Perilaku mencerminkan bagaimana seseorang mengelola keuangannya secara nyata. Perilaku keuangan yang baik menunjukkan bahwa seseorang dapat membuat keputusan keuangan yang bijak dan bertanggung jawab.

2) Keterampilan

Keterampilan mengacu pada kemampuan praktis untuk mengelola keuangan. Keterampilan akan membantu seseorang untuk

menerapkan pengetahuan keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari.

3) Pengetahuan

Pengetahuan merujuk pada pemahaman individu mengenai dasar-dasar pengelolaan keuangan. Orang yang memiliki literasi keuangan yang baik mampu memahami dan mengelola keuangan sesuai dengan kebutuhannya.

4) Sikap

Sikap keuangan berkaitan dengan pola pikir atau cara pandang seseorang terhadap keuangan. Hal ini mencakup kesadaran untuk menggunakan uang, keinginan untuk belajar lebih banyak tentang uang, dan kecenderungan untuk berpikir jangka panjang.

C. Literasi Digital

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam menggunakan teknologi digital secara tepat. Menurut Bawden (2001) literasi digital adalah keterampilan dalam memanfaatkan informasi yang tersedia dari berbagai sumber digital yang diakses melalui komputer. Kemudian, Naufal (2021) menyatakan bahwa literasi digital merupakan suatu bentuk kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi dari berbagai sumber dalam bentuk digital. Selanjutnya, Irhandayaningsih (2020) menjelaskan bahwa literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan informasi dan memahami berbagai bentuk format konten seperti audio, video, teks, gambar, dan animasi yang ditampilkan melalui

perangkat elektronik. Selanjutnya, Mohammadyari & Singh (2015) menyatakan bahwa literasi digital merupakan keterampilan dalam memahami, mengevaluasi, menafsirkan, serta mengelola informasi yang diperoleh melalui berbagai perangkat teknologi digital.

a. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Literasi Digital

1) Faktor internal

Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu yang memengaruhi kinerja, perilaku serta pengambilan keputusan. Rini dkk. (2022) menyatakan bahwa faktor internal yang memengaruhi literasi digital meliputi:

a) Rasa ingin tahu

Rasa ingin tahu mendorong seseorang untuk mengeksplorasi berbagai sumber informasi digital, teknologi baru, serta aplikasi untuk mengikuti perkembangan digital.

b) Determinasi diri

Seseorang yang memiliki determinasi diri mampu mengembangkan keterampilan digital mereka tanpa bergantung pada orang lain.

2) Faktor eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu yang memengaruhi kinerja, perilaku, serta pengambilan keputusan, tetapi di luar kendali langsung individu. Syah dkk. (2019)

menyatakan bahwa faktor eksternal yang memengaruhi literasi digital meliputi:

a) Keaktifan penggunaan media *online*

Keaktifan dalam penggunaan media *online* menunjukkan tingkat produktif seseorang dalam menggunakan platform digital seperti media sosial, website, atau aplikasi.

b) Prestasi akademik

Seseorang yang memiliki literasi digital yang baik akan memanfaatkan teknologi serta berbagai sumber digital untuk meningkatkan prestasi akademik mereka.

c) Peran orang tua atau keluarga

Orang tua atau keluarga dapat memberikan akses penggunaan teknologi, mengajarkan cara penggunaan dengan bijak, serta membimbing dalam memahami risiko dan manfaat dunia digital.

d) Intensitas membaca

Intensitas membaca baik secara fisik atau melalui media digital dapat meningkatkan literasi digital seseorang. Membaca melalui platform digital akan membantu meningkatkan kemampuan seseorang dalam mencari informasi dan menilai informasi secara kritis.

b. Indikator Literasi Digital

Gilster (1997) dalam Zaenudin dkk. (2020) mengemukakan bahwa indikator dalam variabel literasi digital meliputi:

1) *Internet searching*

Internet searching merujuk pada kemampuan seseorang dalam mencari informasi secara efektif di internet. Hal ini mencakup tentang pemahaman menggunakan mesin pencari, penggunaan kata kunci serta menyaring informasi yang valid.

2) *Hypertextual navigation*

Hypertextual navigation mengacu pada kemampuan untuk berpindah antar halaman atau sumber informasi yang terhubung melalui tautan (*hyperlinks*).

3) *Content evaluation*

Content evaluation berkaitan dengan kemampuan untuk menilai keandalan, validitas, kredibilitas, dan bias dari informasi yang ditemukan secara daring.

4) *Knowledge assembly*

Knowledge assembly merujuk pada kemampuan untuk mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber ke dalam kerangka pengetahuan yang koheren dan relevan.

D. *Financial Technology (fintech)*

Fintech merupakan gabungan antara layanan keuangan dengan bidang teknologi. Menurut Arner dkk. (2015) *fintech* merupakan integrasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari cara konvensional menjadi *modern*, yang sebelumnya transaksi harus dilakukan secara langsung dengan membawa uang tunai, kini transaksi dapat dilakukan melalui jarak jauh hanya dalam hitungan detik. Kemudian Marginingsih (2021) menyatakan bahwa *fintech* merupakan suatu inovasi dalam sektor jasa keuangan yang mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan. Selanjutnya, Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 menyatakan bahwa *fintech* merupakan penerapan teknologi dalam sistem keuangan yang menghasilkan produk, layanan, teknologi, atau model bisnis baru yang berpotensi memengaruhi stabilitas moneter, stabilitas sistem keuangan serta meningkatkan efisiensi, kelancaran, keamanan, dan keandalan sistem pembayaran.

Idris (2021) melansir dari laman Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa jenis-jenis *fintech* yang tumbuh di Indonesia saat ini menawarkan berbagai macam solusi finansial bagi masyarakat, antara lain:

1) Crowdfunding

Crowdfunding merupakan metode pengumpulan dana dari banyak orang untuk membiayai proyek atau usaha tertentu, sering kali

melalui *platform online*. Para pendukung dapat memberikan kontribusi, yang bersama-sama dapat memenuhi kebutuhan besar.

2) *Microfinancing*

Microfinancing merupakan layanan keuangan yang menyediakan pinjaman dalam jumlah kecil bagi masyarakat atau pengusaha yang biasanya tidak memiliki akses ke layanan perbankan tradisional.

3) *P2P lending servive*

Peer-to-Peer (P2P) lending merupakan layanan yang menghubungkan pemberi pinjaman dengan peminjam melalui *platform* digital, tanpa perantara seperti bank.

4) *Market comparison*

Market comparison merupakan *platform* yang memungkinkan pengguna untuk membandingkan berbagai produk atau layanan keuangan, seperti asuransi, kredit, atau investasi.

5) *Digital payment system*

Digital payment system memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara elektronik, baik melalui aplikasi mobile, dompet digital, transfer elektronik, atau pembayaran berbasis *QR code*.

a. Faktor-Faktor yang Memengaruhi *Fintech*

Marpaung dkk. (2021) menyatakan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi *fintech*, yaitu:

1) Perkembangan teknologi

Kemajuan teknologi menjadi landasan utama dalam industri *fintech*. Seseorang harus beradaptasi mengikuti alur perkembangan teknologi agar tidak tertinggal.

2) Minat konsumen

Ketertarikan konsumen terhadap layanan *fintech* terus meningkat karena *fintech* menawarkan kemudahan dan kecepatan akses sehingga menarik minat konsumen untuk menggunakannya.

3) Kenyamanan

Fintech juga menawarkan kenyamanan, konsumen dapat melakukan transaksi tanpa harus pergi ke bank. Kenyamanan tersebut menjadi daya tarik dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

b. Indikator *Financial Technology*

Betharini & Sungkono (2023) mengemukakan bahwa indikator *fintech* sebagai berikut:

1) Kepercayaan

Kepercayaan menjadi kunci dalam industri *fintech*, karena sifatnya yang berbasis teknologi dan sering kali melibatkan transaksi berskala besar maupun kecil. Kepercayaan ini menjadi dasar bagi pengguna untuk merasa nyaman dan yakin saat menggunakan layanan *fintech*.

2) Kegunaan

Kegunaan dalam *fintech* mengacu pada manfaat konkret yang dirasakan pengguna ketika mereka menggunakan layanan atau aplikasi berbasis teknologi finansial.

3) Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa mudah teknologi tersebut dapat diakses, dipahami, dan digunakan oleh pengguna dari berbagai latar belakang, termasuk mereka yang mungkin tidak terlalu mahir dalam menggunakan teknologi.

E. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli atau menggunakan barang dan jasa tanpa pertimbangan yang rasional. Astuti (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang secara tidak rasional. Membeli barang tanpa pertimbangan yang matang, sehingga barang yang dibeli sebenarnya tidak dibutuhkan dan hanya ingin mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Kemudian, Kurniawan (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk mengkonsumsi, menggunakan, atau memakai sesuatu secara berlebihan ditandai dengan mendahulukan keinginan dibandingkan kebutuhan serta mengabaikan skala prioritas dalam mengambil keputusan. Selanjutnya, Suyasa & Fransisca (2005) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merujuk pada tindakan seseorang dalam membeli barang yang tidak hanya

untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga digunakan secara berlebihan. Hal ini dapat menyebabkan pemborosan serta ketidakefisienan dalam pengeluaran keuangan. Kemudian, Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan menggunakan produk secara tidak maksimal, dimana seseorang belum selesai menggunakan produk tertentu namun sudah beralih ke produk sejenis dari merek lain. Selain itu, perilaku ini juga meliputi pembelian barang hanya karena tertarik pada hadiah yang disertakan atau karena banyak orang lain menggunakan barang tersebut.

a. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Konsumtif

Kotler & Armstrong (2012) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, yaitu:

1) Faktor budaya

a) Budaya

Budaya merujuk pada nilai-nilai, norma, kepercayaan, serta cara hidup yang diikuti oleh seseorang dalam suatu kelompok memengaruhi perilaku pembelian mereka.

b) Sub budaya

Sub budaya mencakup agama, etnis, serta wilayah geografis yang membentuk pola pasar unik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif kelompok.

c) Kelas sosial

Setiap kelas sosial memiliki pola konsumsi yang berbeda berdasarkan lingkungan, pekerjaan, serta pendidikan. Tingkat

sosial menentukan jenis barang dan jasa yang dianggap pantas sesuai dengan kelompok mereka.

2) Faktor sosial

a) Grup dan jejaring sosial

Kelompok sosial seperti teman, kolega, serta komunitas tertentu dapat memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian seseorang melalui *tren* yang diikuti bersama.

b) Keluarga

Keluarga juga memiliki pengaruh terhadap pola konsumtif seseorang karena nilai-nilai dan kebiasaan konsumsi mereka akan diturunkan dari generasi ke generasi.

c) Peran dan status

Peran dan status yang dimiliki individu dalam kehidupan akan menentukan kebutuhan sesuai dengan preferensi konsumsi mereka.

d) Faktor pribadi

1) Pekerjaan

Pekerjaan memengaruhi jenis produk barang dan jasa yang dibutuhkan individu sesuai dengan bidang yang mereka jalani.

2) Usia dan tahap kehidupan

Usia dan tahap kehidupan memengaruhi perilaku konsumtif individu. Masa muda, dewasa maupun masa tua memiliki perilaku yang berbeda sesuai dengan kebutuhan.

3) Situasi ekonomi

Situasi ekonomi merujuk pada pendapatan, tabungan, dan status ekonomi memengaruhi daya beli dan perilaku konsumtif individu.

4) Gaya hidup

Gaya hidup mencerminkan pola aktivitas, minat, dan pendapatan seseorang yang memengaruhi preferensinya terhadap suatu barang atau jasa tertentu.

5) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian dan konsep diri individu dapat memengaruhi selera dan pilihan produk yang dianggap sesuai dengan dirinya.

e) Faktor psikologis

1) Motivasi

Motivasi merupakan dorongan individu untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan.

2) Persepsi

Persepsi seseorang terhadap suatu produk berdasarkan informasi yang diperoleh akan memengaruhi minat mereka terhadap produk tersebut.

3) Pembelajaran

Pengalaman masa lalu dan pembelajaran masa kini akan membentuk preferensi seseorang untuk menentukan keputusan pembelian.

4) Keyakinan dan sikap

Keyakinan dan sikap yang dimiliki seseorang terhadap merek atau produk tertentu dapat mendorong atau menghalangi keputusan pembelian.

b. Indikator Perilaku Konsumtif

Puteri dkk. (2022) menjelaskan bahwa indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

1) Pembelian implusif

Perilaku ini sering dipicu oleh emosi, promosi, diskon besar, atau tampilan produk yang menarik. Seseorang biasanya tidak memikirkan kebutuhan sebenarnya, melainkan hanya merespon dorongan sesaat.

2) Pembelian berlebihan

Pembelian berlebihan sering terjadi karena pengaruh gaya hidup, tekanan sosial, atau dorongan untuk memenuhi keinginan, bukan

karena kebutuhan. Hal ini dapat menyebabkan pemborosan sumber daya, baik dari segi uang maupun barang yang akhirnya tidak digunakan.

3) Pembelian tidak rasional

Mengacu pada perilaku membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhan, logika, atau kemampuan finansial. Biasanya keputusan ini didasarkan pada faktor emosional, *tren*, atau keinginan untuk menunjukkan status sosial tanpa mempertimbangkan manfaat atau relevansi barang yang dibeli.

F. Generasi Z

Generasi Z dikenal sebagai "*digital natives*", generasi yang sejak lahir telah terbiasa dengan teknologi digital. Mereka menunjukkan ketergantungan tinggi pada perangkat digital dan memiliki preferensi kuat untuk komunikasi melalui media *online* dibandingkan interaksi langsung. Wijoyo dkk. (2020) menjelaskan generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, seperti:

1. Fasih teknologi

Generasi ini lahir ketika teknologi digital dan internet berkembang pesat. Mereka mahir dalam memanfaatkan media sosial, aplikasi digital, serta perangkat lunak untuk kebutuhan sehari-hari, mulai dari hiburan, belajar, hingga pekerjaan.

2. Sosial

Pendekatan mereka terhadap komunikasi dan interaksi sosial cukup tinggi. Mereka terhubung satu dengan yang lain secara *online* melalui platform sosial seperti instagram, X, tiktok, dan facebook. Meskipun interaksi sosial dilakukan secara digital, mereka tetap saling mendukung satu sama lain.

3. Ekspresif

Generasi ini ekspresif dalam menyuarakan identitas dan pandangan. Mereka tidak ragu untuk berbicara mengenai minat, opini, nilai, serta pandangan hidup yang mereka ikuti, baik secara langsung maupun melalui platform digital.

4. *Multitasking*

Generasi ini memiliki kemampuan multitasking. Mereka mampu mengerjakan beberapa tugas sekaligus atau berpindah dari satu aktivitas ke aktivitas lainnya dengan cepat.

5. *Fast switcher*

Mereka terbiasa dengan informasi yang cepat dan instan, sehingga jika satu hal tidak menarik atau tidak relevan, mereka dapat beralih ke hal lain dengan cepat. Hal ini membuat mereka memiliki rentang perhatian yang lebih singkat, namun sangat responsif terhadap perubahan dan *tren* baru.

6. Senang berbagi

Generasi ini senang berbagi mengenai informasi, pengalaman, dan momen hidup mereka dengan orang lain, terutama melalui platform digital. Kecenderungan ini memperlihatkan bahwa mereka lebih terbuka dalam berbagi pengalaman dan merasa nyaman dengan adanya komunitas.



G. Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu dengan variabel Literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology*.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Alfiyansyah dkk. (2024)	<i>E-commerce</i> , Literasi Keuangan, Literasi Digital, Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Variabel <i>e-commerce</i> , berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi, sedangkan literasi keuangan, dan literasi digital berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa akuntansi.
2	Mursalim dkk. (2024)	Literasi Keuangan, <i>Fintech Digital Payment</i> , Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, <i>fintech digital payment</i> dan gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3	Pratama & Oktapiani (2023)	<i>Fintech Payment</i> , <i>Financial Literacy</i> , <i>Life Style</i> , Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	<i>Fintech Payment</i> , <i>Financial Literacy</i> , dan <i>Life Style</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Tabel 1. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
4	Azizah & Andriansyah (2024)	Literasi Digital, Media Sosial Instagram	Kuantitatif	Literasi digital dan media sosial instagram berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
5	Gunawan (2023)	<i>Financial Literacy, Financial Technology Payment, Consumptive behavior</i>	Kuantitatif	Literasi keuangan dan pembayaran <i>fintech</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
6	Timung dkk. (2023)	Gaya Hidup, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan literasi keuangan tidak berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
7	Kuswanto dkk. (2024)	<i>Financial Technology, Manajemen Keuangan, Perilaku Konsumtif</i>	Kuantitatif	Berdasarkan analisis menunjukkan variabel <i>financial technology</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Variabel manajemen keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif.
8	Mahanani (2025)	Literasi Digital, Gaya Hidup,	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan literasi digital

Tabel 1. Penelitian terdahulu (lanjutan)

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Variabel	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>E-commerce</i> , Perilaku Konsumtif		berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan <i>e-commerce</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif.
9	Oktaviani dkk. (2023)	<i>E-commerce</i> , <i>Financial Technology</i> , Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa <i>e-commerce</i> dan <i>financial technology</i> baik secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.
10	Akbar dkk. (2023)	Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan, Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dan pengelolaan keuangan tidak terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

H. Perumusan Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian, yang sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Choerudin dkk. (2023) menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan kemampuan yang mencakup pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola berbagai aspek keuangan secara efektif. Memiliki literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan keuangan yang bijaksana serta mengantisipasi risiko keuangan dimasa depan. Sementara itu, Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku seseorang dalam membelanjakan uang tanpa didasari keputusan yang rasional. Perilaku ini sering melibatkan pembelian barang atau jasa hanya karena daya tarik emosional, *tren*, atau dorongan sesaat, bukan karena kebutuhan mendesak.

Seseorang yang memiliki literasi keuangan yang baik dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga mereka akan memiliki perencanaan dalam membeli sebuah produk berdasarkan prioritas yang logis dan bukan karena dorongan emosional, misalnya melakukan pembelian secara tidak terduga (Nurjannah dkk., 2025). Pemahaman yang mendalam mengenai konsep-konsep keuangan, seperti anggaran, tabungan, dan investasi, membuat seseorang akan

selektif dalam menggunakan uang (Qurotaa'yun & Krisnawati, 2019). Semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif dan lebih berfokus pada pengeluaran yang produktif dan bermanfaat dalam jangka panjang.

Generasi Z tumbuh di era teknologi dan media sosial, sering kali mengalami dorongan konsumtif yang tinggi karena mudahnya akses informasi dan *tren* produk terbaru. Generasi Z yang memiliki pemahaman kuat mengenai konsep keuangan, seperti pengelolaan anggaran, tabungan, dan investasi, akan lebih mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan (Putri dkk., 2024). Literasi keuangan yang baik membuat generasi ini akan memiliki kesadaran lebih tinggi tentang pentingnya menabung, merencanakan pengeluaran, dan mengelola uang untuk mencapai tujuan keuangan jangka panjang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Alfiansyah dkk. (2024) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan di atas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Literasi keuangan berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif.

2. Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi digital merupakan kemampuan individu dalam memahami serta menggunakan teknologi digital secara efektif dan bertanggungjawab dalam mencari informasi (Naufal, 2021). Literasi

digital juga mencakup pemahaman tentang keamanan *online*, etika dalam menggunakan teknologi, dan keterampilan berpikir kritis dalam menerima informasi. Sementara itu, perilaku konsumtif merupakan tindakan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi keinginan tanpa pertimbangan yang matang (Nadhifah dkk., 2024). Perilaku ini didorong oleh pengaruh sosial, iklan, dan *tren* yang banyak ditemui di media digital.

Seseorang yang memiliki literasi digital yang baik, dapat mengakses informasi mengenai sebuah produk dan layanan melalui internet dengan mudah (Dewi, 2022). Informasi yang diakses dapat berupa ulasan produk, perbandingan harga, serta promosi yang menarik. Literasi digital dapat membantu dalam menyaring informasi dengan lebih kritis, memastikan keandalan sumber, dan memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka sehingga dapat menekan dorongan dalam berperilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki literasi digital yang tinggi, mudah terpengaruh oleh iklan atau *tren* konsumsi yang muncul di media sosial, sehingga mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan (Azizah & Andriansyah, 2024).

Generasi Z merupakan generasi yang dekat dengan dunia digital, tumbuh dengan akses luas ke media sosial, iklan *online*, dan *tren* produk yang terus berkembang. Kondisi ini membuat mereka sering terpapar oleh pengaruh sosial dan iklan digital, yang berpotensi mendorong perilaku konsumtif. Literasi digital yang baik dapat

berperan sebagai pengendali mereka dalam membuat keputusan konsumsi yang lebih bijaksana. Generasi Z dengan literasi digital tinggi mampu memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif, seperti mencari ulasan produk, membandingkan harga, dan menilai kualitas produk berdasarkan informasi yang terpercaya (Jalantina & Minarsih, 2025). Ini membuat mereka lebih kritis terhadap iklan dan tidak mudah terpengaruh oleh *tren* konsumtif. Literasi digital yang tinggi juga dapat meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif karena mereka lebih mudah mengakses layanan digital yang lebih dalam sehingga mudah tergiur oleh promosi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Azizah & Andriansyah (2024) menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan di atas dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Literasi digital berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif.

3. Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif

Fintech bukan hal yang baru dalam kehidupan, khususnya bagi generasi Z sebagai generasi muda. *Fintech* merupakan integrasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari cara konvensional menjadi *modern*, yang sebelumnya transaksi harus dilakukan secara langsung dengan membawa uang tunai, kini transaksi dapat dilakukan melalui jarak jauh hanya dalam hitungan detik (Arner

dkk., 2015). Sementara itu, Astuti (2013) menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang secara tidak rasional. Keputusan pembelian tersebut dipengaruhi oleh dorongan emosional, gaya hidup, atau pengaruh sosial daripada kebutuhan yang sesungguhnya. Fenomena ini mencerminkan suatu pola dimana individu menghabiskan uang untuk hal-hal yang tidak memiliki nilai guna jangka panjang, melainkan hanya untuk mengikuti keinginan atau demi gengsi.

Fintech menawarkan kemudahan akses seperti, layanan pembayaran digital, kredit *online*, dan investasi berbasis aplikasi, sehingga masyarakat terdorong untuk melakukan transaksi secara cepat dan instan (Junitasari dkk., 2023). Kemudahan ini meminimalisir hambatan dalam bertransaksi, sehingga banyak orang mudah tertarik dalam membeli produk atau layanan meski tanpa perencanaan yang matang. Fitur seperti penawaran promosi, diskon, dan *cashback* yang ditawarkan *fintech* membuat seseorang lebih sering berbelanja untuk mendapatkan keuntungan tersebut. Dalam jangka panjang, jika tidak diimbangi dengan kesadaran finansial yang baik, pengguna *fintech* dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan karena tidak dapat mengendalikan diri.

Fintech memengaruhi perilaku konsumtif pada generasi Z yang dikenal sebagai generasi paling melekat dengan teknologi. Generasi ini tumbuh di tengah perkembangan pesat digitalisasi, termasuk layanan

fintech yang mudah diakses melalui *smartphone*. Melalui fitur-fitur seperti pembayaran digital, pinjaman *online* cepat, dan dompet digital, generasi ini memiliki kenyamanan yang luar biasa dalam melakukan transaksi secara instan. Selain itu, kehadiran *e-wallet* sebagai bagian dari *fintech* semakin mempermudah transaksi digital, membuat pembayaran lebih praktis dan cepat. *E-wallet* sering menawarkan promo, *cashback*, dan program loyalitas yang menarik minat belanja mereka, sehingga generasi ini cenderung impulsif dan mudah terpengaruh untuk melakukan pembelian (Cahya dkk., 2024). Akibatnya *fintech* mendorong perilaku konsumtif pada generasi Z, terutama jika tidak diiringi dengan pertimbangan finansial yang matang. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ranupadma & Kurniawati (2024) menunjukkan bahwa *fintech* berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Financial Technology* berpengaruh positif terhadap Perilaku Konsumtif.

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan metode analisis deskriptif. Menurut Sugiyono (2014) pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berfokus pada populasi atau sampel tertentu, berlandaskan filsafat positivisme yang menyatakan bahwa fenomena, gejala, dan realitas dapat diamati, diukur, serta diklasifikasikan. Pendekatan ini mengumpulkan data melalui instrumen penelitian dan menganalisisnya secara statistik atau kuantitatif untuk memberikan gambaran serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya, hasilnya akan dijadikan dasar untuk mendukung atau menolak hipotesis tentang pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z.

B. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Maret tahun 2025.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan sumber data yang dapat memberikan data atau informasi untuk kegiatan penelitian (Suharso, 2009). Pada penelitian ini, yang akan menjadi subjek penelitian adalah generasi Z yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu sumber data yang secara langsung menyediakan informasi kepada pihak yang mengumpulkan data (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, data dikumpulkan melalui jawaban dari kuesioner yang telah dibagikan kepada generasi Z yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta melalui *link google form*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner *link google form* kepada responden. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2014).

Pada penelitian ini, kuesioner yang disebarkan kepada responden menggunakan teknik *skala likert*. Teknik ini merupakan teknik yang digunakan untuk menilai sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok terhadap suatu fenomena sosial (Sugiyono, 2014). Penelitian ini dilakukan menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan skor sebagai berikut:

Tabel 2. *Skala Likert*

Singkatan	Arti	Skor
SS	Sangat Setuju	5
ST	Setuju	4
N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Sugiyono (2014)

F. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang meliputi subjek atau objek dengan jumlah dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dianalisis serta dijadikan dasar dalam menarik kesimpulan (Sugiyono, 2014). Populasi pada penelitian ini yaitu generasi Z yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan total 835.000 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2020).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu. Ketika ukuran populasi tersebut terlalu besar dan tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan, peneliti dapat memilih sampel sebagai representasi dari populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Pada penelitian ini, teknik yang digunakan adalah *non probability sampling*, yang menurut Sugiyono (2014) merupakan metode pengambilan sampel yang setiap elemen atau anggota populasi tidak memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk terpilih.

Teknik yang digunakan adalah *snowball sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dari jumlah yang kecil kemudian berkembang menjadi besar (Sugiyono, 2014). Adapun kriteria sampel pada penelitian ini yaitu:

- a. Generasi Z yang dengan rentang usia 12 tahun hingga 27 tahun.
- b. Berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada penelitian ini rumus *slovin* digunakan untuk menentukan berapa jumlah sampel yang dapat digunakan, dengan tingkat kesalahan 10%. Berikut adalah rumus *slovin* (Santoso, 2015) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel

Dalam penelitian ini, jumlah populasi yang digunakan adalah 835.000 orang. Tingkat toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10% dan hasil perhitungan akan dibulatkan agar mencapai kesesuaian.

Oleh karena itu, sampel penelitian dapat ditentukan sebagai berikut:

$$n = \frac{835.000}{1 + 835.000 (0,01)^2} = 99,86$$

Oleh karena itu, dari perhitungan tersebut jumlah sampel minimal yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang.

G. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014), variabel penelitian adalah segala sesuatu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk diamati atau dianalisis. Hal tersebut dapat berupa apa saja yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang relevan, sehingga dapat digunakan untuk menarik kesimpulan penelitian.

Adapun variabel-variabel yang digunakan untuk melakukan penelitian ini, yaitu:

Tabel 3. Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
Literasi Keuangan	Kartini & Mashudi (2022) literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola berbagai macam konsep keuangan secara efektif, seperti pengelolaan pemasukan dan pengeluaran.	1. Perilaku 2. Keterampilan 3. Pengetahuan 4. Sikap Sumber: (Bongomin dkk., 2016).	1. Saya selalu menyisihkan uang saya untuk keadaan darurat. 2. Saya selalu menabung secara teratur. 3. Saya selalu mengatur anggaran keuangan saya sendiri. 4. Saya selalu aktif dalam segala jenis kegiatan investasi setiap bulan.

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
			5. Saya mempunyai kemampuan untuk menghitung laba dan rugi dari transaksi keuangan. 6. Saya memiliki kemampuan untuk mengalokasikan anggaran pribadi saya. 7. Saya memiliki kemampuan luar biasa dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. 8. Saya selalu tertarik pada berita mengenai informasi keuangan. Sumber: (Utami & Sitanggang, 2021).
Literasi Digital	Restianty (2018) literasi digital merupakan kemampuan individu untuk menggunakan teknologi digital secara tepat untuk mengidentifikasi, mengelola dan memanfaatkan informasi secara efektif.	1. <i>Internet searching</i> 2. <i>Content evaluation</i> 3. <i>Hypertextual navigation</i> 4. <i>Knowledge assembly</i> Sumber: Gilster (1997) dalam Zaenudin dkk. (2020).	1. Saya mengakses informasi di internet melalui <i>smartphone</i>. 2. Saya mengakses informasi di internet melalui laptop/komputer.

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
			3. Saya sering menggunakan internet untuk mencari berbagai informasi. 4. Saya dapat mencari berbagai informasi melalui web browser (mozilla, google, dan opera). 5. Saya mencari informasi di internet selalu memperhatikan <i>bandwitch</i> (koneksi internet) di smartphone. 6. Saya selalu memverifikasi setiap informasi yang saya dapat dari media internet, untuk menghindari informasi hoax. 7. Saya selalu menanyakan pada teman, orang tua, atau guru mengenai kebenaran informasi yang saya dapatkan.

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
			8. Saya sering menghabiskan waktu untuk mencari informasi di internet agar mendapatkan informasi yang lebih dalam. 9. Saya mencari sumber informasi dari situs resmi (.com, .net, dll) dan portal berita online. 10. Sebelum saya menyebarkan informasi saya selalu memastikan kalimat yang saya gunakan mudah dimengerti orang lain. 11. Saya terkadang menyertakan gambar atau video saat menyebarkan informasi kepada teman, orang tua, dan kerabat lainnya agar informasi lebih dipercayai saat diterima. Sumber: (Zaenudin dkk., 2020)

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
<i>Financial technology</i>	Arner dkk. (2015) <i>financial technology</i> merupakan integrasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah model bisnis dari cara konvensional menjadi <i>modern</i> .	1. Kepercayaan 2. Kegunaan 3. Kemudahan penggunaan Sumber: (Betharini & Sungkono, 2023)	1. Saya yakin pada kemampuan <i>fintech payment</i> untuk melindungi privasi saya. 2. Layanan <i>fintech payment</i> memenuhi layanan yang dijanjikan (mudah, aman, dan cepat). 3. Secara keseluruhan saya puas melakukan transaksi dengan <i>fintech payment</i> . 4. Saya percaya ketika saya menggunakan layanan <i>fintech payment</i> akan memungkinkan saya untuk membayar lebih cepat. 5. <i>Fintech payment</i> dapat diakses kapanpun dan dimanapun. 6. <i>Fintech payment</i> membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran.

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
			7. Saya rasa <i>fintech payment</i> sangat mudah digunakan. 8. Aplikasi <i>fintech payment</i> sangat mudah dioperasikan sehingga saya tidak merasa kesulitan. 9. Tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara penggunaan <i>fintech payment</i>. Sumber: (Betharini & Sungkono, 2023)
Perilaku konsumtif	Astuti (2013) perilaku konsumtif merupakan kecenderungan seseorang untuk membeli atau menggunakan barang secara tidak rasional.	1. Pembelian implusif 2. Pembelian berlebihan 3. Pembelian tidak rasional Sumber: (Puteri dkk., 2022).	1. Pertimbangkan kebutuhan anda sebelum berbelanja. 2. Saya tidak langsung membeli barang saat pertama kali melihatnya. 3. Saya tidak ingin mengeluarkan uang terlalu banyak. 4. Pengendalian diri dalam membeli sesuatu sangatlah penting.

Tabel 3. Variabel Penelitian (lanjutan)

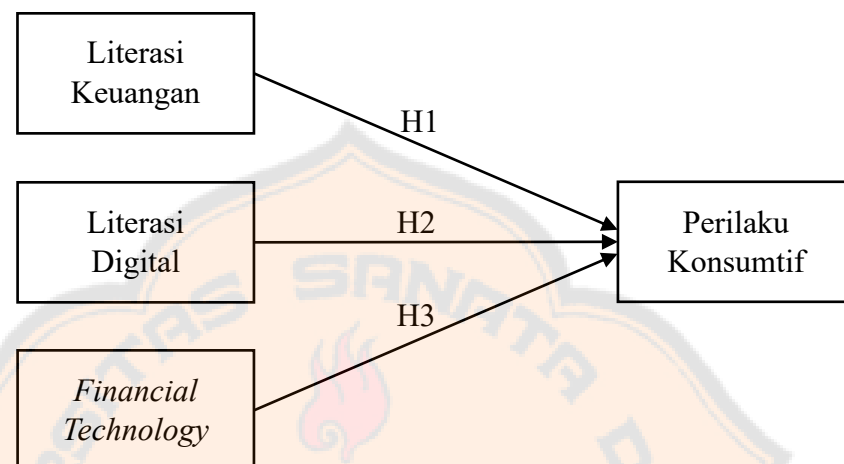
Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Pernyataan
			5. Saya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan hanya untuk bersenang-senang. 6. Saya memanfaatkan uang saku dengan sebaik-baiknya. Sumber: (Puteri dkk., 2022).

H. Model Penelitian

Literasi keuangan dapat menjadi pedoman seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan pribadi, termasuk dalam pengambilan keputusan yang bijak. Individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan, semakin rendah perilaku konsumtif. Selanjutnya, literasi digital yang tinggi dapat membantu individu dalam mencari informasi sebelum berbelanja, membandingkan harga, serta memahami konsekuensi dari transaksi digital. Semakin tinggi literasi digital, semakin rasional dalam berbelanja, sehingga dapat menghindari perilaku konsumtif.

Keberadaan *fintech* mempermudah akses terhadap transaksi keuangan, yang dapat meningkatkan atau menekan perilaku konsumtif, tergantung

pada penggunaannya. Oleh karena itu, kemudahan transaksi digital melalui layanan *fintech* dapat meningkatkan perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya.



Gambar II. Model penelitian yang diusulkan oleh peneliti

Sumber: Aurelia dkk., (2024); Karimah dkk., (2022);
Oktaviani dkk., (2023)

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah jenis statistik yang bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan atau mendeskripsikan data sesuai dengan kondisi yang ada, tanpa bermaksud membuat kesimpulan umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014). Dalam penerapannya, data dapat disajikan melalui berbagai macam metode, seperti tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, serta perhitungan ukuran tendensi sentral seperti desil, persentil, rata-rata, standar deviasi, dan presentase. Selain itu, statistik deskriptif memungkinkan analisis hubungan antar variabel melalui korelasi, prediksi

menggunakan regresi, serta perbandingan antara dua rata-rata atau lebih tanpa memerlukan uji signifikanisasi.

2. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen ini dilakukan untuk mengukur nilai variabel penelitian agar dapat menghasilkan data kuantitatif yang akurat.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner memenuhi kriteria kelayakan atau validitas. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan yang disusun mampu mengungkap secara akurat apa yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2021).

Dalam konteks ini, jika nilai R_{hitung} lebih besar daripada R_{tabel} , maka setiap butir pertanyaan dalam instrumen dianggap valid. Sebaliknya, setiap butir pertanyaan yang tidak valid harus dihapus karena tidak dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2014), digunakan untuk menilai konsistensi data, dimana sebuah instrumen dianggap variabel jika mampu menghasilkan data yang sama secara konsisten saat digunakan untuk mengukur objek yang sama berulang kali. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*.

Rumus:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Keterangan:

α = Koefisien *Alpha*

k = Total pertanyaan valid

$\sum \sigma_i^2$ = Total varian butir

σ_x^2 = Varian Total

Menurut Ghozali (2021) kriteria penilaian reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut:

- a. Pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60.
 - b. Pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel dianggap tidak reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* kurang dari 0,60.
3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data yang diperoleh memiliki distribusi normal, sehingga dapat digunakan metode statistik yang sesuai. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut kriteria menurut Ghozali (2021) untuk menguji normalitas tersebut:

- a. Keputusan hasil uji dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$.

- b. Keputusan hasil uji dinyatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $< 0,05$.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2021). Model regresi yang ideal tidak memiliki korelasi diantara variabel independen, sehingga pengujian ini penting untuk memastikan keandalan model. Uji ini dilakukan dengan menggunakan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Pedoman pengambilan keputusan menurut Ghozali (2021) adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan nilai VIF ≥ 10 , maka terdapat indikasi multikolinearitas.
- b) Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka tidak terdapat indikasi multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mendeteksi apakah terdapat perbedaan variansi residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Ketidaksesuaian variansi ini dapat menyebabkan hasil analisis menjadi kurang akurat. Salah satu cara untuk mengidentifikasi keberadaan heteroskedastisitas adalah melalui analisis *scatterplot*,

yang membantu melihat pola penyebaran data residual (Ghozali, 2021).

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sinambela & Sinambela (2021), metode analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, analisis ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel X memengaruhi variabel Y. Berikut adalah rumus untuk regresi linier berganda:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

Keterangan:

X_1 = Variabel bebas (literasi keuangan)

X_2 = Variabel bebas (literasi digital)

X_3 = Variabel bebas (*financial technology*)

Y = Variabel terikat (perilaku konsumtif)

a = Bilangan konstanta

b = Koefisien regresi

b. Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Proses pengambilan keputusan dalam uji ini menggunakan uji F dengan membandingkan nilai signifikansi

pada tingkat 0,05. Jika nilai signifikansi yang diperoleh $\leq 0,05$, maka hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_o) ditolak, yang menunjukkan bahwa variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen (Sinambela & Sinambela, 2021).

c. Uji t

Pengujian hipotesis secara parsial adalah metode yang digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel independen secara individu (parsial) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen Sinambela & Sinambela (2021). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% atau 0,05. Ketentuan yang digunakan adalah jika nilai signifikansi dari variabel independen lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien ini berkisar antara nol hingga satu. Koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen hanya memberikan sedikit informasi dalam memprediksi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa variabel independen

hampir sepenuhnya menjelaskan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2021).



BAB IV

GAMBARAN UMUM GENERASI Z

A. Generasi Z

Generasi Z lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai kelompok yang terbuka terhadap berbagai isu, menghargai multikulturalisme, dan beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi. Generasi Z cenderung inklusif dalam hal identitas gender dan keragaman budaya, yang membuat mereka menonjol dibandingkan generasi lainnya. Selain itu, mereka cenderung mencari pekerjaan yang sesuai dengan nilai-nilai pribadi mereka. Sejak kecil, generasi ini telah akrab dengan perangkat digital, sehingga memiliki ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dan lebih menyukai komunikasi melalui media *online* daripada interaksi secara langsung.

B. Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang kaya akan budaya dan warisan sejarah. Saat ini jumlah populasi generasi Z yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta berjumlah 835.000 jiwa berdasarkan hasil sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada tahun 2020. Meskipun mereka tumbuh di era digital dan akrab dengan teknologi, mereka tetap menjunjung tinggi nilai-nilai tradisional serta adat istiadat khas Yogyakarta. Generasi ini menyeimbangkan antara modernitas dan kearifan lokal dengan mengintegrasikan teknologi dalam kehidupan sehari-hari tanpa meninggalkan penghormatan terhadap budaya. Berikut

data populasi generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta berdasarkan sensus penduduk tahun 2020 oleh Badan Pusat Statistik.

Tabel 4. Data Populasi Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta

Nama Kabupaten/Kota	Laki-laki	Perempuan	Total
Kulon Progo	50.092	47.675	97.764
Gunung Kidul	81.293	76.418	157.711
Bantul	114.028	109.450	223.478
Sleman	135.997	129.283	265.280
Yogyakarta	45.724	45.043	90.767
Total	427.134	407.866	835.000

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020)

C. Generasi Z Responden Penelitian

Generasi Z yang digunakan sebagai responden penelitian ini merupakan sampel dari seluruh Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebanyak 200 orang generasi Z terbagi menjadi 144 orang perempuan dan 56 orang laki-laki digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Partisipasi responden terbanyak dalam penelitian ini berasal dari Kabupaten Sleman yakni sebanyak 70 orang dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang dan laki-laki sebanyak 30 orang, sekaligus menjadi responden laki-laki terbanyak diantara kota/kabupaten lainnya. Sebagian besar responden mahasiswa menempuh pendidikan di Universitas Sanata Dharma. Di sisi lain, responden yang bekerja rata-rata bekerja pada bidang kuliner. Berikut sebaran responden berdasarkan institusi.

Tabel 5. Data Responden Generasi Z Berdasarkan Institusi

No.	Institusi	Jumlah
1	Universitas Sanata Dharma	38
2	Universitas Gadjah Mada	22
3	Universitas Negeri Yogyakarta	16

Tabel 5. Data Responden Generasi Z Berdasarkan Institusi (lanjutan)

No.	Institusi	Jumlah
4	UPN Veteran Yogyakarta	11
5	Universitas Ahmad Dahlan	9
6	Universitas Teknologi Yogyakarta	6
7	Universitas Amikom Yogyakarta	5
8	UIN Sunan Kalijaga	5
9	Universitas Islam Indonesia	4
10	Universitas Jendral Achmad Yani	1
11	STEI Hamfara Yogyakarta	1
12	STIE Isti Ekatana Upaweda Yogyakarta	1
13	Warmindo	4
14	Gojek	3
15	Alfamart	2
16	Es Teh AW	2
17	Fremilt-O	2
18	Kebab Arabian	2
19	Kedai Bakaran	2
20	Kedai Kopi Kesayangan	1
21	Kings Kebab	2
22	Mie Ayam Wonogiri	2
23	Mixue Blok O	2
24	Point Coffe	2
25	ShopeeFood	2
26	Soto Seger	2
27	Sri Rejeki Mart	2
28	Street Coffe	2
29	Toska Coffe	2
30	Trilogi Coffe	1
31	Wayah Dimsum	2
32	Analog Godean	1
33	Bening Clinic	1
34	Hayspace Coffe	1
35	Kedai Kopiku	1
36	Kopi Roastery	1
37	Kopirite	1
38	Mixue Piyungan	1
39	Morgans Kebab	1
40	Odillo Coffe	1
41	PT SemestaNustra Distrindo	1
42	RM Mie Ayam	1
43	Ropang Village	1
44	RM Padang	1
45	SCBD Coffe	1

Tabel 5. Data Responden Generasi Z Berdasarkan Institusi (lanjutan)

No.	Institusi	Jumlah
46	Seblak Vien	1
47	Serasi Kopi	1
48	Sticky Milk	1
49	Teh Poci	1
50	Urban Parfum Point	1
51	Victor Snack	1
Total		178

Sumber: Data Primer Diolah (2025)



BAB V ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dari bulan Januari hingga Maret tahun 2025. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* melalui *link google form*. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Generasi Z di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang menggunakan layanan *fintech payment* seperti OVO, GoPay, DANA, LinkAja, ShopeePay. Berikut merupakan hasil data responden yang terkumpul, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 6. Data Hasil Responden

Keterangan	Jumlah	Presentase (%)
Responden terkumpul	243	100
Responden dapat diolah	178	73,3
Responden tidak dapat diolah	65	26,7

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner tersebut, diperoleh sebanyak 243 responden yang telah mengisi. Terdapat 178 responden yang dapat diolah dan sebanyak 65 responden tidak dapat diolah karena tidak memenuhi persyaratan. Data responden tersebut akan dikelompokkan berdasarkan kategori jenis kelamin, usia, domisili, status pekerjaan dan dominasi penggunaan *e-wallet*.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori jenis kelamin, responden terbanyak dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 132 orang atau 74%, selanjutnya responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 46 orang atau 26%. Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini dan telah diolah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 7. Data Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Laki-laki	46	26
Perempuan	132	74
Total	178	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 7. menunjukkan hasil bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan. Hal tersebut menunjukkan partisipasi perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki dalam pengisian kuesioner.

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Kategori usia dibagi menjadi 5 kelompok usia, yaitu 12-15 tahun, 16-18 tahun, 19-21 tahun, 22-24 tahun, dan 25-27 tahun. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dan telah diolah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 8. Data Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
12 – 15 Tahun	0	0
16 – 18 Tahun	3	1,5
19 – 21 Tahun	96	54
22 – 24 Tahun	70	39,5
25 – 27 Tahun	9	5
Total	178	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 8. menunjukkan hasil bahwa jumlah responden tertinggi berusia 19-21 tahun berjumlah 96 orang atau 54%, lalu diikuti usia 22-24 tahun berjumlah 70 orang atau 39,5%. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 19-21 tahun lebih banyak dibandingkan responden lainnya.

3. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Kategori domisili terdapat 5 pembagian wilayah yaitu Kota Yogyakarta, Kabupaten Sleman, Kabupaten Bantul, Kabupaten Kulon Progo, dan Kabupaten Gunung Kidul. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dan telah diolah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9. Data Jumlah Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Kota Yogyakarta	52	29,5
Kab. Sleman	56	31,5
Kab. Bantul	42	24,5
Kab. Gunung Kidul	11	5
Kab. Kulon Progo	17	9,5
Total	178	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 9. menunjukkan bahwa jumlah responden tertinggi berasal dari Kabupaten Sleman yakni berjumlah 56 orang atau 31,5%. Selanjutnya responden di Kota Yogyakarta berjumlah 52 orang atau 29,5%. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang berasal dari Kabupaten Sleman memiliki partisipasi yang tinggi dibandingkan responden dari domisili lain.

4. Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Dalam kategori status pekerjaan dibagi menjadi dua kelompok yaitu mahasiswa dan bekerja. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia dalam penelitian ini dan telah diolah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 10. Data Jumlah Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Status Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
Mahasiswa	119	66,5
Bekerja	59	33,5
Total	178	100

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 10. menunjukkan hasil bahwa jumlah responden yang bekerja sebanyak 59 orang dengan presentase 31,5%, kemudian responden yang berasal dari mahasiswa sebanyak 119 orang dengan presentase 66,5%. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa lebih banyak dibandingkan responden yang bekerja.

5. Deskripsi Responden Berdasarkan *e-wallet*

Dalam kategori *e-wallet* dibagi menjadi 5 bagian berdasarkan *e-wallet* yang digunakan, yaitu ShopeePay, GoPay, LinkAja, DANA, dan OVO. Berikut data responden berdasarkan penggunaan *e-wallet* dalam penelitian ini dan telah diolah, dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 11. Data Jumlah Responden Berdasarkan *E-wallet*

<i>E-wallet</i>	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
ShopeePay	145	81
GoPay	114	64
LinkAja	16	9
DANA	106	59
OVO	64	36

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 11. menunjukkan hasil bahwa *e-wallet* tertinggi yang digunakan oleh responden adalah ShopeePay dengan jumlah 145 orang atau 81%, lalu diikuti oleh responden yang menggunakan GoPay berjumlah 114 orang atau 64%, Dari data tersebut, dapat disimpulkan *e-wallet* ShopeePay paling banyak digunakan dibandingkan *e-wallet* lainnya.

B. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan pemahaman mengenai data. Proses ini mencakup perhitungan nilai mean, minimum, maksimum, serta mencari standar deviasi. Berikut ini hasil uji statistik deskriptif menggunakan SPSS versi 26.

a. Statistik deskriptif literasi keuangan

Variabel literasi keuangan dalam penelitian ini terdiri dari 8 item pertanyaan. Masing-masing pertanyaan diberi kode berbeda yaitu, LK1, LK2, LK3, LK4, LK5, LK6, LK7, LK8. Berikut ini hasil statistik deskriptif untuk literasi keuangan.

Tabel 12. Statistik Deskriptif Literasi Keuangan

<i>Statistics</i>						
	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Mode</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
LK1	4,303	4,00	4	0,711	2,00	5,00
LK2	3,758	4,00	4	0,964	2,00	5,00
LK3	4,292	4,00	4	0,667	2,00	5,00
LK4	3,151	3,00	4	1,137	1,00	5,00
LK5	3,966	4,00	4	0,780	1,00	5,00
LK6	4,258	4,00	4	0,601	2,00	5,00
LK7	3,898	4,00	4	0,824	1,00	5,00
LK8	3,943	4,00	4	0,779	2,00	5,00
N	178					

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 12. nilai mean tertinggi ada pada LK1 (4,303), menunjukkan sebagian besar responden selalu menyisihkan uang untuk keadaan darurat. Nilai mean terendah ada pada LK4 (3,151), menunjukkan bahwa responden tidak terlalu aktif dalam segala jenis kegiatan investasi setiap bulan. Nilai median dan modus rata-rata menunjukkan nilai (4,00), hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban yang setuju.

b. Statistik deskriptif literasi digital

Variabel literasi digital dalam penelitian ini terdiri dari 11 item pertanyaan. Masing-masing pertanyaan diberi kode berbeda yaitu, LD1, LD2, LD3, LD4, LD5, LD6, LD7, LD8, LD9, LD10, LD11. Berikut ini hasil statistik deskriptif untuk literasi digital.

Tabel 13. Statistik Deskriptif Literasi Digital

<i>Statistics</i>						
	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Mode</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
LD1	4,646	5,00	5	0,491	3,00	5,00
LD2	4,236	4,00	4	0,751	1,00	5,00
LD3	4,634	5,00	5	0,516	3,00	5,00
LD4	4,494	5,00	5	0,622	2,00	5,00
LD5	4,213	4,00	4	0,751	1,00	5,00
LD6	4,449	4,00	4	0,562	3,00	5,00
LD7	4,129	4,00	4	0,795	2,00	5,00
LD8	4,213	4,00	4	0,696	2,00	5,00
LD9	4,359	4,00	4	0,668	1,00	5,00
LD10	4,382	4,00	4	0,619	2,00	5,00
LD11	4,236	4,00	4	0,705	1,00	5,00
N	178					

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 13. nilai mean tertinggi ada pada LD1 (4,646), menunjukkan sebagian besar responden mengakses

informasi melalui *smartphone*. Nilai mean terendah ada pada LD7 (4,129) menunjukkan bahwa beberapa responden tidak selalu menanyakan pada teman, orang tua, atau guru mengenai kebenaran informasi yang didapatkan. Nilai median dan modus memiliki nilai rata-rata yaitu 4 dan 5, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban yang setuju.

c. Statistik deskriptif *financial technology*

Variabel *financial technology* dalam penelitian ini terdiri dari 9 item pertanyaan. Masing-masing pertanyaan diberi kode berbeda yaitu, FT1, FT2, FT3, FT4, FT5, FT6, FT7, FT8, FT9. Berikut ini hasil statistik deskriptif untuk *financial technology*.

Tabel 14. Statistik Deskriptif *Financial Technology*

<i>Statistics</i>						
	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Mode</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
FT1	4,078	4,00	4	0,676	2,00	5,00
FT2	4,303	4,00	4	0,570	3,00	5,00
FT3	4,325	4,00	4	0,587	3,00	5,00
FT4	4,348	4,00	4	0,630	1,00	5,00
FT5	4,443	5,00	5	0,655	2,00	5,00
FT6	4,382	4,00	4	0,582	3,00	5,00
FT7	4,432	4,00	4	0,560	2,00	5,00
FT8	4,348	4,00	4	0,603	3,00	5,00
FT9	4,398	4,00	4	0,640	1,00	5,00
N	178					

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 14. nilai mean tertinggi ada pada FT5 (4,443), menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa *fintech payment* dapat diakses kapanpun dan dimanapun. Nilai mean terendah ada pada FT1 (4,078) menunjukkan bahwa beberapa responden kurang yakin pada kemampuan *fintech*

payment dalam melindungi privasi. Nilai median dan modus memiliki nilai rata-rata yaitu 4 dan 5, hal tersebut menunjukkan sebagian besar responden memberikan jawaban setuju.

d. Statistik deskriptif perilaku konsumtif

Variabel perilaku konsumtif dalam penelitian ini terdiri dari 6 item pertanyaan. Masing-masing pertanyaan diberi kode berbeda yaitu, PK1, PK2, PK3, PK4, PK5, PK6. Berikut ini hasil statistik deskriptif untuk perilaku konsumtif.

Tabel 15. Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif

<i>Statistics</i>						
	<i>Mean</i>	<i>Median</i>	<i>Mode</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>
PK1	4,516	5,00	5	0,564	2,00	5,00
PK2	4,275	4,00	4	0,842	1,00	5,00
PK3	4,286	4,00	5	0,753	2,00	5,00
PK4	4,584	5,00	5	0,588	2,00	5,00
PK5	4,348	4,00	5	0,722	1,00	5,00
PK6	4,421	5,00	5	0,678	2,00	5,00
N	178					

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 15. nilai mean tertinggi ada pada PK4 (4,584), menunjukkan bahwa pengendalian diri dalam membeli sesuatu sangatlah penting. Nilai mean terendah ada pada PK2 (4,715) menunjukkan bahwa beberapa responden langsung membeli barang ketika pertama kali melihatnya. Nilai median dan modus memiliki nilai rata-rata yaitu 4 dan 5, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban setuju.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan valid atau tidak valid dalam penelitian ini. Suatu butir pertanyaan dalam instrumen dianggap valid apabila R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} (Ghozali, 2021). Dengan menggunakan taraf signifikan 5%, berikut diperoleh R_{tabel} sebagai acuan untuk menentukan validitas setiap butir pertanyaan:

$$\begin{aligned} df &= (n-2) \\ &= (178-2) \\ &= 176 \\ &= 0,124 \end{aligned}$$

Dari data tersebut, hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 26 dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 16. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Literasi Keuangan	LK1	0,512	0,124	Valid
	LK2	0,676	0,124	Valid
	LK3	0,532	0,124	Valid
	LK4	0,682	0,124	Valid
	LK5	0,460	0,124	Valid
	LK6	0,499	0,124	Valid
	LK7	0,508	0,124	Valid
	LK8	0,539	0,124	Valid
Literasi Digital	LD1	0,435	0,124	Valid
	LD2	0,491	0,124	Valid
	LD3	0,490	0,124	Valid
	LD4	0,488	0,124	Valid
	LD5	0,551	0,124	Valid
	LD6	0,579	0,124	Valid
	LD7	0,474	0,124	Valid

Tabel 16. Hasil Uji Validitas (lanjutan)

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
	LD8	0,541	0,124	Valid
	LD9	0,602	0,124	Valid
	LD10	0,615	0,124	Valid
	LD11	0,580	0,124	Valid
<i>Financial Technology</i>	FT1	0,560	0,124	Valid
	FT2	0,635	0,124	Valid
	FT3	0,611	0,124	Valid
	FT4	0,563	0,124	Valid
	FT5	0,635	0,124	Valid
	FT6	0,624	0,124	Valid
	FT7	0,667	0,124	Valid
	FT8	0,675	0,124	Valid
	FT9	0,561	0,124	Valid
Perilaku Konsumtif	PK1	0,556	0,124	Valid
	PK2	0,612	0,124	Valid
	PK3	0,699	0,124	Valid
	PK4	0,573	0,124	Valid
	PK5	0,636	0,124	Valid
	PK6	0,656	0,124	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 16. menunjukkan bahwa nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner penelitian ini dinyatakan valid dan mampu mengungkap tujuan penelitian dengan baik.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur apakah kuesioner yang digunakan sudah tepat dan dapat diandalkan dalam penelitian ini. Apabila jawaban yang diberikan oleh responden tetap konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner dianggap reliabel. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach Alpha* dengan bantuan program

SPSS. Suatu item variabel dinyatakan reliabel atau konsisten jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Ghozali, 2021). Hasil pengujian reliabilitas masing-masing variabel dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Literasi Keuangan	0,676	Reliabel
Literasi Digital	0,740	Reliabel
<i>Financial Technology</i>	0,794	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,680	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Tabel 17. menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60, sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jawaban yang diberikan oleh responden konsisten dari waktu ke waktu, maka kuesioner dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel (handal).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah sampel data yang digunakan memiliki distribusi normal atau tidak normal. Dalam penelitian ini, metode *Kolmogorov-Smirnov* dengan pendekatan *Monte Carlo* digunakan untuk dapat menguji normalitas dengan bantuan SPSS. Menurut Ghozali (2021) hasil uji normalitas dapat dinyatakan normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Hasil pengujian normalitas dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 18. Hasil Uji Normalitas

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>			
		<i>Unstandardized Residual</i>	
N			178
<i>Normal Paramaters^{a, b}</i>	<i>Mean</i>		0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>		2,27781226
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>		0,073
	<i>Positive</i>		0,026
	<i>Negative</i>		-0,073
<i>Test Statistic</i>			0,073
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>			0,021 ^c
<i>Monte Carlo Sig. (2-tailed)</i>	<i>Sig.</i>		0,275 ^d
	<i>99% Confidence Interval</i>	<i>Lower Bound</i>	0,189
		<i>Upper Bound</i>	0,362

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 18. di atas, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi data dengan pendekatan *Monte Carlo* dalam penelitian ini $> 0,05$ yaitu sebesar 0,275, sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal (Ghozali, 2021).

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas. Analisis ini didasarkan pada nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Menurut Ghozali (2021) jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dapat dipastikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 19. Hasil Uji Multikolinearitas

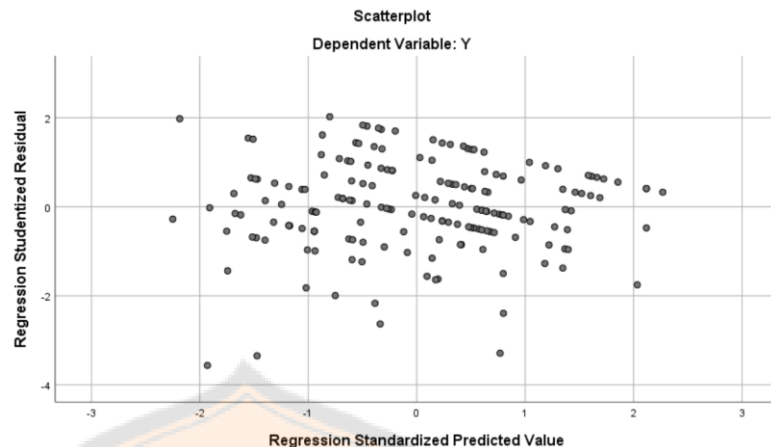
Variabel	<i>tolerance</i>	VIF
Literasi Keuangan (X1)	0,854	1,171
Literasi Digital (X2)	0,728	1,374
<i>Financial Technology</i> (X3)	0,717	1,394

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 19. dapat dijelaskan bahwa nilai *tolerance* pada variabel literasi keuangan (X1) yaitu 0,854 dan nilai VIF 1,171, nilai *tolerance* pada variabel literasi digital (X2) yaitu 0,728 dan nilai VIF 1,374, serta nilai *tolerance* pada variabel *financial technology* (X3) yaitu 0,717 dan nilai VIF 1,394. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam penelitian ini.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan dalam varians dan residual di antara berbagai pengamatan. Pendeteksian ketidaksamaan tersebut dapat dilakukan dengan metode *scatter plot* Ghozali (2021). Apabila dalam grafik terbentuk pola yang menyebar, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.



Gambar III. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah Primer (2025)

Berdasarkan gambar 3. tersebut, dapat dilihat bahwa grafik menunjukkan pola yang menyebar tanpa membentuk pola yang jelas. Titik-titik pada grafik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

5. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sinambela & Sarton (2021) analisis ini digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Dengan kata lain, analisis ini bertujuan untuk memahami hubungan antara variabel X dan variabel Y. Metode ini menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

Tabel 20. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	<i>Std. Error</i>	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	8,472	2,494		3,397	0,001
	Literasi Keuangan	0,094	0,051	0,132	1,833	0,068
	Literasi Digital	0,199	0,053	0,293	3,755	0,000
	<i>Financial Technology</i>	0,140	0,060	0,183	2,329	0,021

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan data dalam tabel 20. di atas, diperoleh nilai konstanta yaitu 8,472. Kemudian variabel literasi keuangan (X1) sebesar 0,094, variabel literasi digital (X2) sebesar 0,199, dan variabel *financial technology* (X3) sebesar 0,140. Oleh karena itu, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,472 + 0,094X_1 + 0,199X_2 + 0,140X_3$$

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai yang diperoleh $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil Uji F

<i>ANOVA^a</i>						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	275,339	3	91,780	17,389	0,000 ^b
	<i>Residual</i>	918,352	174	5,278		
	<i>Total</i>	1193,691	177			

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan data pada tabel 21. tersebut, dapat dilihat bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini sudah layak, dimana variabel literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

c. Uji t

Uji t dilakukan untuk menganalisis pengaruh parsial antara variabel bebas dan variabel terikat. Pengujian ini menggunakan tingkat keyakinan 95% dengan tingkat kesalahan sebesar 5% atau 0,05. Hasil uji t dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 22. Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	<i>(Constant)</i>	8,472	2,494		3,397	0,001
	Literasi Keuangan	0,094	0,051	0,132	1,833	0,068
	Literasi Digital	0,199	0,053	0,293	3,755	0,000
	<i>Financial Technology</i>	0,140	0,060	0,183	2,329	0,021

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Jika nilai signifikansi dari variabel independen lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tersebut secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan tabel 22. dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai signifikansi 0,068 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Variabel literasi digital (X2) memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
- 3) Variabel *financial technology* memiliki nilai signifikansi 0,021 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana model regresi mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol hingga satu. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) dengan menggunakan SPSS versi 26 sebagai berikut:

Tabel 23. Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model Summary^b</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0,480 ^a	0,231	0,217	2,29736

Sumber: Data Primer Diolah (2025)

Berdasarkan tabel 23. tersebut, dapat dijelaskan bahwa Koefisien Determinasi (R^2) yaitu 0,231 atau 23,1%. Hal ini berarti bahwa nilai tersebut menunjukkan variabel literasi keuangan (X1), literasi digital (X2), dan *financial technology* (X3) secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif (Y) yaitu sebesar 23,1%. Kemudian sisa dari 23,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

C. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, literasi digital, dan *financial technology* terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Berikut pembahasan terkait dengan hipotesis yang diuji dalam penelitian ini:

1. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif

Pengujian yang terdapat dalam tabel 22. menunjukkan bahwa nilai signifikansi literasi keuangan diatas persyaratan yang telah dinyatakan, yaitu dengan hasil $0,068 > 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H_1) ditolak, artinya literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Literasi keuangan yang dimiliki seseorang tidak memengaruhi perilaku konsumtifnya.

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam memengaruhi pola keuangan individu. Literasi ini mampu membentuk pola keuangan yang sehat, individu perlu memiliki pemahaman yang kuat tentang literasi keuangan. Menurut Choerudin dkk. (2023) literasi keuangan

merupakan kemampuan yang mencakup pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola berbagai aspek keuangan secara efektif. Kesadaran akan pentingnya literasi keuangan dapat memberikan dampak positif dalam jangka panjang, membantu seseorang dalam menjaga kestabilan kondisi keuangan agar tetap terkontrol, aman, dan sejahtera. Berdasarkan definisi literasi keuangan tersebut, dapat diketahui bahwa literasi keuangan memiliki peran krusial bagi individu dalam mencapai serta membentuk keuangan yang sehat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Timung dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Alfiyansyah dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan belum tentu membuat seseorang mampu mengendalikan perilaku konsumtif. Hal ini karena perilaku konsumtif dapat dipicu oleh faktor psikologis dan sosial seperti gaya hidup, keinginan untuk tampil, serta kemudahan teknologi seperti *digital payment*. Keterkaitan dengan *Theory of Planned Behavioral (TPB)*, meskipun seseorang memiliki sikap rasional melalui literasi keuangan, jika norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikannya lemah, maka literasi keuangan tersebut tidak cukup untuk menahan dorongan konsumtif.

2. Pengaruh Literasi Digital terhadap Perilaku Konsumtif

Dari pengujian yang terdapat dalam tabel 22. menunjukkan bahwa nilai signifikansi literasi digital dibawah persyaratan yang telah dinyatakan, yaitu dengan hasil $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima, artinya literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat literasi digital seseorang, semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Literasi digital memiliki peran penting dalam memengaruhi pola perilaku konsumtif. Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola konsumsi masyarakat. Dengan adanya kemudahan akses informasi dan berbagai *platform e-commerce*, perilaku konsumtif semakin meningkat. Mohammadyari & Singh (2015) literasi digital merupakan keterampilan dalam memahami, mengevaluasi, menafsirkan, serta mengelola informasi yang diperoleh melalui berbagai perangkat teknologi digital. Naufal (2021) literasi digital merupakan suatu bentuk kemampuan untuk mengakses, memahami, dan memanfaatkan informasi dari berbagai sumber dalam bentuk digital.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fitri dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kaitan dengan *Theory of Planned Behavioral (TPB)*, sikap terhadap perilaku

konsumtif bisa menjadi semakin tinggi karena kemudahan dan kenyamanan berbelanja online dianggap sebagai hal yang menguntungkan. Norma subjektif turut terbentuk dari komunitas digital yang mendukung perilaku konsumtif, seperti mengikuti *tren* terkini dan ulasan produk. Sementara itu, kontrol perilaku yang dipersepsikan yang tinggi memberi kepercayaan diri dalam melakukan transaksi lebih sering dan cepat karena kemampuan mengakses dan menggunakan teknologi. Dengan demikian, literasi digital berperan penting dalam mendukung individu untuk beradaptasi dan mengambil keputusan yang tepat dalam lingkungan digital yang terus berkembang.

3. Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif

Dari pengujian yang terdapat dalam tabel 22. menunjukkan bahwa nilai signifikansi *financial technology* diatas persyaratan yang telah dinyatakan, yaitu dengan hasil $0,021 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima, artinya *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. *Fintech* memberikan kemudahan dalam mengakses layanan keuangan seperti mudahnya transaksi pembayaran melalui *fintech* karena tidak perlu repot membawa uang tunai secara fisik. Hal tersebut mendorong perilaku konsumtif seseorang karena dapat membayar transaksi dalam berbelanja barang atau jasa secara instan. Banyaknya promo, diskon,

cashback, serta penawaran menarik yang ditawarkan *platform fintech* semakin memperkuat kebiasaan konsumtif ini. Marginingsih (2021) *financial technology* merupakan suatu inovasi dalam sektor jasa keuangan yang mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan kemudahan dalam melakukan berbagai jenis transaksi keuangan. *Fintech* secara langsung memengaruhi perilaku konsumtif, karena berperan dalam mempermudah transaksi pada sektor jasa keuangan yang mengintegrasikan teknologi untuk meningkatkan efisiensi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mursalim dkk. (2024) menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Kaitan dengan *Theory of Planned Behavioral (TPB)*, sikap positif terhadap kemudahan dan kecepatan transaksi mendorong individu untuk sering berbelanja tanpa pertimbangan yang matang. Norma subjektif dari lingkungan sosial juga memicu dorongan untuk mengikuti gaya hidup konsumtif. Selain itu, persepsi kontrol yang keliru membuat pengguna merasa mampu mengelola pengeluaran, padahal kenyataan transaksi yang terlalu mudah justru mengurangi kontrol diri. Ketiga elemen *Theory of Planned Behavioral (TPB)* ini menunjukkan bahwa penggunaan digital payment tidak hanya mempermudah transaksi, tetapi juga mendorong pola konsumsi yang berlebihan.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
2. Literasi digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.
3. *Financial technology* berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

B. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah dan diupayakan semaksimal mungkin. Namun, peneliti menyadari masih terdapat keterbatasan dalam pelaksanaannya yaitu, tidak dapat mengontrol jawaban dari responden sehingga jawaban yang diberikan merupakan data yang *outlier*.

C. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian berikutnya diharapkan dapat membedakan generasi Z kategori pelajar, mahasiswa, dan bekerja sehingga dapat diketahui perbedaan antar kategori.
2. Penelitian berikutnya diharapkan dapat menjangkau seluruh jenis *fintech* sehingga dapat menggambarkan *fintech*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Akbar, D., Shella Rizqi Amelia, & Aning Fitriana. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengelolaan Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Perwira Purbalingga. *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, dan Bisnis*, 8(2), 95–105. <https://doi.org/10.32493/pekobis.v8i2.p95-105.30850>
- Alfiyansyah, M. A., Alamsyah, S., & Tanjung, H. (2024). Pengaruh E-Commerce, Literasi Keuangan, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5, 972–979. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1>
- Andriani, N. K. K., Kusuma, P. I. M. W. W., Sarwani, N. K. A., & Hikmaharyanti, P. D. A. (2022). *Peran Generasi Z Dalam Pemanfaatan Teknologi Pada Era Society 5.0*.
- Annur, C. M. (2024). *Penetrasi Internet DIY Tertinggi di Pulau Jawa pada 2024*.
- APJII. (2024). *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*. <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arner, D. W., Barberis, J., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution Of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? *Research Paper*, 1–45.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Psikoborneo*, 1, 79–83.
- Aurelia, F., Hastuti, T. Y., Julianti, E., Marbella, & Damayanti, F. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Kos. *Moneter - Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 11(1), 7–14. <https://doi.org/10.31294/moneter.v11i1.17470>
- Azizah, F. N., & Andriansyah, E. H. (2024). Pengaruh Kemampuan Literasi Digital dan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Kota Surabaya. *Jurnal Edueco*, 7(1), 31–38.
- Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk Menurut Wilayah, Klasifikasi Generasi, dan Jenis Kelamin, Indonesia, 2020*. Badan Pusat Statistik. <https://sensus.bps.go.id/topik/tabular/sp2020/2/0/0>
- Bawden, D. (2001). Information And Digital Literacies: A Review Of Concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000007083>
- Betharini, N., & Sungkono, S. (2023). Penggunaan Fintech Payment Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa di Kalangan Mahasiswa UBP. *JURNAL*

- ECONOMINA*, 2(6), 1416–1429.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.619>
- Bongomin, G. O. C., Ntayi, J. M., Munene, J. C., & Nabeta, I. N. (2016). Social Capital: Mediator Of Financial Literacy And Financial Inclusion In Rural Uganda. *Review of International Business and Strategy*, 26(2), 291–312.
<https://doi.org/10.1108/RIBS-06-2014-0072>
- Cahya, N. D., Erviani, N., Alpina, R., Aspita, R., & Farza, T. C. N. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi E-Wallet Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 107–120. <https://doi.org/10.59342/istimrar.v3i2.760>
- Choerudin, A., Zulfachry, Widyaswati, R., Warpindyastuti, L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. In D. P. Sari (Ed.), *Literasi Keuangan* (1 ed., hal. 1–217). PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI.
<https://www.researchgate.net/publication/371724162>
- Dewi. (2022). Peran Literasi Digital dan E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 499–504.
www.grahanurdian.com,
- Fitri, N., Herawan, E., & Febianti, Y. N. (2022). The Effects of Consumer Behavior and Digital Literacy on Consumption Patterns in Students. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 12(1), 85.
<https://doi.org/10.24036/011166480>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (10 ed.).
- Gunawan, A. (2023). Financial Literacy and Use of Financial Technology Payment for Consumptive Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 4(2), 92–100. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v4i2.14233>
- Hidayat, R., Sari, S. A., Juniati, D., & ... (2023). Analisa Angka Literasi Digital Pada Generasi Z. *Seminar ...*, 2, 98–102. <https://semnas.univpgri-palembang.ac.id/index.php/prosidingpps/article/view/424%0Ahttps://semnas.univpgri-palembang.ac.id/index.php/prosidingpps/article/download/424/311>
- Idris, M. (2021). *Fintech Adalah: Pengertian, Jenis, dan Aturan Hukumnya*. Kompas.com.
<https://money.kompas.com/read/2021/04/22/185857226/fintech-adalah-pengertian-jenis-dan-aturan-hukumnya>
- Irhandayaningsih, A. (2020). Pengukuran Literasi Digital Pada Peserta Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID-19. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 4(2), 231–240.
<https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.231-240>

- Jalantina, D. I. K., & Minarsih, M. M. (2025). Analysis Of Generation Z Consumer Behavior In The Digital Era. *Jurnal Bingkai Ekonomi (JBE)*, 10(1), 43–56. <https://doi.org/10.54066/jbe.v10i1.483>
- Junitasari, P. D. K., Indrajaya, I. G. B., Wantara, I. G. A., & Dwipayana, K. W. A. (2023). Pemahaman Penggunaan Financial Technology (Fintech) Dalam Konteks Sistem Pembayaran Dan Layanan Keuangan. *Jurnal Inovasi Ekonomi Dan Keuangan*, 1(1), 19–24.
- Karimah, M., Nurhayati, D., & Indarti, N. (2022). Pengaruh Penggunaan E-Money, Fitur Live Streaming, dan Literasi Digital Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pembelanjaan Online. *Jurnal Equilibrium Nusantara*, 1(1), 8–15. <https://doi.org/10.56854/jeqn.v1i1.26>
- Kartini, T., & Mashudi, U. (2022). Literasi Keuangan (Financial Literacy) Mahasiswa Indekos Calon Pendidik Ekonomi FKIP Universitas Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro*, 10, 154–164.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Principles of Marketing, 17th GLOBAL Edition*.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Pada Mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13(4), 107–118.
- Kusumawati, E. D., Putra, A. S. B., & Kartikasari, D. (2023). Literasi Keuangan sebagai Variabel Moderasi dalam Pengaruh Persepsi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 22(2), 247–260. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.738>
- Kuswanto, Aryanti, S., & Arief, H. (2024). Pengaruh Financial Technology dan Manajemen Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 268–276. <https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p268-276>
- Mahanani, J. I. P. (2025). Survei pada Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(2), 148–157.
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi Keuangan Nasional di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(1). <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/moneter56>
- Marpaung, O., Purba, D. M., & Maesaroh, S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi Fintech Dan Dampaknya Terhadap Literasi Keuangan. *JURNAL AKUNTANSI*, 10(1), 2301–4075. <http://ejournal.stiemj.ac.id/index.php/akuntansi>
- Mohammadyari, S., & Singh, H. (2015). Understanding The Effect Of E-learning On Individual Performance: The Role Of Digital Literacy. *Computers and Education*, 82, 11–25. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2014.10.025>

- Muhamad, N. (2023). *E-Wallet, Metode Pembayaran Digital yang Paling Banyak Digunakan Warga RI saat Belanja Online*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/5ec97fa4c38fa8b/e-wallet-metode-pembayaran-digital-yang-paling-banyak-digunakan-warga-ri-saat-belanja-online>
- 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, 76–90.
- Muslimawati, N., & Ananda, F. R. (2024). *OJK: Literasi Keuangan Gen Z Paling Rendah, Banyak yang Terjerumus Pinjol*.
- Nabela, H. R., & Albari, A. (2023). The Influence Of Online Customer Shopping Experience On Online Impulsive Buying In E-commerce With Attitudinal Loyalty As a Mediation Variable. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147- 4478), 12(6), 56–65. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i6.2876>
- Nadhifah, H. A., Sucipto, M. A. B., & Sudibyo, H. (2024). Tingkat Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas Pancasakti. *Jurnal Fokus Konseling*, 10(1), 17–27. <https://doi.org/10.52657/jfk.v10i1.2195>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Nurjannah, Hasanudin, S. P., Nurhayati, S. A., & Sari, S. I. K. (2025). Keuangan Digital Cerdas: Memperkuat Literasi Untuk Membedakan Kebutuhan Dan Keinginan. *DEDIKASI*, 4(2), 9–15.
- OJK. (2015). *Modul Workshop Perlindungan Konsumen Di Sektor Jasa Keuangan*.
- OJK. (2022). *Edukasi Keuangan*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Kuangan.aspx>
- Oktaviani, M., Sari, I. P., & Miftah, Z. (2023). Pengaruh E-commerce Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Journal of Applied Business and Economic (JABE)*, 9(3), 281–290.
- Pratama, D. V., & Oktapiani, S. (2023). Pengaruh Fintech Payment, Financial Literacy, Life Style Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online. *UTS Student Conference*, 1(4), 410–421.
- Purwanto, H., Yandri, D., & Prawira Yoga, M. (2022). Perkembangan dan Dampak Financial Technology (Fintech) Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan di Masyarakat. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 11, 80–91.

- Puteri, H. E., Arinda, N., Dewi, S., & Sari, G. (2022). Self-Control and Consumptive Behavior Control in Purchasing Internet Services for Social Networking Among Muslim Millennials. *European Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(6), 118–129. <https://doi.org/10.24018/ejsocial.2022.2.6.361>
- Putri, L., Christiana, I., Febriaty, H., & Safira, M. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Di Kota Medan Dimediasi Oleh Perilaku Konsumtif. *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 203–218.
- Putri, L. S. M., & Komalasari, S. (2023). Dibalik Klik: Memahami Motif Konsumtif Generasi Z Di Era Belanja Online Dan Kebutuhan Psikologis Yang Tidak Terpenuhi. *Jurnal Psikologi Jambi*, 8, 1–10. <https://orcid.org/0000-0001-8740-1664>
- Qurotaa'yun, Z., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Journal Accounting and Finance*, 3(1), 46–53.
- Ranupadma, T. N. C., & Kurniawati, L. (2024). Pengaruh E-Commerce, Media Sosial, Financial Technology (Fintech), Dan Lifestyle Terhadap Peningkatan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3), 6074–6084.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru Dalam Literasi Media. *Jurnal Kehumasan*, 1, 72–87.
- Rini, R., Suryadinata, N., & Efendi, U. (2022). Literasi Digital Mahasiswa Dan Faktor-Faktor Yang Berpengaruh. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 10(2), 171–179. <https://doi.org/10.21831/jamp.v10i2.48774>
- Sakitri, G. (2021). “Selamat Datang Gen Z, Sang Penggerak Inovasi!”
- Santoso, A. (2015). Rumus Slovin: Panacea Masalah Ukuran Sampel? *Suksma: Jurnal Psikologi Universitas Sanata Dharma*, 4(2), 24–43.
- Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik* (Monalisa (ed.); 1 ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (3 ed.). Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Alfabeta.
- Suyasa, P. T. Y. S., & Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis Desember*, 7(2), 172–199.

- Świecka, B. (2019). A Theoretical Framework For Financial Literacy And Financial Education. In *Financial Literacy and Financial Education: Theory and Survey*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110636956-001>
- Syah, R., Darmawan, D., & Purnawan, A. (2019). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Literasi Digital. *Jurnal AKRAB*, 10(2), 60–69. <https://doi.org/10.51495/jurnalakrab.v10i2.290>
- Timung, R., Angi, Y. F., & Ga, L. L. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia Di Universitas Nusa Cendana. *Jakra - Jurnal Akuntansi UNWIRA*, 1(1), 8–19.
- Utami, N., & Sitanggang, M. L. (2021). Inovbiz The Analysis of Financial Literacy and Its Impact on Investment Decisions: A Study on Generation Z in Jakarta. In *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis* (Vol. 9). www.ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP
- Utantoro, A. (2025). *BPS DIY: Struktur ketenagakerjaan di DIY Menunjukkan Tren Positif*. Media Indonesia.
- Wicaksono, E. D. (2015). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Pembayaran Kartu Kredit Pada Karyawan di Surabaya. *FINESTA*, 3(1), 85–90.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. CV. Pena Persada.
- Worthington, A. C. (2006). *Predicting Financial Literacy In Australia*. <https://ro.uow.edu.au/commpapers/116>
- Zaenudin, H. N., Affandi, A. F. M., Priandono, T. E., & Haryanegara, M. E. A. (2020). Tingkat Literasi Digital Siswa SMP Di Kota Sukabumi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 23(2), 167–180. <https://doi.org/10.20422/jpk.v23i2.727>



Lampiran I. Kuesioner Penelitian

Kata Pengantar Kuesioner

Kepada Yth:

Saudara/i Responden

Perkenalkan saya Ade Artanto, mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "Analisis Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif"

Oleh karena itu, saya mohon Saudara/i untuk menyediakan waktu sekitar 5-10 menit untuk menjawab pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner ini. Segala data dan informasi dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas perhatian dan partisipasi Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Kuesioner Penelitian

I. Kriteria Responden

1. Generasi Z berdomisili di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Sedang menggunakan layanan *e-wallet* seperti GoPay, DANA, ShopeePay, Ovo, dan LinkAja.

II. Identitas Responden

- Nama:
- Jenis Kelamin:
- Usia:
- Domisili:
- Status Pekerjaan:
- Apakah anda menggunakan *e-wallet*?
- Jenis aplikasi *e-wallet* apa yang Anda gunakan?

III. Petunjuk Pengisian Angket

Baca dan cermati pernyataan dibawah ini, silahkan memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

IV. Daftar Pertanyaan/Pernyataan

LITERASI KEUANGAN						
No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya selalu menyisihkan uang saya untuk keadaan darurat.					
2	Saya selalu menabung secara teratur.					
3	Saya selalu mengatur anggaran keuangan saya sendiri.					
4	Saya selalu aktif dalam segala jenis kegiatan investasi setiap bulan.					
5	Saya mempunyai kemampuan untuk menghitung laba dan rugi dari transaksi keuangan.					
6	Saya memiliki kemampuan untuk mengalokasikan anggaran pribadi saya.					
7	Saya memiliki kemampuan luar biasa dalam menggunakan produk dan layanan keuangan.					
8	Saya selalu tertarik pada berita mengenai informasi keuangan.					

Sumber: Utami & Sitanggang (2021).

LITERASI DIGITAL						
No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya mengakses informasi di internet melalui <i>smartphone</i> .					
2	Saya mengakses informasi di internet melalui laptop/komputer.					
3	Saya sering menggunakan internet untuk mencari berbagai informasi.					
4	Saya dapat mencari berbagai informasi melalui web browser (mozilla, google, dan opera).					
5	Saya mencari informasi di internet selalu memperhatikan <i>bandwitch</i> (koneksi internet) di <i>smartphone</i> .					
6	Saya selalu memverifikasi setiap informasi yang saya dapat dari media internet, untuk menghindari informasi hoax.					
7	Saya selalu menanyakan pada teman, orang tua, atau guru mengenai kebenaran informasi yang saya dapatkan					
8	Saya sering menghabiskan waktu untuk mencari informasi di internet agar mendapatkan informasi yang lebih dalam.					
9	Saya mencari sumber informasi dari situs resmi (.com, .net, dll) dan portal berita online.					
10	Sebelum saya menyebarkan informasi saya selalu memastikan kalimat yang saya gunakan mudah dimengerti orang lain.					
11	Saya terkadang menyertakan gambar atau video saat menyebarkan informasi kepada teman, orang tua, dan kerabat lainnya agar informasi lebih dipercayai saat diterima					

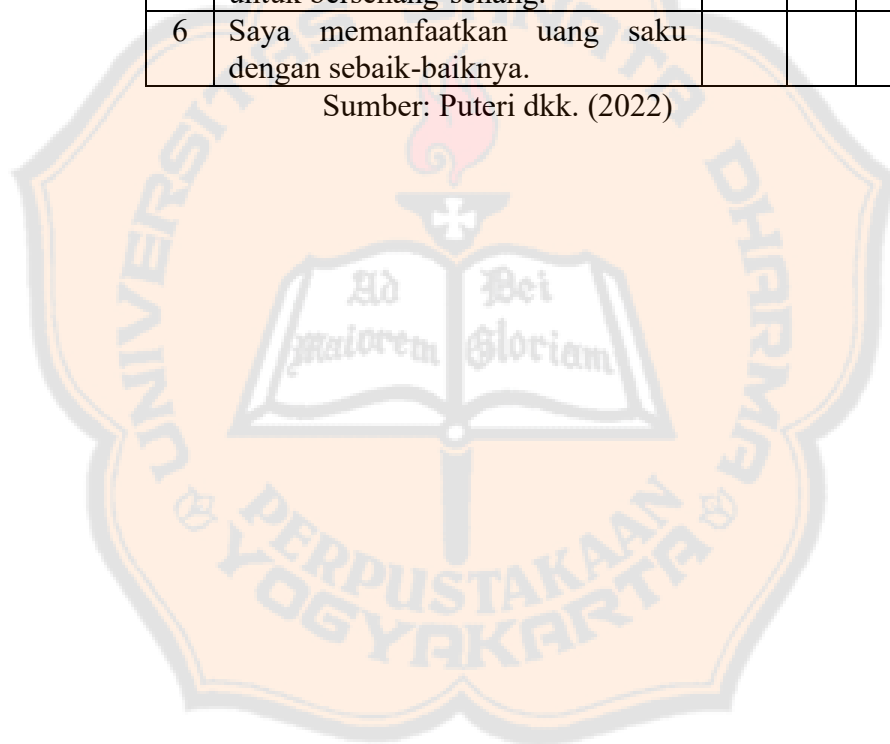
Sumber: Zaenudin dkk. (2020)

<i>Financial Technology</i>						
No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Saya yakin pada kemampuan <i>fintech payment</i> untuk melindungi privasi saya.					
2	Layanan <i>fintech payment</i> memenuhi layanan yang dijanjikan (mudah, aman, dan cepat).					
3	Secara keseluruhan saya puas melakukan transaksi dengan <i>fintech payment</i> .					
4	Saya percaya ketika saya menggunakan layanan <i>fintech payment</i> akan memungkinkan saya untuk membayar lebih cepat.					
5	<i>Fintech payment</i> dapat diakses kapanpun dan dimanapun.					
6	<i>Fintech payment</i> membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran.					
7	Saya rasa <i>fintech payment</i> sangat mudah digunakan.					
8	Aplikasi <i>fintech payment</i> sangat mudah dioperasikan sehingga saya tidak merasa kesulitan.					
9	Tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara penggunaan <i>fintech payment</i> .					

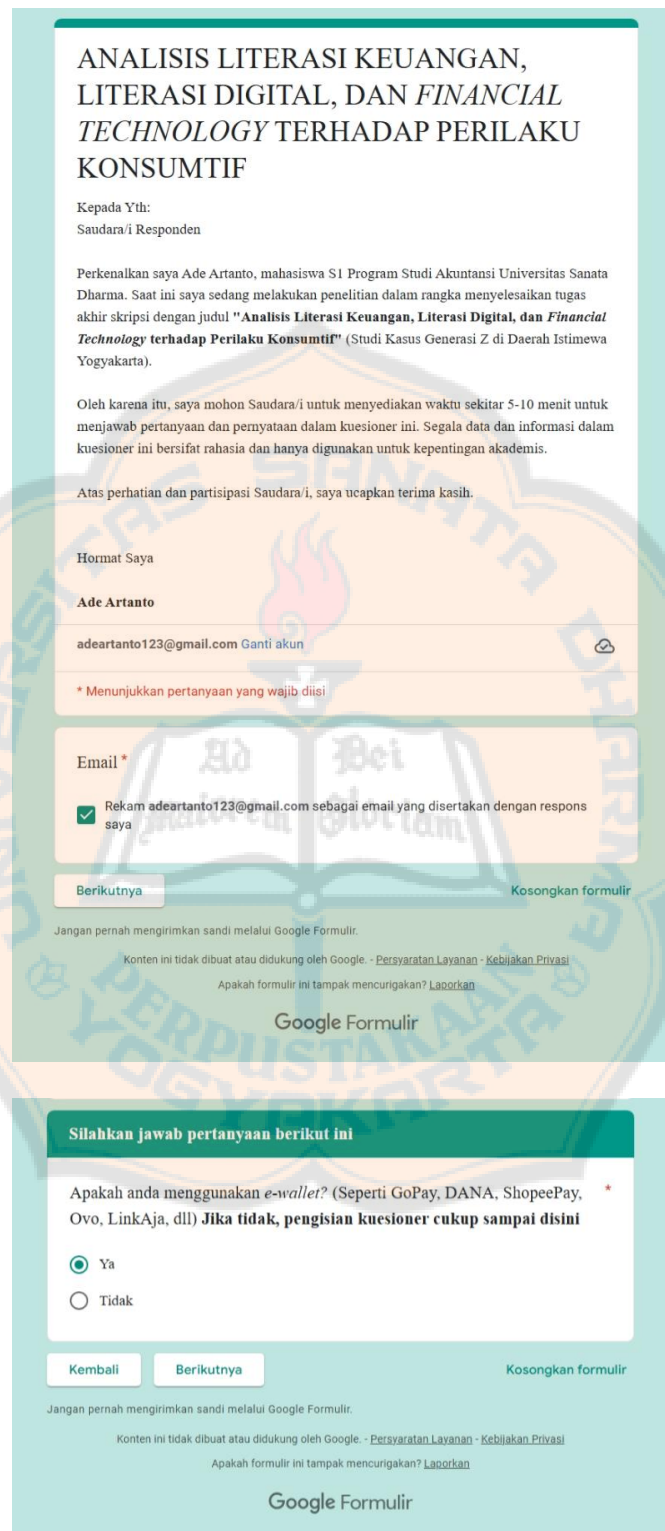
Sumber: Betharini & Sungkono (2023)

PERILAKU KONSUMTIF						
No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
1	Pertimbangkan kebutuhan anda sebelum berbelanja.					
2	Saya tidak langsung membeli barang saat pertama kali melihatnya.					
3	Saya tidak ingin mengeluarkan uang terlalu banyak.					
4	Pengendalian diri dalam membeli sesuatu sangatlah penting.					
5	Saya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan hanya untuk bersenang-senang.					
6	Saya memanfaatkan uang saku dengan sebaik-baiknya.					

Sumber: Puteri dkk. (2022)



V. Link Kuesioner Google Form



ANALISIS LITERASI KEUANGAN, LITERASI DIGITAL, DAN *FINANCIAL TECHNOLOGY* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Kepada Yth:
Saudara/i Responden

Perkenalkan saya Ade Artanto, mahasiswa S1 Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul "**Analisis Literasi Keuangan, Literasi Digital, dan *Financial Technology* terhadap Perilaku Konsumtif**" (Studi Kasus Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta).

Oleh karena itu, saya mohon Saudara/i untuk menyediakan waktu sekitar 5-10 menit untuk menjawab pertanyaan dan pernyataan dalam kuesioner ini. Segala data dan informasi dalam kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Atas perhatian dan partisipasi Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Ade Artanto

adeartanto123@gmail.com [Ganti akun](#)

* Menunjukkan pertanyaan yang wajib diisi

Email *

☒ Rekam adeartanto123@gmail.com sebagai email yang disertakan dengan respons saya

[Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Silahkan jawab pertanyaan berikut ini

Apakah anda menggunakan *e-wallet*? (Seperti GoPay, DANA, ShopeePay, Ovo, LinkAja, dll) **Jika tidak, pengisian kuesioner cukup sampai disini** *

☒ Ya

☐ Tidak

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Identitas Responden

Nama *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

Laki-laki

Perempuan

Usia *

12-15 Tahun

16-18 Tahun

19-21 Tahun

22-24 Tahun

25-27 Tahun

Domisili *

Kota Yogyakarta

Kabupaten Sleman

Kabupaten Bantul

Kabupaten Kulon Progo

Kabupaten Gunung Kidul

Status Pekerjaan *

Pelajar

Mahasiswa

Bekerja

Yang lain:

Jenis aplikasi e-wallet apa yang anda gunakan? *

DANA

ShopeePay

GoPay

OVO

Link Aja

Yang lain:

Kembali

Berikutnya

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang untuk memahami, mengelola, dan menggunakan pengetahuan serta keterampilan keuangan secara efektif dalam pengambilan keputusan keuangan.

Baca dan cermati pernyataan dibawah ini, silahkan memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Ragu-ragu
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Saya selalu menyisihkan uang saya untuk keadaan darurat. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya selalu menabung secara teratur. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya selalu mengatur anggaran keuangan saya sendiri. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya selalu aktif dalam segala jenis kegiatan investasi setiap bulan. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya mempunyai kemampuan untuk menghitung laba dan rugi dari transaksi keuangan. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya memiliki kemampuan untuk mengalokasikan anggaran pribadi saya. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya memiliki kemampuan luar biasa dalam menggunakan produk dan layanan keuangan. *

1	2	3	4	5
☐	☐	☐	☐	☐

Saya selalu tertarik pada berita mengenai informasi keuangan. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Literasi Digital

Literasi digital adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan teknologi digital secara efektif, meliputi pencarian, evaluasi, pengelolaan, dan komunikasi informasi secara bijak, kritis, serta etis.

Baca dan cermati pernyataan dibawah ini, silahkan memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Ragu-ragu
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Saya mengakses informasi di internet melalui *smart phone*. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya mengakses informasi di internet melalui laptop komputer. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya sering menggunakan internet untuk mencari berbagai informasi. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya dapat mencari berbagai informasi melalui *web browser* (mozilla, google, dan opera). *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya mencari informasi di internet selalu memperhatikan *bandwidth* (koneksi internet) di *smarthpone*. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya selalu memverifikasi setiap informasi yang saya dapat dari media internet, untuk menghindari informasi *hoax*. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya selalu menanyakan pada teman, orang tua, atau guru mengenai kebenaran informasi yang saya dapatkan. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya sering menghabiskan waktu untuk mencari informasi di internet agar mendapatkan informasi yang lebih dalam. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya mencari sumber informasi dari situs resmi (.com, .net, dll) dan portal berita online. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Sebelum saya menyebarkan informasi saya selalu memastikan kalimat yang saya gunakan mudah dimengerti orang lain. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☒ ☐ ☐

Saya terkadang menyertakan gambar atau video saat menyebarkan informasi kepada teman, orang tua, dan kerabat lainnya agar informasi lebih dipercayai saat diterima. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Kembali Berikunya Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google - [Peraturan Layanan](#) - [Kelembagaan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Financial Technology

Fintech e-wallet adalah dompet digital yang digunakan untuk menyimpan uang secara elektronik, memungkinkan pengguna melakukan transaksi seperti pembayaran, pengiriman, atau penerimaan uang melalui perangkat digital seperti smartphone.

Baca dan cermati pernyataan dibawah ini, silahkan memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Ragu-ragu
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Saya yakin pada kemampuan *fintech payment* untuk melindungi privasi saya. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Layanan *fintech payment* memenuhi layanan yang dijanjikan (mudah, aman, dan cepat). *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Secara keseluruhan saya puas melakukan transaksi dengan *fintech payment*. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya percaya ketika saya menggunakan layanan *fintech payment* akan memungkinkan saya untuk membayar lebih cepat. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Fintech payment dapat diakses kapanpun dan dimanapun. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Fintech payment membantu saya secara efektif dalam transaksi pembayaran. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Saya rasa *fintech payment* sangat mudah digunakan. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☒ ☐ ☐

Aplikasi *fintech payment* sangat mudah dioperasikan sehingga saya tidak merasa kesulitan. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Tidak butuh waktu lama bagi saya untuk memahami cara penggunaan *fintech payment*. *

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

[Kembali](#) [Berikutnya](#) [Kosongkan formulir](#)

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Penerapan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebihan, tidak terencana, atau lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan, sering kali dipengaruhi oleh emosi, tren, atau dorongan sosial.

Baca dan cermati pernyataan dibawah ini, silahkan memilih jawaban yang sesuai dengan pendapat Saudara/i, alternatif jawaban sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Ragu-ragu
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Pertimbangkan kebutuhan Anda sebelum berbelanja. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Saya tidak langsung membeli barang saat pertama kali melihatnya. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Saya tidak ingin mengeluarkan uang terlalu banyak. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Pengendalian diri dalam membeli sesuatu sangatlah penting. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Saya membeli barang untuk memenuhi kebutuhan, bukan hanya untuk bersenang-senang. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Saya memanfaatkan uang saku dengan sebaik-baiknya. *

1

2

3

4

5

☐
☐
☐
☐
☐

Kembali

Kirim

Kosongkan formulir

Jangan pernah mengirimkan sandi melalui Google Formulir.

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google. - [Persyaratan Layanan](#) - [Kebijakan Privasi](#)

Apakah formulir ini tampak mencurigakan? [Laporkan](#)

Google Formulir

VI. Barcode Kuesioner



[illegible]

c. Analisis Statistik Deskriptif *Financial Technology*

		Statistics								
N	Valid	FT1	FT2	FT3	FT4	FT5	FT6	FT7	FT8	FT9
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4,079	4,303	4,326	4,348	4,444	4,382	4,433	4,348	4,399
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Mode		4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00
Std. Deviation		0,676	0,571	0,588	0,631	0,655	0,582	0,561	0,603	0,641
Minimum		2,00	3,00	3,00	1,00	2,00	3,00	2,00	3,00	1,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00

d. Analisis Statistik Deskriptif Perilaku Konsumtif

		Statistics					
N		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6
	Valid	178	178	178	178	178	178
N	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		4,517	4,275	4,287	4,584	4,348	4,421
Median		5,00	4,00	4,00	5,00	4,00	5,00
Mode		5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00
Std. Deviation		0,565	0,842	0,753	0,588	0,723	0,678
Minimum		2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00
Maximum		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00

Lampiran III. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan

Correlations

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	Total
LK1	Pearson Correlation	1	,387**	,276**	,194**	0,069	,238**	0,072	,153*	,512**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,000	0,005	0,179	0,001	0,170	0,021	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK2	Pearson Correlation	,387**	1	,347**	,446**	0,117	,196**	,147*	,200**	,676**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,060	0,004	0,025	0,004	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK3	Pearson Correlation	,276**	,347**	1	,135*	,160*	,374**	0,116	,184**	,532**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,036	0,016	0,000	0,062	0,007	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK4	Pearson Correlation	,194**	,446**	,135*	1	,184**	0,107	,270**	,335**	,682**
	Sig. (1-tailed)	0,005	0,000	0,036		0,007	0,077	0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK5	Pearson Correlation	0,069	0,117	,160*	,184**	1	,295**	,162*	,136*	,460**
	Sig. (1-tailed)	0,179	0,060	0,016	0,007		0,000	0,016	0,035	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK6	Pearson Correlation	,238**	,196**	,374**	0,107	,295**	1	,212**	0,103	,499**
	Sig. (1-tailed)	0,001	0,004	0,000	0,077	0,000		0,002	0,085	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK7	Pearson Correlation	0,072	,147*	0,116	,270**	,162*	,212**	1	,255**	,508**
	Sig. (1-tailed)	0,170	0,025	0,062	0,000	0,016	0,002		0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
LK8	Pearson Correlation	,153*	,200**	,184**	,335**	,136*	0,103	,255**	1	,539**
	Sig. (1-tailed)	0,021	0,004	0,007	0,000	0,035	0,085	0,000		0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178
Total	Pearson Correlation	,512**	,676**	,532**	,682**	,460**	,499**	,508**	,539**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178

**, Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

b. Hasil Uji Validitas Literasi Digital

Correlations

		LD 1	LD 2	LD 3	LD 4	LD 5	LD 6	LD 7	LD 8	LD 9	LD 10	LD 11	Tota l
L D 1	Pearson Correlati on	1	,212 **	,289 **	,317 **	,175 **	,252 **	0,04 5	0,10 6	,132 *	,187 **	0,11 2	,435 **
	Sig. (1- tailed)		0,00 2	0,00 0	0,00 0	0,01 0	0,00 0	0,27 4	0,07 9	0,04 0	0,00 6	0,06 8	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 2	Pearson Correlati on	,212 **	1	,150 *	,136 *	,250 **	,215 **	0,05 3	,195 **	,235 **	,133 *	,193 **	,491 **
	Sig. (1- tailed)	0,00 2		0,02 3	0,03 5	0,00 0	0,00 2	0,24 3	0,00 5	0,00 1	0,03 9	0,00 5	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 3	Pearson Correlati on	,289 **	,150 *	1	,354 **	0,10 0	,237 **	,129 *	0,12 4	,301 **	,262 **	,176 **	,490 **
	Sig. (1- tailed)	0,00 0	0,02 3		0,00 0	0,09 2	0,00 1	0,04 3	0,05 0	0,00 0	0,00 0	0,00 9	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 4	Pearson Correlati on	,317 **	,136 *	,354 **	1	,136 *	,249 **	0,00 7	,159 *	,263 **	,269 **	,145 *	,488 **
	Sig. (1- tailed)	0,00 0	0,03 5	0,00 0		0,03 6	0,00 0	0,46 2	0,01 7	0,00 0	0,00 0	0,02 7	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 5	Pearson Correlati on	,175 **	,250 **	0,10 0	,136 *	1	,373 **	,275 **	0,08 5	,184 **	,188 **	,310 **	,551 **
	Sig. (1- tailed)	0,01 0	0,00 0	0,09 2	0,03 6		0,00 0	0,00 0	0,12 9	0,00 7	0,00 6	0,00 0	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 6	Pearson Correlati on	,252 **	,215 **	,237 **	,249 **	,373 **	1	,172 *	,258 **	,394 **	,250 **	0,10 1	,579 **
	Sig. (1- tailed)	0,00 0	0,00 2	0,00 1	0,00 0	0,00 0		0,01 1	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,08 9	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 7	Pearson Correlati on	0,04 5	0,05 3	,129 *	0,00 7	,275 **	,172 *	1	,174 *	0,09 3	,300 **	,298 **	,474 **
	Sig. (1- tailed)	0,27 4	0,24 3	0,04 3	0,46 2	0,00 0	0,01 1		0,01 0	0,10 9	0,00 0	0,00 0	0,00 0
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
L D 8	Pearson Correlati on	0,10 6	,195 **	0,12 4	,159 *	0,08 5	,258 **	,174 *	1	,417 **	,346 **	,242 **	,541 **
	Sig. (1- tailed)	0,07 9	0,00 5	0,05 0	0,01 7	0,12 9	0,00 0	0,01 0		0,00 0	0,00 0	0,00 1	0,00 0

[illegible]

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

c. Hasil Uji Validitas *Financial Technology*

Correlations

		FT1	FT2	FT3	FT4	FT5	FT6	FT7	FT8	FT9	Total
FT1	Pearson Correlation	1	,348**	,362**	,134*	,303**	,253**	,223**	,210**	,201**	,560**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,000	0,037	0,000	0,000	0,001	0,003	0,004	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT2	Pearson Correlation	,348**	1	,310**	,207**	,394**	,363**	,276**	,397**	,254**	,635**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT3	Pearson Correlation	,362**	,310**	1	,271**	,268**	,245**	,341**	,363**	,238**	,611**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT4	Pearson Correlation	,134*	,207**	,271**	1	,239**	,313**	,370**	,392**	,241**	,563**

	Sig. (1-tailed)	0,037	0,003	0,000		0,001	0,000	0,000	0,000	0,001	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT5	Pearson Correlation	,303**	,394**	,268**	,239**	1	,353**	,382**	,307**	,276**	,635**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,001		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT6	Pearson Correlation	,253**	,363**	,245**	,313**	,353**	1	,373**	,391**	,256**	,624**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT7	Pearson Correlation	,223**	,276**	,341**	,370**	,382**	,373**	1	,404**	,366**	,667**
	Sig. (1-tailed)	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT8	Pearson Correlation	,210**	,397**	,363**	,392**	,307**	,391**	,404**	1	,296**	,675**
	Sig. (1-tailed)	0,003	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
FT9	Pearson Correlation	,201**	,254**	,238**	,241**	,276**	,256**	,366**	,296**	1	,561**
	Sig. (1-tailed)	0,004	0,000	0,001	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178
Total	Pearson Correlation	,560**	,635**	,611**	,563**	,635**	,624**	,667**	,675**	,561**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	178	178	178	178	178	178	178	178	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

d. Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif

Correlations

		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	PK6	Total
PK1	Pearson Correlation	1	,186**	,301**	,191**	,207**	,343**	,556**
	Sig. (1-tailed)		0,006	0,000	0,005	0,003	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
PK2	Pearson Correlation	,186**	1	,303**	,221**	,241**	,162*	,612**
	Sig. (1-tailed)	0,006		0,000	0,002	0,001	0,015	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
PK3	Pearson Correlation	,301**	,303**	1	,360**	,293**	,315**	,699**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
PK4	Pearson Correlation	,191**	,221**	,360**	1	,196**	,286**	,573**
	Sig. (1-tailed)	0,005	0,002	0,000		0,004	0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
PK5	Pearson Correlation	,207**	,241**	,293**	,196**	1	,402**	,636**
	Sig. (1-tailed)	0,003	0,001	0,000	0,004		0,000	0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
PK6	Pearson Correlation	,343**	,162*	,315**	,286**	,402**	1	,656**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,015	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	178	178	178	178	178	178	178
Total	Pearson Correlation	,556**	,612**	,699**	,573**	,636**	,656**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	178	178	178	178	178	178	178

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Lampiran IV. Hasil Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,676	8

b. Uji Reliabilitas Literasi Digital

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,740	11

c. Uji Reliabilitas *Financial Technology*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,794	9

d. Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,680	6

Lampiran V. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		178
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,27781226
Most Extreme Differences	Absolute	0,073
	Positive	0,026
	Negative	-0,073
Test Statistic		0,073
Asymp. Sig. (2-tailed)		,021 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,275 ^d
	99% Confidence Interval Lower Bound	0,189
	Upper Bound	0,362

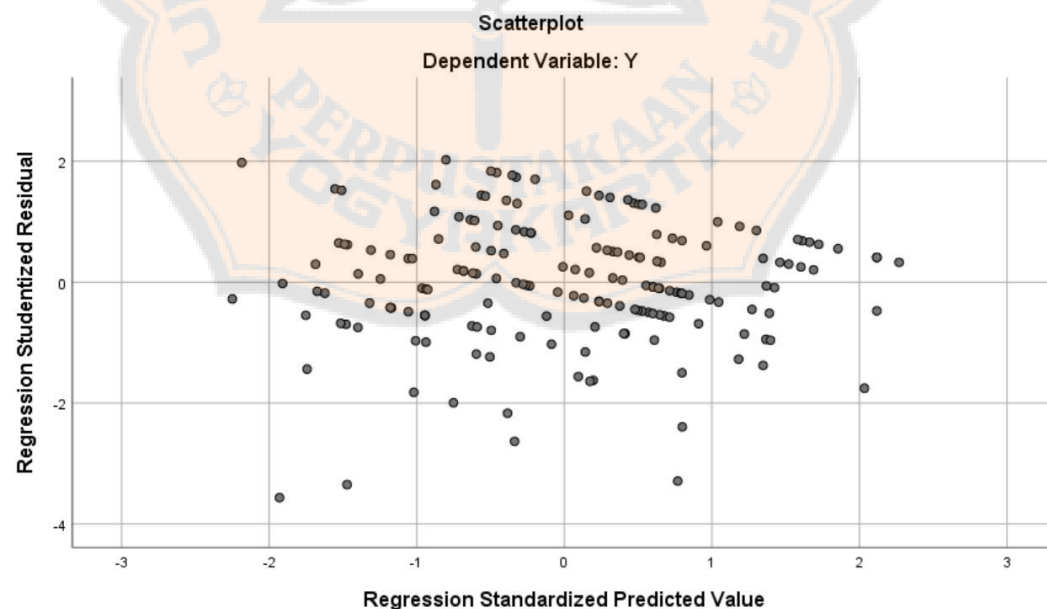
Lampiran VI. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	8,472	2,494		3,397	0,001		
Literasi Keuangan	0,094	0,051	0,132	1,833	0,068	0,854	1,171
Literasi Digital	0,199	0,053	0,293	3,755	0,000	0,728	1,374
Financial Technology	0,140	0,060	0,183	2,329	0,021	0,717	1,394

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran VII. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	8,472	2,494		3,397
	Literasi Keuangan	0,094	0,051	0,132	1,833
	Literasi Digital	0,199	0,053	0,293	3,755
	Financial Technology	0,140	0,060	0,183	2,329

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	275,339	3	91,780	17,389
	Residual	918,352	174	5,278	
	Total	1193,691	177		

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Financial Technology, Literasi Keuangan, Literasi Digital

c. Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,472	2,494		3,397	0,001
Literasi Keuangan	0,094	0,051	0,132	1,833	0,068
Literasi Digital	0,199	0,053	0,293	3,755	0,000
Financial Technology	0,140	0,060	0,183	2,329	0,021

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,618 ^a	0,382	0,372	2,44976

a. Predictors: (Constant), *Financial Technology*, Literasi Keuangan, Literasi Digital

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

BIOGRAFI PENULIS



Penulis memiliki nama lengkap Ade Artanto, biasa dipanggil dengan Ade. Lahir di Kota Surakarta pada tanggal 16 November 2003. Penulis merupakan anak kedua dari Bapak Suyoto Kustanto dan Ibu Saryanti. Memiliki seorang kakak bernama Esterina Eni Muktisari. Penulis memulai pendidikan formal di SD Negeri Sawahan 2 Surakarta. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah pertama di SMP Negeri 6 Surakarta. Kemudian, penulis melanjutkan pendidikan ke tingkat kejuruan di SMK Negeri 2 Surakarta dengan jurusan Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan. Selanjutnya, pada tahun 2021 penulis menempuh kuliah pada Program Studi Akuntansi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.