

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, FINANCIAL TECHNOLOGI, FOMO, DAN LOCUS OF CONTROL TERHADAP PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z

Febrianti Leki Nguju¹, Augladia Aneka Jemita², Citra Ayudiati³
ebyleki28@gmail.com¹, yanejemita@gmail.com², cayudiati@gmail.com³
Universitas Cokroaminoto Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, financial technology, FOMO (Fear of Missing Out), dan locus of control terhadap perilaku pengelolaan keuangan, serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Dalam era digital yang serba cepat, Generasi Z dihadapkan pada kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan melalui berbagai layanan digital, namun hal ini juga berpotensi meningkatkan konsumsi berlebihan jika tidak diiringi dengan pengelolaan keuangan yang bijak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner berbasis skala Likert. Data dianalisis dengan bantuan software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FOMO dan locus of control memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara literasi keuangan dan fintech tidak berpengaruh langsung. Temuan ini menekankan pentingnya aspek psikologis dalam membentuk perilaku keuangan di kalangan generasi muda.

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Financial Technology, FOMO, Locus Of Control, Perilaku Konsumtif, Generasi Z.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of financial literacy, financial technology, FOMO (Fear of Missing Out), and locus of control on financial management behavior and its implications for the consumptive behavior of Generation Z. In today's digital age, Generation Z benefits from the convenience of online financial services; however, without proper financial management, this may lead to uncontrolled spending. A quantitative approach was employed, using a Likert-scale questionnaire to gather primary data. The analysis was conducted using SmartPLS software. The findings reveal that both FOMO and locus of control significantly affect consumptive behavior, while financial literacy and fintech do not show a direct impact. These results highlight the importance of psychological factors in shaping young people's financial behavior.

Keywords: Financial Literacy, Financial Technology, FOMO, Locus Of Control, Consumptive Behavior, Generation Z.

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang lahir di era digital, menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola keuangan mereka. Di satu sisi, kemudahan akses terhadap teknologi keuangan (financial technology) memberikan berbagai kemudahan dalam transaksi keuangan. Namun, di sisi lain, rendahnya literasi keuangan serta pengaruh psikologis seperti FOMO (Fear of Missing Out) dan locus of control dapat memengaruhi perilaku keuangan mereka.

Perilaku pengelolaan keuangan yang kurang optimal dapat berujung pada pola konsumtif yang berlebihan. Oleh karena itu, penting untuk meneliti faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan dan bagaimana perilaku tersebut berdampak pada perilaku konsumtif, khususnya di kalangan Generasi Z.

Perkembangan teknologi digital dewasa ini membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam cara mengelola keuangan pribadi. Munculnya berbagai aplikasi Financial Technology (Fintech) seperti E-Wallet, Mobile Banking, dan

platform investasi digital, telah memudahkan masyarakat, khususnya Generasi Z, untuk melakukan transaksi keuangan dengan cepat dan praktis. Namun, kemudahan ini juga membawa tantangan baru, salah satunya adalah meningkatnya perilaku konsumtif yang didorong oleh penggunaan teknologi tersebut.

Generasi Z, yang lahir dan tumbuh bersama perkembangan internet dan teknologi mobile, menjadi generasi yang sangat adaptif terhadap inovasi digital. Mereka mengutamakan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam berbagai aktivitas, termasuk dalam hal berbelanja dan mengatur keuangan. Sayangnya, dalam proses tersebut, tidak sedikit dari mereka yang kurang memiliki literasi keuangan yang memadai untuk mengelola keuangan secara bijak. Minimnya pemahaman tentang perencanaan keuangan dapat menyebabkan mereka lebih mudah terjerumus dalam perilaku konsumtif, terutama dengan banyaknya godaan promo digital, cashback, diskon instan, dan tren gaya hidup hedonis yang terus diviralkan di media sosial.

Selain literasi keuangan, fenomena Fear of Missing Out (FOMO) juga menjadi faktor penting yang mendorong perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Rasa takut ketinggalan tren terbaru, baik itu dalam bentuk produk, pengalaman, maupun gaya hidup, sering kali membuat individu melakukan pembelian yang sebenarnya tidak direncanakan. Ditambah lagi dengan kehadiran berbagai layanan Fintech yang memberikan kemudahan bertransaksi, perilaku konsumtif menjadi semakin sulit dikendalikan.

Di sisi lain, faktor internal seperti Locus of Control juga berpengaruh terhadap bagaimana seseorang mengelola keuangannya. Individu dengan locus of control internal cenderung merasa bahwa kesuksesan finansial bergantung pada usaha pribadi mereka sendiri, sehingga mereka lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan keuangan. Sebaliknya, individu dengan locus of control eksternal cenderung merasa bahwa nasib keuangan mereka ditentukan oleh faktor luar seperti keberuntungan atau keadaan, yang dapat mendorong perilaku konsumtif yang kurang terkontrol.

Mengamati berbagai fenomena ini, menjadi penting untuk memahami bagaimana literasi keuangan, penggunaan Financial Technology, FOMO, dan locus of control berpengaruh terhadap perilaku pengelolaan keuangan serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z. Dengan pemahaman yang baik, diharapkan dapat dirumuskan solusi yang tepat untuk membantu Generasi Z menjadi lebih bijak dalam mengelola keuangannya di tengah derasnya arus digitalisasi dan gaya hidup modern.

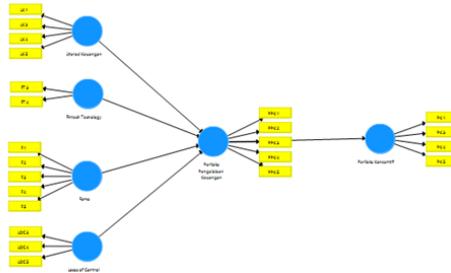
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel yang telah ditentukan. Pendekatan ini dipilih karena dapat menyajikan hasil dalam bentuk angka yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik guna memperoleh kesimpulan yang objektif dan terukur. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring kepada responden yang termasuk dalam kelompok Generasi Z, khususnya mahasiswa yang aktif menggunakan layanan teknologi keuangan digital. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert empat poin, yang mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan yang diberikan.

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah non-probability sampling, khususnya metode accidental sampling, di mana responden yang dijumpai secara kebetulan dan memenuhi kriteria yang ditetapkan akan dijadikan sampel. Hal ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi lapangan dan efisiensi waktu dalam proses pengumpulan data. Jumlah responden ditentukan menggunakan pendekatan rumus Slovin atau panduan dari Hair et al., yang memperhatikan jumlah populasi dan tingkat presisi yang diinginkan.

Untuk menganalisis data yang telah diperoleh, penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SmartPLS. Perangkat lunak ini digunakan karena mampu mengolah data dalam model struktural dengan banyak variabel, serta memudahkan proses pengujian validitas, reliabilitas, dan pengaruh antar variabel yang kompleks dalam model penelitian. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil yang diperoleh dapat menggambarkan secara akurat bagaimana pengaruh literasi keuangan, teknologi keuangan, FOMO, dan locus of control terhadap perilaku pengelolaan keuangan, serta implikasinya terhadap perilaku konsumtif Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Uji Validitas dan Uji Reabilitas

- Uji Validitas (AVE) Validitas konvergen dilihat dari nilai AVE (Average Variance Extracted). Nilai AVE menunjukkan seberapa besar varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk atau variabel laten. Berdasarkan standar yang umum digunakan, nilai AVE yang dianggap memenuhi syarat validitas adalah lebih dari 0,50. Dari tabel, seluruh variabel memiliki nilai AVE yang berada di atas ambang batas tersebut. Misalnya, variabel Fintech Technology memiliki AVE sebesar 0,783, FOMO sebesar 0,660, dan Perilaku Konsumtif sebesar 0,680, yang berarti semua konstruk telah memenuhi syarat validitas konvergen.
- Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha) Reliabilitas mengukur sejauh mana suatu instrumen konsisten dalam mengukur konstruk yang dimaksud. Dalam penelitian ini, reliabilitas diuji dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha melebihi 0,70. Berdasarkan hasil yang ditampilkan, seluruh variabel juga memenuhi syarat reliabilitas. Nilai tertinggi terdapat pada variabel Perilaku Pengelolaan Keuangan dengan skor 0,859, sedangkan nilai terendah tetap berada di atas ambang batas, yaitu pada variabel Locus of Control sebesar 0,715.

Tabel 1: Uji Validitas & Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Average Variance Extracted (AVE)
Fintech Tecnology	0,723	0,783
Fomo	0,873	0,660
Literasi Keuangan	0,780	0,601
Locus of Control	0,715	0,636
Perilaku Konsumtif	0,844	0,680
Perilaku Pengelolaan Keuangan	0,859	0,644

Uji Hipotesis

Tabel 2: Uji Hipotesis

No	Hipotesis	P values	Analisis	Hasil
1	Fintech Tecnology → Perilaku Konsumtif	0,763	P Value >0,05 0,763>0,05	Hipotesis ditolak

2	Fomo → Perilaku Konsumtif	0,004	P Value <0,05 0,004<0,05	Hipotesis diterima
3	Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif	0,171	P Value >0,05 0,171>0,05	Hipotesis ditolak
4	Locus of Control → Perilaku Konsumtif	0,033	P Value <0,05 0,33<0,05	Hipotesis diterima

Hipotesis 1: Fintech Technology → Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian, nilai p-value sebesar 0,763, yang berada di atas batas signifikansi 0,05. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan teknologi keuangan (seperti e-wallet dan aplikasi digital finansial lainnya) terhadap perilaku konsumtif. Artinya, kemudahan dalam bertransaksi secara digital tidak secara langsung menyebabkan individu menjadi lebih konsumtif.

Hipotesis 3: FOMO → Perilaku Konsumtif

Nilai p-value yang dihasilkan adalah 0,004, lebih kecil dari 0,05. Ini berarti bahwa Fear of Missing Out (FOMO) secara signifikan berkontribusi terhadap meningkatnya perilaku konsumtif. Individu yang merasa takut tertinggal tren atau promosi cenderung melakukan pembelian impulsif, bahkan untuk barang atau layanan yang sebenarnya tidak dibutuhkan.

Hipotesis 5: Literasi Keuangan → Perilaku Konsumtif

Pengujian menghasilkan nilai p value sebesar 0,171, yang melebihi nilai ambang 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan atau pemahaman individu tentang konsep keuangan tidak menunjukkan hubungan langsung yang signifikan dengan kecenderungan untuk berperilaku konsumtif. Dengan kata lain, meskipun seseorang memiliki pemahaman finansial yang baik, hal tersebut tidak menjamin bahwa ia akan mampu menekan keinginan untuk mengonsumsi secara berlebihan.

Hipotesis 7: Locus of Control → Perilaku Konsumtif

Pada hipotesis ini, diperoleh nilai p sebesar 0,033, yang berada di bawah nilai signifikan 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa Locus of Control berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Artinya, individu yang merasa memiliki kendali atas keputusan dan tindakannya sendiri (locus of control internal) cenderung lebih mampu mengendalikan pola konsumsinya, dibanding mereka yang merasa kehidupannya ditentukan oleh faktor luar.

KESIMPULAN

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang tumbuh di era digital dan sangat akrab dengan kemajuan teknologi, termasuk dalam hal keuangan. Akses yang mudah terhadap aplikasi financial technology (fintech) seperti dompet digital dan layanan kredit instan memberikan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga membawa tantangan tersendiri. Salah satunya adalah meningkatnya risiko perilaku konsumtif akibat lemahnya kontrol diri dan kurangnya pengetahuan finansial.

Dari latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana literasi keuangan, penggunaan fintech, fenomena FOMO, dan locus of control memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan, serta bagaimana pengelolaan keuangan tersebut berdampak pada perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Dengan menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan analisis SmartPLS, penelitian ini menggali lebih dalam hubungan antar variabel melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada mahasiswa sebagai

representasi dari generasi Z.

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas, seluruh konstruk yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel, karena memiliki nilai AVE di atas 0,5 dan Cronbach's Alpha lebih dari 0,7. Ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan mampu mengukur konstruk secara tepat dan konsisten.

Adapun dari hasil uji hipotesis, ditemukan bahwa hanya FOMO dan locus of control yang memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor psikologis lebih dominan dalam memengaruhi kebiasaan belanja impulsif dibandingkan dengan faktor literasi keuangan atau penggunaan teknologi keuangan digital.

Sementara itu, literasi keuangan dan fintech tidak menunjukkan pengaruh langsung terhadap konsumsi berlebih, namun memiliki kontribusi positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Ini berarti, meskipun tidak langsung menekan perilaku konsumtif, keduanya dapat berperan dalam membentuk perilaku finansial yang lebih bijak melalui manajemen keuangan yang lebih baik.

Secara keseluruhan, penelitian ini menekankan pentingnya penguatan aspek psikologis seperti kontrol diri dan kesadaran terhadap pengaruh sosial dalam membentuk perilaku konsumsi, serta pentingnya pembekalan pengetahuan keuangan sejak dini. Di tengah gempuran digitalisasi dan tren konsumsi yang terus berkembang, generasi muda perlu didukung dengan strategi literasi yang tidak hanya berbasis pada pengetahuan, tetapi juga memperkuat daya kendali internal mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Marendra, A., & Fahrani, N. H. (2024). Pengaruh Literasi Digital dan Perencanaan Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pengguna Bank Digital Pada Generasi Z (Usia 20-27) di DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, 3. E-ISSN: 2880-943X.
- Melati, E., & Rokhmania, N. (20xx). Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan dan Kemajuan Teknologi terhadap Keputusan Berinvestasi Generasi Z. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 18(1), 151–163. P-ISSN: 2252-5394, E-ISSN: 2714-7053.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Gaya Hidup serta Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z pada Masa Pandemi. *IERJ: Indonesian Education Research Journal*, 1(1).
- Siregar, M. A., & Pratiwi, P. D. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3), 3068–3074.
- Fahrezi, M. Z., Balqis, S. R., Rahmawati, D., & Azzahra, A. M. P. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(1), 129–142.
- Pattinaya, L., Ekananda, M., & Mukyanto, A. (2025). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Behavior dan Financial Attitude terhadap Keputusan Investasi Pembelian Rumah Oleh Generasi Z. *Journal of Accounting, Finance and Management (JAFM)*, 6(1), 115–133.
- Megawati, M., Radjab, A. M., Suharto, S., Abubakar, A., & Yus, A. R. (2025). Pengaruh Financial Technology dan Locus of Control terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Studi Pada Generasi Z. *Jurnal XYZ*, 2(2).
- Mufarihin, A., & Hakim, M. A. (2025). Pengetahuan Keuangan Syariah, Religiusitas, dan Intensitas Pemanfaatan E-Commerce terhadap Perilaku Konsumtif Muslim-Muslimah Generasi Z. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 3(1).
- Sholikah, M., & Wibowo, E. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Persepsi Kemudahan dan Gaya Hidup Gen Z terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Shopeepay. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*,
- Fatimah, N., & Fathihani, R. (2023). The Role of Financial Literacy in Shaping Gen Z's Financial

- Behavior in a Cashless Environment. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 12(1), 101–113.
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2021). The Influence of Lifestyle and Financial Knowledge on the Consumptive Behavior of Gen Z During the Pandemic. *Indonesian Education Research Journal (IERJ)*, 1(1).
- Fahrezi, M. Z., Balqis, S. R., Rahmawati, D., & Azzahra, A. M. P. (2025). Income, Financial Literacy, and FOMO Influences on Shopee Users' Consumption from an Islamic Perspective. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(1), 129–142.
- Melati, E., & Rokhmania, N. (n.d.). Financial Literacy, Financial Behavior, and Technological Advances Toward Investment Decisions Among Gen Z. *Measurement: Jurnal Akuntansi*, 18(1), 151–163.
- Marendra, A., & Fahrani, N. H. (2024). The Impact of Digital Literacy and Financial Planning on Digital Bank Users' Financial Management in Gen Z. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, 3.
- Siregar, M. A., & Pratiwi, P. D. (2024). Financial Literacy's Impact on Gen Z Financial Behavior with Lifestyle as a Mediating Variable. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3), 3068–3074.
- Pattinaya, L., Ekananda, M., & Mukyanto, A. (2025). The Influence of Financial Knowledge, Behavior, and Attitude on Gen Z's Home Purchase Decisions. *Journal of Accounting, Finance and Management (JAFM)*, 6(1), 115–133.
- Megawati, M., Radjab, A. M., Suharto, S., Abubakar, A., & Yus, A. R. (2025). The Effect of Financial Technology and Locus of Control on Gen Z's Financial Management Behavior. *Jurnal XYZ*, 2(2).
- Mufarihin, A., & Hakim, M. A. (2025). Islamic Financial Literacy, Religiosity, and E-Commerce Usage Intensity Toward the Consumptive Behavior of Muslim Gen Z. *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 3(1).
- Sholikah, M., & Wibowo, E. (2025). Digital Financial Literacy, Perceived Ease, and Gen Z Lifestyle on E-Wallet Usage Intention. *JRIME: Jurnal Riset Manajemen dan Ekonomi*, (vol & issue belum tercantum).