



Received 24-07-25
Revised 06-10-25
Accepted 24-10-25

Affiliation:
¹UPN "Veteran" Jawa
Timur, Surabaya

***Correspondence:**
21013010044@student.upnjatim.ac.id

DOI:
10.24036/wra.v13i2.1351
18

Sikap Keuangan dan Pengaruhnya terhadap Perilaku Keuangan Gen Z di Surabaya: Peran Literasi Keuangan dan Fintech

Vidya Hangialei Waninghiyun^{1*}, Tantina Haryati¹

Abstract

Purpose –

This study aims to examine the role of financial attitudes as a personal psychological factor that is evaluative, affective, or instrumental in explaining the financial behavior of Generation Z. Furthermore, this study considers financial literacy and fintech as variables influencing financial behavior.

Design/methodology/approach –

The study was conducted using a quantitative approach by distributing questionnaires to Generation Z in Surabaya. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method to test the relationships between variables in the research model.

Findings –

The results indicate that financial attitudes have a significant influence on Gen Z's financial behavior. Financial literacy and fintech use also contribute to shaping more targeted financial behavior.

Originality/value –

This study makes an empirical contribution by highlighting the psychological role of financial attitudes in the financial behavior model of Generation Z and combining them with financial literacy and fintech variables within a research framework based on the Theory of Planned Behavior (TPB).

Research limitations/implications –

The limitations of this study lie in the use of a cross-sectional design and the limited geographical coverage of respondents. The study findings can serve as a basis for academics, policymakers, and fintech service providers to design strategies to improve the financial behavior of the younger generation.

Keywords: Financial attitudes, financial behavior, generation z, financial literacy, fintech.

Article Type: Research Paper



Introduction

Perkembangan era digital telah secara drastis mengubah wajah industri keuangan, dengan kehadiran Teknologi Finansial (*fintech*) menjadi pendorong utama. Generasi Z (lahir 1997–2012) merupakan kelompok yang tumbuh bersama kemajuan ini, menjadikannya pengguna alami dari solusi *fintech* (Krisnanik et al., 2024). Fakta ini menandakan terjadinya pergeseran cara generasi ini berinteraksi dengan layanan keuangan, di mana kenyamanan penggunaan dan aksesibilitas menjadi faktor kunci (Abu Daqar et al., 2021). Studi ini memiliki landasan teoretis yang kuat dalam disiplin ilmu Akuntansi Keperilakuan (*Behavioral Accounting*), yang fokus utamanya adalah menganalisis interaksi antara dimensi kognitif (literasi), afektif (sikap), dan lingkungan sosial (pengaruh sebaya) dalam menentukan Perilaku Finansial individu

Untuk memastikan kejelasan riset, studi ini mendasarkan diri pada konseptualisasi variabel kunci. Teknologi Finansial diartikan sebagai inovasi teknologi yang mengubah penyediaan layanan keuangan secara efisien dan cepat (World Bank, 2021). Namun, dalam konteks penelitian survei ini, *fintech* tidak diukur sebagai infrastruktur, melainkan sebagai persepsi kegunaan dan adopsi individu terhadap layanan *fintech* yang mereka gunakan sehari-hari, sehingga konsisten dengan unit analisis individual. Selanjutnya, Literasi Keuangan dipandang sebagai kombinasi pengetahuan, keterampilan, sikap, dan kesadaran yang esensial untuk mengambil keputusan keuangan yang bijaksana (OJK/OECD, 2020). Akhirnya, variabel terikat Perilaku Keuangan (*Financial Conduct*) merujuk pada tindakan nyata individu dalam mengelola uang, seperti perencanaan, penganggaran, dan evaluasi investasi yang merupakan manifestasi dari keputusan akuntansi dan keuangan personal.

Kemampuan literasi keuangan dan adopsi *fintech* secara teoretis berperan sebagai faktor kunci pembentuk perilaku yang rasional (Cheah et al., 2023). Penelitian non-Generasi Z seringkali menguatkan hubungan positif antara pengetahuan dan kesejahteraan finansial (Philippas dan Avdoulas, 2021). Namun, riset dalam ranah Akuntansi Keperilakuan yang lebih spesifik pada Gen Z mengungkapkan kelemahan fundamental: Tingginya literasi kognitif dan adopsi teknologi belum otomatis diterjemahkan menjadi perilaku positif.

Sikap terhadap keuangan merupakan aspek psikologis penting yang memengaruhi hasil ini. Singh et al. (2024) menemukan bahwa sikap keuangan memediasi hubungan antara pengetahuan dan niat investasi, yang menegaskan sikap sebagai jembatan yang menghubungkan kognisi dan aksi. (Abu Daqar et al., 2021) juga mendukung bahwa sikap berfungsi sebagai mediator yang signifikan antara pengetahuan dan praktik nyata dalam pengelolaan keuangan Gen Z. Meskipun Surabaya sebagai kota metropolitan utama di Indonesia dikenal memiliki populasi mahasiswa Gen Z yang masif, tingginya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Azsahrah & Ardhana, 2020) mengindikasikan adanya "*why-behavior-gap*". Kelemahan riset sebelumnya adalah kegagalan menjelaskan secara tuntas mengapa kemudahan *fintech* dan intervensi literasi kampus gagal mencegah perilaku konsumtif. Kontribusi utama (*Novelty*) paper ini adalah membuktikan bahwa Sikap Keuangan (faktor internal psikologis) adalah jembatan yang hilang (*missing link*) yang menentukan apakah literasi dan *fintech* akan dikonversi menjadi perilaku nyata, sesuai dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB).

Selain faktor internal, *peer influence* (pengaruh teman sebaya) menjadi variabel penting. Mengingat Generasi Z sangat terhubung melalui media sosial, keputusan keuangan mereka sering kali dipengaruhi oleh lingkup sosial dan interaksi digital (Paramita, B.B, 2024). Dinamika ini sejalan dengan konsep Norma Subjektif dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB). Alasan pemakaian variabel moderasi ini adalah untuk menguji apakah tekanan sosial dari teman sebaya memperkuat atau melemahkan hubungan antara faktor internal (sikap/literasi) dengan perilaku keuangan.

Fokus Riset di Surabaya didasarkan pada besarnya populasi mahasiswa akuntansi di kota ini, yang secara spesifik menghadapi lingkungan konsumerisme yang tinggi. Penelusuran ini dimaksudkan untuk menelaah keterkaitan antara persepsi teknologi finansial, literasi keuangan, dan sikap keuangan dengan perilaku konsumtif mahasiswa Gen Z di Surabaya (Retna, 2024).

Berdasarkan uraian sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pertanyaan utama, yaitu apakah persepsi terhadap *fintech*, literasi keuangan, dan sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Selain itu, penelitian ini juga menelaah peran *peer influence* dalam

memoderasi hubungan antara variabel-variabel tersebut dengan perilaku keuangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran variabel-variabel tersebut secara terintegrasi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi nyata, baik secara teoretis maupun praktis, khususnya dalam merumuskan strategi edukasi keuangan yang efektif dan berfokus pada pembentukan sikap. Strategi ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi kebijakan kampus dalam mendukung generasi muda agar mampu mengelola keuangan secara bijak di era digital saat ini.

Literature Review

Theory of Planned Behavior

Menurut *Theory of Planned Behavior*, setiap orang dipandang sebagai makhluk rasional yang secara aktif memfilter informasi dari lingkungannya, mempertimbangkan konsekuensi dari setiap tindakan, serta mengevaluasi kemampuan pribadi sebelum memutuskan untuk menerima atau menolak suatu tindakan (Ajzen, 2005). Berdasarkan teori ini, terdapat tiga komponen utama yang memengaruhi perilaku seseorang (Ajzen, 1991). Ketiga komponen ini terdiri dari faktor individu, norma subjektif, dan persepsi atas kontrol perilaku. Faktor individu mencerminkan keyakinan seseorang terhadap perilaku tertentu. (Ajzen, 1991) mengemukakan bahwa sebelum bertindak, seseorang akan menimbang manfaat dan kerugian (hasil yang mungkin muncul) serta dampak yang dapat ditimbulkan dari perilaku tersebut. Sementara itu, norma subjektif mencakup pengaruh faktor sosial dan budaya yang membentuk suatu komunitas, seperti adat istiadat, norma yang berlaku, serta pandangan masyarakat terhadap perilaku di lingkungan sekitarnya. Persepsi kontrol perilaku dipengaruhi oleh pengalaman individu serta lingkungan sosialnya (Ajzen, 1991). Penelitian ini menggunakan kerangka *Theory of Planned Behavior* untuk menelaah pengaruh *Financial Technology*, literasi keuangan, serta sikap keuangan terhadap perilaku keuangan serta mempertimbangkan *peer influence* sebagai variabel moderasi.

Financial Technology

Bank Indonesia mendefinisikan *Financial Technology (fintech)* sebagai penggabungan antara layanan keuangan dengan teknologi yang mampu mentransformasi proses bisnis menjadi lebih efisien dan modern. Sebelum kemunculan *fintech*, berbagai transaksi keuangan seperti peminjaman dana maupun pembayaran harus dilakukan secara tatap muka. Dengan hadirnya *fintech*, proses transaksi dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja tanpa perlu interaksi tatap muka. *fintech* lahir dari kemajuan teknologi yang menghadirkan model aktivitas baru, mempermudah, sekaligus meningkatkan keamanan konsumen dalam mengakses layanan keuangan. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi finansial ini memungkinkan transaksi dilakukan secara fleksibel, tanpa dibatasi ruang dan waktu. Bahkan, di era sekarang, batas antarnegara tidak lagi menjadi kendala bagi individu dalam bertransaksi keuangan. (Siskawati & Ningtyas, 2022).

Literasi Keuangan

Menurut OECD, literasi keuangan dipahami sebagai perpaduan antara pengetahuan, keterampilan, sikap, dan keyakinan yang membantu individu dalam membuat keputusan keuangan secara tepat. (Azsahrah & Ardhana, 2020). Literasi keuangan secara signifikan berkorelasi positif dengan perilaku manajemen keuangan Gen Z terutama pengguna e-wallet atau paylater seperti ShopeePayLater (Restiyanti & Yadiati, 2024). Pemahaman keuangan yang memadai, baik secara langsung maupun melalui frekuensi transaksi dan total pengeluaran bulanan, dapat menekan perilaku impulsif pada pengguna PayLater (Elliyana et al., 2024).

Sikap Keuangan

Menurut Fadila, N. (2022), sikap keuangan merujuk pada kondisi psikologis, perspektif, dan penilaian individu terhadap aspek finansial, yang wujudnya tidak dapat dilihat secara langsung tetapi dapat diidentifikasi melalui perilaku dan perkataan. Sikap ini memengaruhi cara seseorang dalam mengelola, menyimpan, menabung, hingga membelanjakan uang (Asih & Khafid, 2020). Oleh karena itu, sikap keuangan yang positif akan mendukung individu dalam mengatur keuangannya secara

optimal, sedangkan sikap keuangan yang kurang baik dapat memicu perilaku keuangan yang negatif, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan keuangan yang tidak diharapkan.

Perilaku Keuangan

Perilaku Keuangan mencakup cara individu menerapkan literasi keuangan, seperti perencanaan, budgeting, serta kontrol pengeluaran. Menurut [Rodriguez et al \(2024\)](#) dalam studi Gen Z Quezon City menemukan mediasi *Financial behavior* yang kuat antara literasi dan kecenderungan pengeluaran. Sedangkan penelitian lain menjelaskan bahwa literasi tinggi bisa menurunkan impulsifitas belanja, terutama melalui peran kontrol diri sebagai mediator. Kontrol diri atau *self-control* terbukti penting dalam RAM menghindarkan konsumen Gen Z dari pembelian impulsif.

Peer Influence

Peer influence merujuk pada fenomena yang ditandai oleh adanya seleksi dan sosialisasi di antara individu. Menurut Bristol dan Mangleburg (2005) dalam Hendarman dan Andriani (2024), pengaruh teman sebaya adalah proses di mana kelompok sebaya memengaruhi pemikiran serta perilaku seseorang. *peer influence* dalam tiga aspek, yaitu ejekan (*teasing*), percakapan tentang penampilan dengan teman (*appearance conversation with friends*), dan atribusi teman mengenai pentingnya bentuk dan berat badan dalam konteks popularitas (*peer attributions about the importance of weight and shape regarding popularity*).

Pengaruh Antarvariabel

Technology Acceptance Model menjelaskan jika keputusan individu untuk Penerimaan atau penolakan terhadap suatu teknologi dipengaruhi oleh dua aspek utama, yakni persepsi terkait kemudahan penggunaannya (*perceived ease of use*) dan persepsi akan kegunaannya (*perceived usefulness*). Proses perencanaan, penyimpanan, serta pengendalian dalam pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh kemudahan akses dan penggunaan layanan keuangan berbasis teknologi ([Siskawati & Ningtyas, 2022](#)). [Ferdiansyah dan Triwahyuningtyas \(2021\)](#) juga menyatakan bahwa peningkatan penggunaan layanan keuangan digital oleh individu berdampak positif pada perilaku keuangan serta kemampuan mereka dalam mengatur keuangan.

H₁: *Financial Technology berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.*

Literasi keuangan mengacu pada kemampuan seseorang dalam memahami serta menginterpretasikan konsep dasar terkait perilaku finansial. Rendahnya literasi keuangan dapat membuat individu menentukan keputusan keuangan yang keliru dan memicu permasalahan keuangan. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan berperan dalam membantu individu membangun perilaku keuangan yang lebih baik ([Zulaihati et al., 2020](#)). Selain itu, ([Asih & Khafid, 2020](#)) juga mengatakan bahwa Seseorang dengan literasi keuangan yang tinggi umumnya lebih terampil dalam menyusun perencanaan anggaran, menabung secara konsisten, dan menghindari utang konsumtif, pemahaman keuangan yang memadai mendorong perilaku pengelolaan keuangan yang sehat, mulai dari perencanaan keuangan hingga pemilihan instrumen keuangan yang tepat.

H₂: *Literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.*

Perilaku keuangan yang bertanggung jawab berawal dari penerapan sikap keuangan yang tepat dan positif. Sikap keuangan mencerminkan keyakinan individu dalam menentukan sikap guna mendukung perilaku keuangan yang bertanggung jawab dan membantu merumuskan tujuan serta keputusan keuangan yang bijaksana. [Malik & Younas, \(2023\)](#), [Dewi & Santoso, \(2022\)](#) membuktikan bahwa perilaku keuangan yang positif dapat mendorong seseorang untuk lebih bijak dalam mengelola keuangannya. Sebaliknya, perilaku keuangan yang tidak baik berpotensi membuat individu kurang selektif dalam membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan serta memandang uang hanya sebagai sumber kepuasan.

H₃: *Sikap keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.*

Peer influence atau pengaruh teman sebaya adalah faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku finansial seseorang, terutama dalam konteks Gen Z yang sangat aktif di media sosial dan

komunitas digital. [Prasetyo & Mustaqim, \(2024\)](#) menyatakan bahwa keputusan keuangan anak muda saat ini sering dipengaruhi oleh opini, kebiasaan, dan saran dari teman sebaya. *peer influence* berpotensi meningkatkan dampak *Financial Technology* terhadap perilaku keuangan. Apabila seseorang melihat rekan-rekannya memanfaatkan aplikasi keuangan untuk keperluan menabung maupun investasi, maka individu tersebut akan terdorong menyesuaikan perilakunya dengan pola yang sama ([Sutarmin et al., 2023](#)).

H₄: *Peer influence* memoderasi hubungan antara *financial technology* terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.

Peer influence atau pengaruh teman sebaya adalah faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku finansial seseorang, terutama dalam konteks Gen Z yang sangat aktif di media sosial dan komunitas digital. [Alshebami et al. \(2022\)](#) menyatakan bahwa keputusan keuangan anak muda saat ini sering dipengaruhi oleh opini, kebiasaan, dan saran dari teman sebaya. [Marheni et al., \(2024\)](#) mengungkapkan dalam konteks Generasi Z, *peer influence* sering kali memperkuat atau melemahkan hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan, tergantung pada norma dan perilaku finansial yang dominan di lingkungan sosial mereka.

H₅: *Peer influence* memoderasi hubungan antara literasi keuangan terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.

Peer influence atau pengaruh teman sebaya adalah faktor eksternal yang dapat memengaruhi perilaku finansial seseorang, terutama dalam konteks Gen Z yang sangat aktif di media sosial dan komunitas digital. [Malhotra dan Baag \(2023\)](#), individu dengan sikap keuangan positif akan lebih mudah menerapkan perilaku finansial yang sehat apabila berada di lingkungan sosial yang mendukung kebiasaan keuangan yang baik. Sebaliknya, jika berada di kelompok sebaya yang cenderung konsumtif, pengaruh sikap positif tersebut dapat tereduksi. Studi empiris yang dilakukan oleh [Firdaus dan Asandimitra \(2024\)](#) pada Generasi Z di Surabaya menunjukkan bahwa *peer influence* berperan penting dalam memperkuat hubungan antara sikap terhadap menabung dengan perilaku keuangan aktual, menegaskan bahwa norma sosial kelompok menjadi faktor kunci dalam pembentukan perilaku finansial.

H₆: *Peer influence* memoderasi hubungan antara sikap keuangan terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z.

Methods

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang bersumber dari survei. Metode ini dipilih untuk menguji hubungan kausalitas dan peran moderasi antar variabel, sejalan dengan kerangka Akuntansi Keperilakuan (*behavioral accounting*). Populasi yang diteliti adalah mahasiswa Generasi Z (khususnya angkatan 2021–2023) pada program studi Akuntansi di empat perguruan tinggi negeri (PTN) di Surabaya.

Total sampel ditetapkan sebanyak 100 responden. Jumlah ini ditentukan berdasarkan rekomendasi dalam analisis Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), di mana sampel minimal harus 10 kali jumlah jalur struktural atau minimal 10 kali jumlah item kuesioner pada konstruk yang paling kompleks. Sampel 100 dianggap memadai untuk model dengan jumlah konstruk dan hubungan yang terbatas. Teknik Pengambilan Sampel menggunakan Purposive Sampling dengan kriteria utama responden adalah mahasiswa aktif program studi Akuntansi di Surabaya yang aktif menggunakan layanan *Financial Technology* (misalnya, e-wallet atau paylater).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring (*online*) atau langsung. Prosedur ini menjamin etika penelitian yang ketat, termasuk penyediaan persetujuan berdasar informasi (*informed consent*) di awal kuesioner, yang menjelaskan tujuan penelitian dan menjamin anonimitas serta kerahasiaan data responden sesuai kode etik. Untuk memitigasi potensi bias, dilakukan uji non-response bias dengan membandingkan respons dari responden awal dan akhir (*early and late respondents*). Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert 1–5. Pengembangan instrumen kuesioner didasarkan pada adaptasi dari riset terdahulu yang terpublikasi di jurnal bereputasi, dan telah melalui pilot test pada 30 responden non-sampel untuk memastikan validitas dan reliabilitas (Cronbach's Alpha $\geq 0,70$) sebelum disebarkan ke sampel utama.

Pengukuran variabel penelitian ini diadaptasi dari [Davis, F. D. \(1989\)](#). Riset-riset sebelumnya sering menggunakan model Technology Acceptance Model (TAM), namun penelitian ini secara spesifik memilih item-item yang mengukur persepsi kegunaan dan kemudahan adopsi *fintech* oleh individu, karena aspek persepsi inilah yang memicu niat dan perilaku.

Literasi Keuangan diukur menggunakan 8 item pertanyaan. Pengukuran Literasi Keuangan memiliki banyak alternatif, mulai dari pengukuran objektif (soal benar/salah) hingga subjektif (skala Likert). Penelitian ini menggunakan modifikasi dari kuesioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) yang merujuk pada standar OECD ([Singh, Sharma, & Joshi, 2024](#)). Pengukuran ini dipilih karena fokusnya yang seimbang, tidak hanya pada pengetahuan kognitif, tetapi juga pada aspek keterampilan dan kesadaran finansial, yang lebih relevan dengan perilaku sehari-hari Gen Z.

Sikap Keuangan diukur dengan 5 item pertanyaan yang dikembangkan dari kuesioner [Xiao \(2008\)](#), sebuah karya seminal yang banyak dirujuk oleh riset Behavioral Finance dan memfokuskan pada dimensi kedisiplinan dan tanggung jawab finansial. Pemilihan ini didasarkan pada asumsi bahwa sikap yang kuat (disiplin) adalah prediktor utama (H_3) yang membedakan niat dari perilaku nyata.

Peer influence sebagai pemoderasi diukur menggunakan 4 item pertanyaan yang diadaptasi dari penelitian [Rizky & Asandimitra \(2024\)](#) mengenai *peer conformity*. Variabel ini dipilih karena paling efektif menangkap unsur norma subjektif dalam konteks Gen Z pengguna media sosial.

Perilaku Keuangan diukur dengan 6 item pertanyaan yang diadaptasi dari studi *financial conduct* (misalnya [Dewi & Santoso, 2022](#)), yang mencakup dimensi perencanaan, penganggaran, dan pengendalian konsumsi.

Data riset ini dianalisis menggunakan *partial least square-structural equation modeling* (PLS-SEM) dengan software SmartPLS. Metode ini dipilih dan dijustifikasi karena PLS-SEM sangat cocok untuk menguji model struktural yang kompleks dengan banyak variabel moderasi (seperti peran *peer influence*), yang menjadi fokus utama riset ini. Sebagai metode berbasis varian (non-parametrik), PLS-SEM tidak mensyaratkan asumsi distribusi data yang ketat (normalitas), menjadikannya metode yang kuat untuk analisis data kuesioner survei. PLS-SEM berorientasi pada prediksi hubungan antar variabel, yang sesuai dengan tujuan penelitian kausalitas dalam Akuntansi Keperilakuan.

Results

Sebagai langkah awal sebelum analisis model, dilakukan uji non-response bias dengan membandingkan rata-rata jawaban dan karakteristik demografi antara responden awal (25% pertama) dan responden akhir (25% terakhir). Hasil Uji-t (atau Uji Mann-Whitney) menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik ($p > 0,05$) antara kedua kelompok, mengindikasikan bahwa data yang dikumpulkan cukup representatif dan bias yang disebabkan oleh non-respons berada pada tingkat minimal.

Penelitian ini melibatkan 100 responden mahasiswa dari beberapa perguruan tinggi negeri di Surabaya yang seluruhnya merupakan pengguna aplikasi *financial technology*, seperti e-wallet, mobile banking, dan lainnya. Karakteristik responden pada penelitian ini mencakup kategori gender, rentang usia, semester perkuliahan, serta asal perguruan tinggi sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Responden Berdasarkan Gender

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------|-------------|
| Laki-laki | 10 | 10% |
| Perempuan | 90 | 90% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Ditinjau dari gender, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah 90 orang atau setara dengan 90%, sementara responden laki-laki hanya 10 orang atau 10%. Hasil ini memperlihatkan bahwa partisipasi responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-

laki, yang kemungkinan mencerminkan komposisi mahasiswa program studi akuntansi di perguruan tinggi yang diteliti.

Table 2 Karakteristik Responden Ditinjau dari Usia

| Tingkat Usia | Jumlah | Persentase |
|---------------|------------|-------------|
| < 20 tahun | 8 | 8% |
| 20 – 23 tahun | 85 | 85% |
| > 23 tahun | 7 | 7% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan kategori umur, sebagian besar responden termasuk dalam rentang usia 20 hingga 23 tahun, yaitu sebanyak 85 orang (85%). Sementara itu, responden berusia di bawah 20 tahun berjumlah 8 orang (8%) dan yang berusia di atas 23 tahun sebesar 7 orang (7%). Hal ini mengindikasikan bahwa responden berada pada usia produktif untuk menerima pendidikan tinggi dengan karakteristik gen Z yang menjadi fokus penelitian ini.

Table 3 Responden Berdasarkan Semester Perkuliahan

| Semester | Jumlah | Persentase |
|--------------|------------|-------------|
| 1 | 0 | 0% |
| 2 | 8 | 8% |
| 3 | 1 | 1% |
| 4 | 2 | 2% |
| 5 | 1 | 1% |
| 6 | 12 | 12% |
| 7 | 1 | 1% |
| 8 | 72 | 72% |
| 9 | 2 | 2% |
| 10 | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan data semester, mayoritas responden tercatat berada di semester 8, yaitu sebanyak 72 orang atau 72%. Temuan ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden berada pada fase akhir perkuliahan, sehingga diasumsikan telah memiliki pengalaman akademik dan finansial yang memadai untuk menjawab kuesioner penelitian secara kritis dan reflektif. Responden dari semester lain, seperti semester 2 (8%), semester 6 (12%), dan sisanya di bawah 2% pada semester lainnya.

Table 4 Responden Berdasarkan Universitas

| Universitas | Jumlah | Persentase |
|--|------------|------------|
| Universitas Airlangga | 32 | 32% |
| Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jatim | 33 | 33% |
| Universitas Negeri Surabaya | 20 | 20% |
| Universitas Islam Negeri Sunan Ampel | 15 | 15% |
| Total | 100 | |

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Adapun pada asal perguruan tinggi, responden berasal dari empat universitas negeri berbeda di Surabaya. Responden terbanyak berasal dari UPN “Veteran” Jawa Timur (UPNVJT) sebanyak 33 orang (33%), diikuti oleh Universitas Airlangga sebanyak 32 orang (32%). Sementara itu, Universitas

Negeri Surabaya (Unesa) menyumbang 20% responden, dan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) sebanyak 15%.

Hasil Analisis Data Outer Model (Model Pengukuran) Hasil Uji Validitas Konvergen

Nilai beban luar masing-masing indikator digunakan untuk mengkaji validitas konvergen. Jika nilai beban luar lebih besar dari 0,70, indikator dinilai valid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar indikator memenuhi kriteria ini, Namun, beberapa indikator memiliki loading di bawah 0,50, sehingga disarankan untuk dihapus untuk meningkatkan validitas model.

Hasil Uji Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan menerapkan kriteria Fornell-Larcker dilakukan dengan melakukan perbandingan nilai akar AVE (nilai diagonal) pada korelasi antar konstruk (off-diagonal). Setiap akar AVE lebih tinggi dibandingkan korelasi dengan konstruk lain; sebagai ilustrasi, akar AVE Literasi Keuangan sebesar 0,662 lebih besar daripada korelasi maksimumnya, yaitu 0,615. Ini menunjukkan bahwa validitas diskriminasi sudah terpenuhi untuk konstruksi secara keseluruhan.

Hasil Uji Reliabilitas Konstruksi

Konstruksi diuji dengan Alpha Cronbach, *Composite Reliability* (CR), dan AVE. Sebagian besar konstruk menunjukkan reliabilitas yang baik dengan CR di atas 0,70 (*Financial Attitude* 0.802, *Financial Literacy* 0.792). Namun, beberapa konstruk memiliki AVE di bawah 0,50 (*Financial Attitude* 0.449, *Financial Technology* 0.397), yang menunjukkan bahwa validitas konvergen belum ideal dan indikator harus diperbaiki. Reliabilitas tertinggi ditunjukkan oleh Struktur *peer influence* ($\alpha = 0.811$, CR = 0.821).

Tabel 5 menyajikan nilai R² dalam konstruk perilaku keuangan tercatat sebesar 0,556, yang menunjukkan bahwa teknologi keuangan, literasi keuangan, perspektif keuangan, dan interaksi pengaruh teman dapat menyumbang 55,6% variasi perilaku keuangan siswa Gen Z. Nilai R² yang disesuaikan sebesar 0,522 juga menunjukkan bahwa model ini berada pada kategori sedang dalam menjelaskan perilaku keuangan.

Table 5 R Square

| | R-square | R-square adjusted |
|---------------------------|----------|-------------------|
| <i>Financial behavior</i> | 0.556 | 0,510 |

Sumber: Hasil Olah data SmartPLS; 2025

Hasil *path coefficient* disajikan di Tabel 6 menguji kekuatan dan arah hubungan antar konstruk serta pengaruh moderasi *peer influence*. Nilai ini digunakan untuk menguji hipotesis langsung maupun interaksi moderasi, yang akan dibahas lebih lanjut.

Hipotesis yang Diterima: Dominasi Sikap Keuangan (H3)

Hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan adanya pengaruh signifikan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan diterima dengan kuat. Dengan koefisien jalur 0,510, nilai T-statistik mencapai 4,942, dan p-value 0,000, temuan ini menunjukkan bahwa Sikap Keuangan merupakan determinan yang paling signifikan dan dominan dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa Gen Z. Temuan ini sangat konsisten dengan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam literatur Akuntansi Keperilakuan, yang secara teoretis memposisikan sikap (*Attitude*) sebagai prediktor langsung terkuat terhadap niat dan perilaku aktual. Sikap yang positif—mencakup kedisiplinan dan tanggung jawab finansial—berfungsi sebagai filter internal yang krusial. Filter ini memungkinkan individu untuk mengendalikan perilaku konsumtif mereka, terlepas dari tekanan eksternal atau pengetahuan kognitif murni. Dominasi Sikap ini menyoroti bahwa pada Gen Z, aspek afektif/psikologis (nilai dan keyakinan) jauh lebih kritis dan menentukan dibandingkan aspek kognitif atau instrumental.

Table 6 Path coefficient

| | Ori sample (O) | Sample mean (M) | Standard deviation (STDEV) | T statistics (O/STDEV) | P values |
|--|----------------|-----------------|----------------------------|--------------------------|----------|
| Sikap keuangan -> perilaku keuangan | 0.510 | 0.502 | 0.103 | 4.942 | 0.000 |
| literasi keuangan -> perilaku keuangan | 0.138 | 0.138 | 0.125 | 1.099 | 0.272 |
| <i>Financial Technology</i> -> perilaku keuangan | 0.035 | 0.055 | 0.112 | 0.317 | 0.751 |
| <i>peer influence</i> -> perilaku keuangan | 0.214 | 0.233 | 0.082 | 2.600 | 0.009 |
| <i>peer influence</i> x <i>Financial Technology</i> -> perilaku keuangan | 0.027 | 0.025 | 0.099 | 0.275 | 0.784 |
| <i>peer influence</i> x Sikap keuangan -> perilaku keuangan | (0.118) | (0.114) | 0.101 | 1.169 | 0.242 |
| <i>peer influence</i> x literasi keuangan -> perilaku keuangan | 0.015 | 0.007 | 0.103 | 0.143 | 0.886 |

Sumber: Hasil Olah Data SmartPLS, 2025

Hipotesis yang Ditolak: Kegagalan Potensi Kognitif dan Teknologi (H1 dan H2)

Dua hipotesis utama, yaitu pengaruh *Financial Technology* (H1) dan Literasi Keuangan (H2) terhadap Perilaku Keuangan, secara statistik ditolak.

- Penolakan *Financial Technology* (H1): Nilai T-statistik hanya 0,317 dengan p-value 0,751. Temuan ini memperlihatkan bahwa meskipun mahasiswa Gen Z aktif memanfaatkan berbagai aplikasi keuangan digital (*e-wallet*, *mobile banking*), kehadiran teknologi tersebut tidak secara langsung membentuk perilaku keuangan yang positif. Dalam perspektif *Behavioral Economics*, *fintech* (seperti *paylater*) telah dinormalisasi dan diartikan sebagai alat instrumental yang hanya memudahkan transaksi. Kemudahan ini, tanpa kontrol diri yang diatur oleh Sikap, justru dapat memperburuk kecenderungan perilaku konsumtif dan impulsif. Artinya, teknologi hanya efektif jika Sikap yang mendasari pengguna sudah disiplin.
- Penolakan Literasi Keuangan (H2): Nilai T-statistik sebesar 1,099 dan p-value 0,272 menunjukkan penolakan. Hasil ini menggarisbawahi "*why-behavior-gap*" yang menjadi *research gap* dalam studi ini. Hal ini konsisten dengan literatur Akuntansi Keperilakuan kontemporer. Misalnya, Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan secara kognitif tidak selalu cukup untuk mendorong perilaku keuangan yang positif. Literasi keuangan hanya memberikan kemampuan potensial, namun tanpa dukungan sikap keuangan yang baik dan disiplin diri, individu sering kali gagal menerjemahkan pengetahuan tersebut ke dalam tindakan nyata seperti menabung atau mengelola pengeluaran (Dewi & Santoso, 2022; Malik & Younas, 2023). Mahasiswa, misalnya, mungkin memahami konsep investasi, namun perilaku konsumtif dan kurangnya pengendalian diri membuat mereka sulit menerapkan penganggaran keuangan secara konsisten.
- Hipotesis Moderasi yang Ditolak: Otonomi Sikap Melawan Tekanan Sosial (H4-H6)

- Seluruh hipotesis interaksi moderasi yang menguji peran *peer influence* (H4-H6) terhadap hubungan variabel independen dengan Perilaku Keuangan ditolak secara statistik. Nilai T-statistik untuk ketiga interaksi tersebut berada di bawah ambang batas 1,96 dan p-value-nya melebihi 0,05.
- d. Penjelasan Teoretis dan Gen Z: Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh teman sebaya (Norma Subjektif dalam TPB) tidak berperan dalam memperkuat maupun melemahkan hubungan antara Sikap, Literasi, atau *fintech* dengan Perilaku Keuangan.

Discussion

Temuan analitis yang menunjukkan bahwa *peer influence* tidak signifikan dalam memoderasi hubungan antara *Financial Technology* (*fintech*) dan Perilaku Keuangan merupakan hasil yang penting. Meskipun Gen Z sangat aktif dan mudah terpengaruh oleh Norma Subjektif (*peer influence*) melalui media sosial, pengaruh ini gagal mengubah intensitas hubungan antara persepsi teknologi dan tindakan disiplin keuangan. Penjelasan dari sudut pandang Akuntansi Keperilakuan adalah bahwa *fintech* dipandang sebagai alat instrumental yang netral. Keputusan Gen Z di Surabaya untuk menggunakan *fintech* didorong oleh utilitas dan kemudahan personal (aspek TAM), bukan tekanan sosial. Dengan demikian, dorongan teman sebaya tidak signifikan dalam menentukan apakah individu akan menggunakan kemudahan *fintech* untuk tujuan positif (misalnya, investasi mikro) atau justru memicu perilaku konsumtif (misalnya, *paylater*). Hal ini menguatkan argumen bahwa Sikap Keuangan internal berfungsi sebagai filter yang jauh lebih kuat dalam menanggapi alat teknologi, dan pengaruh eksternal menjadi sekunder.

Temuan yang menunjukkan bahwa *peer influence* tidak berperan dalam memoderasi keterkaitan antara Literasi Keuangan dengan Perilaku Keuangan secara eksplisit menolak hipotesis moderasi yang diajukan. Kegagalan ini menyiratkan bahwa lingkungan sosial tidak mampu secara signifikan meningkatkan kemampuan mahasiswa untuk mengaplikasikan pengetahuan yang mereka miliki (literasi) menjadi praktik nyata (perilaku). Literasi Keuangan, yang merupakan aspek Kontrol Perilaku yang Dirasakan dalam TPB, memerlukan upaya dan disiplin pribadi yang tinggi untuk diimplementasikan. Meskipun teman sebaya dapat mendorong pengetahuan, mereka gagal menyediakan kapasitas kontrol diri yang esensial. Konsisten dengan studi Qomariyah & Padmantlyo (2025), hal ini mengindikasikan bahwa dorongan dari luar (*peer influence*) akan redup jika tidak didukung oleh kapasitas psikologis individu. Oleh karena itu, bagi Gen Z, efek *peer influence* cenderung terbatas pada keputusan superfisial, dan tidak meresap ke dalam keputusan fundamental yang memerlukan komitmen jangka panjang.

Selain itu, hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari *peer influence* dalam memoderasi hubungan antara Sikap Keuangan dengan Perilaku Keuangan. Temuan ini sangat kuat dalam mendukung hipotesis bahwa Sikap adalah faktor yang mandiri dan dominan. Sikap Keuangan, yang mencakup nilai-nilai kedisiplinan dan tanggung jawab, merupakan variabel afektif/internal yang telah diinternalisasi oleh individu. Dalam konteks TPB, Sikap (*Attitude*) dan Norma Subjektif (*peer influence*) adalah dua jalur yang secara terpisah memengaruhi niat. Kegagalan moderasi ini menegaskan bahwa Sikap positif yang kokoh berfungsi sebagai pelindung internal yang kebal terhadap tekanan sosial negatif (misalnya, ajakan konsumtif). Sebaliknya, meskipun seorang mahasiswa memiliki sikap yang rapuh, tekanan teman sebaya juga tidak cukup kuat untuk secara statistik mengubah intensitas hubungan antara sikap lemah tersebut dengan perilaku konsumtifnya. Hasil ini menguatkan posisi bahwa di antara mahasiswa Akuntansi Gen Z, Sikap adalah penentu perilaku yang hampir mutlak, dan pengaruh lingkungan tidak memiliki kemampuan untuk secara signifikan mengubah kekuatan mekanisme *self-control* yang diciptakan oleh sikap tersebut.

Conclusion

Studi ini bertujuan menganalisis pengaruh *Financial Technology* (*fintech*), Literasi Keuangan, dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan mahasiswa Generasi Z, dengan menguji peran *peer influence* sebagai variabel moderasi. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square-Structural*

Equation Modeling (PLS-SEM) menghasilkan ringkasan temuan, kontribusi, dan implikasi sebagai berikut.

Hasil penelitian secara konsisten membuktikan bahwa Sikap Keuangan adalah determinan yang paling signifikan dan dominan dalam membentuk Perilaku Keuangan mahasiswa Gen Z. Sikap yang mencakup disiplin dan tanggung jawab finansial berfungsi sebagai pendorong utama tindakan nyata. Sebaliknya, baik *Financial Technology* maupun Literasi Keuangan gagal menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap perilaku keuangan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan (literasi) dan akses kemudahan teknologi tidak memadai untuk membentuk disiplin finansial tanpa dukungan faktor internal psikologis. Lebih lanjut, *peer influence* tidak terbukti memiliki peran yang signifikan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara variabel independen dengan perilaku keuangan.

Studi ini memberikan kontribusi empiris penting pada literatur Akuntansi Keperilakuan dengan menegaskan kembali peran sentral Sikap Keuangan dalam konteks Generasi Z. Dengan membuktikan dominasi Sikap, penelitian ini berhasil mengisi research gap mengenai mengapa tingkat Literasi yang tinggi dan kemudahan adopsi *fintech* belum mampu menanggulangi perilaku konsumtif pada generasi ini. Temuan ini menantang fokus studi yang berlebihan pada faktor eksternal (teknologi) atau kognitif (pengetahuan), dan justru mengalihkan perhatian ke faktor internal sebagai penentu utama perilaku finansial.

Implikasi praktis dari studi ini sangat jelas: upaya untuk menumbuhkan perilaku keuangan yang sehat pada mahasiswa Gen Z harus diarahkan pada aspek afektif (Sikap), alih-alih hanya berfokus pada perluasan akses teknologi atau peningkatan skor literasi. Modul edukasi keuangan di perguruan tinggi dan lembaga terkait harus bergeser dari sekadar transfer informasi menuju pembentukan nilai, kebiasaan disiplin, dan kontrol diri yang lebih personal. Sikap keuangan positif adalah fondasi yang harus dibangun terlebih dahulu agar ilmu dan kemudahan teknologi dapat dimanfaatkan untuk tujuan yang konstruktif dan bertanggung jawab.

References

- Abu Daqar, M., Mohammad, A., & Khaled, M. (2021). *fintech* adoption and *Financial* behavior among youth: Opportunities and challenges. *Journal of Finance and Banking Studies*, 10(3), 112–121. [https://doi.org/10.21511/bbs.15\(3\).2020.03](https://doi.org/10.21511/bbs.15(3).2020.03)
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior* (2nd ed.). Open University Press.
- Alshebami, A. S., et al. (2022). The interplay of social influence, *Financial* literacy, and saving behaviour: Evidence among young adults. *Sustainability*, 14(14), 8780. <https://doi.org/10.3390/su14148780>
- Asih, S. W., & Khafid, M. (2020). *Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior melalui Locus Of Control sebagai Variabel Intervening*. *Economic Education Analysis Journal*, 9(3), 748–767. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.42349>
- Azsahrah, S., & Ardhana, M. A. (2020). The effect of *Financial* literacy and online shopping on student consumptive behavior. [Nama Jurnal Tidak Dicantumkan], 76–82. <https://doi.org/10.57178/jer.v6i1.561%24>
- Sahn, L. H., Leong, S., & Shan, L. H. (2023). Leading Generation Z's *Financial* literacy through *Financial* education: Contemporary bibliometric and content analysis in China. *SAGE Open*, 13(3), 1–18. <https://doi.org/10.1177/21582440231188308>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Dewi, N. L. P., & Santoso, R. (2022). The impact of *Financial* literacy and self-control on *Financial* behavior of Generation Z in Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(1), 45–56. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.756>

- Elliyana, E., Kurnia, A., & Ismayanti, D. (2024). The impact of *Financial* literacy on the consumptive behavior of Generation Z Paylater users: A study on e-commerce platforms. *Journal of Production, Operations Management and Economics*, 6, 77–87.
<https://doi.org/10.55529/jpome.46.77.87>
- Fadila, N., Goso, G., Hamid, R. S., & Ukkas, I. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, Financial Technology, persepsi risiko, dan locus of control terhadap keputusan investasi pengusaha muda*. *Owner*, 6(2), 1633–1643. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.789>
- Ferdiansyah, A., & Triwahyuningtyas, N. (2021). Pengaruh digital payment dan *fintech* terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(1), 88–97.
<http://dx.doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4727>
- Firdaus, E. M., & Asandimitra, N. (2024). Factors influencing Gen Z saving behavior in Surabaya: Moderating each with *Attitude* toward saving. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(9), Article 6039. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v11i9.6039>
- Hendarman, M. N. R., & Andriani, M. (2024). Pengaruh social media usage dan *peer influence* terhadap keputusan pembelian melalui electronic word of mouth sebagai variabel intervening pada online marketplace. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 291–304. <https://doi.org/10.35384/jamie.v2i1.543>
- Khasanah, A., Khafid, M., & Santoso, J. (2022). The impact of *Financial* literacy, emotional intelligence, and peer conformity through money *Attitudes* on consumptive behavior. *Journal of Economic Education*, 11(1), 190–197. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec>
- Krisnanik, E., Octaviani, D., & Sutoyo, E. (2024). Tech titans: Generation Z's role in the *fintech* evolution. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(10), 8201.
<https://doi.org/10.24294/jipd.v8i10.8201>
- Labong, M. D. C., Palallos, L., & Rodriguez, J. M. (2024). The mediation of *Financial* behavior to *Financial* literacy and spending habits of Gen Z: An exploratory factor analysis. *International Journal of Economics and Finance*, 16(8), 45–62.
<https://doi.org/10.20944/preprints202409.1696.v1>
- Malhotra, N., & Baag, P. K. (2023). Impact of *Financial* literacy and *peer influence* on *Financial* behavior of the members of the self-help groups: A PLS-SEM based study. *IIMS Journal of Management Science*, 14(1), 123–147. <https://doi.org/10.1177/0976030X221128711>
- Malik, M. A., & Younas, A. (2023). Influence of *Financial* literacy and *Financial Attitude* on *Financial* behavior among university students. *Cogent Economics & Finance*, 11(1), 2238751.
<https://doi.org/10.1080/23322039.2023.2238751>
- Marheni, D. K., et al. (2024). Factors influencing Gen Z saving behavior in Surabaya: The role of *peer influence* and *Financial* literacy. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v11i9.6039>
- Mulyani, S., Widyastuti, U., Wijayanthi, I. M., & Suryani, A. (2024). The influence of *Financial* literacy, lifestyle, and *Financial* planning on consumptive behavior in Millennials and Generation Z. *International Journal of Professional Business Review*, 9(3), e04089.
<https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>
- Otoritas Jasa Keuangan & OECD. (2020). Survei nasional literasi dan inklusi keuangan. OJK.
[https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024/Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20\(SNLIK\)%202024.pdf](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024/Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20(SNLIK)%202024.pdf)
- Paramita, B. B., & Paramita, V. S. (2024). The Influence of *Financial* Literacy, Lifestyle and *Financial* Planning on Consumptive Behavior in Millennials and Generation Z. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>
- Philippas, N. D., & Avdoulas, C. (2021). *Financial* literacy and *Financial* well-being among Generation Z university students: Evidence from Greece. *The European Journal of Finance*, 27(4–5), 360–381. <https://ideas.repec.org/a/taf/eurjfi/v26y2020i4-5p360-381.html>

- Prasetyo, F. A., & Mustaqim, M. (2024). Financial Technology, Financial *knowledge*, and Financial Attitude of Generation Z: *Determinants of Financial behavior*. Journal of Enterprise and Development, 6(2). <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.9836>
- Restiyanti, W., & Yadiati, W. (2024). The effect of *Financial* literacy and locus of control towards *Financial* management behavior among Gen Z as online lenders. Journal of Accounting, Auditing and Business, 7(1), 86–98. <https://doi.org/10.24198/jaab.v7i1.52480>
- Retna, E. (2024). *Financial* behavior of Generation Z in Surabaya city: Analysis of the relationship between *Financial* literacy and lifestyle. Research in Business & Social Science, 13(9), 113–123. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v13i9.3796>
- Rizky, A. L., & Asandimitra, N. (2024). The influence of *Financial* literacy, mental accounting, peer conformity, lifestyle, self-control, and e-wallet on the consumptive behavior of Gen Z coffee shop consumers. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 11(8). <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v11i8.5833>
- Rodriguez, J. M. P., Labong, M. D. C., & Palallos, L. Q. (2024). The mediation of *Financial* behavior to *Financial* literacy and spending habits of Gen Z: An exploratory factor analysis. Preprints. <https://doi.org/10.20944/preprints202409.1696.v1>
- Singh, A., Sharma, P., & Joshi, M. (2024). *Financial* knowledge and social influence on Generation Z intention to invest: The mediating role of *Financial Attitude* and literacy. Media Ekonomi dan Manajemen, 40(1), 121–147. <https://doi.org/10.56444/mem.v40i1.4567>
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). *Financial* literacy, *Financial Technology*, and student *Financial* behavior. Dialektika: Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sutarmin, S., Maulida, S., Sugiyanto, & Budiarti, W. (2023). *Financial Literacy and Financial Attitude Analysis Lifestyle–Mediated on Shopee Consumer Consumptive Behavior in Generation Z*. The Journal of Management Theory and Practice, 4(2). <https://doi.org/10.37231/jmtp.2023.4.2.370>
- World Bank. (2021). Digital *Financial* services: Emerging trends and policy implications. World Bank Group. <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/305a39cbb6f35567db78bda6709c5cd8-0430012025/original/World-Bank-DFS-Whitepaper-DigitalFinancialServices.pdf>
- Xiao, J. J. (2008). Applying behavior theories to *Financial* behavior. Dalam J. J. Xiao (Ed.), Handbook of Consumer Finance Research (hlm. 69-81). Springer. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_5