



## Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta

Naswa Aulia Rahmawati<sup>1</sup>, Cindy Avionica<sup>2</sup>, Thera Puspita Ningrum<sup>3</sup>, Rizky Ramadhan Aprian Aditama<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

<sup>1</sup>[naswaaulia398@gmail.com](mailto:naswaaulia398@gmail.com), <sup>2</sup>[avncaca@gmail.com](mailto:avncaca@gmail.com), <sup>3</sup>[theraningrum@gmail.com](mailto:theraningrum@gmail.com),

<sup>4</sup>[rizky.ramadhan@unisri.ac.id](mailto:rizky.ramadhan@unisri.ac.id)

### Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi dan perilaku konsumsi masyarakat, khususnya Generasi Z yang memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap layanan keuangan berbasis teknologi. Kemudahan penggunaan financial technology berpotensi meningkatkan perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan literasi keuangan dan self-control yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial technology, literasi keuangan, dan self-control terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta. Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior sebagai grand theory dan Consumer Behavior Theory sebagai middle theory. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif. Data diperoleh melalui kuesioner kepada 100 responden Generasi Z di Kota Surakarta dengan teknik purposive sampling, dan dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics melalui statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial technology berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan dan self-control berpengaruh negatif dalam menurunkan perilaku konsumtif. Selain itu, ketiga variabel secara simultan memengaruhi perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta, dengan self-control sebagai faktor yang paling dominan. Penelitian ini menunjukkan bahwa keseimbangan antara pemanfaatan teknologi keuangan, kemampuan pengelolaan keuangan, dan pengendalian diri menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana di era digital.

**Kata kunci:** Financial Technology; Literasi Keuangan; Self-Control; Perilaku Konsumtif; Generasi Z.

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi mendalam pada berbagai aktivitas ekonomi masyarakat Indonesia, termasuk dalam sistem transaksi keuangan yang semakin mengarah pada penggunaan layanan berbasis digital. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [1], sebanyak 79,5% penduduk Indonesia atau lebih dari 221 juta jiwa telah terkoneksi dengan internet, sehingga pemanfaatan perangkat digital dan telepon pintar dalam kegiatan ekonomi sehari-hari mengalami peningkatan yang sangat pesat. Kondisi ini didukung oleh berkembangnya ekonomi digital nasional yang ditandai dengan meningkatnya penggunaan berbagai layanan financial technology (fintech), sistem pembayaran elektronik, serta perdagangan berbasis daring yang menawarkan kemudahan dan efisiensi transaksi bagi jutaan pengguna di seluruh penjuru Indonesia [2,3].

Perluasan infrastruktur pembayaran digital juga tercermin dari pertumbuhan penggunaan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) yang terus meningkat dan telah dimanfaatkan oleh puluhan juta pengguna serta pelaku usaha di Indonesia sebagai alternatif pembayaran nontunai yang semakin diterima luas dalam berbagai segmen ekonomi, mulai dari UMKM mikro hingga pusat perbelanjaan skala besar [2]. Hal ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi keuangan digital di Indonesia sudah berada pada tahap yang sangat matang, dan dampaknya terhadap perilaku ekonomi masyarakat, khususnya dalam hal konsumsi, menjadi sangat penting untuk dikaji secara mendalam dan komprehensif.

Fenomena tersebut menjadi perhatian serius karena kemudahan transaksi digital berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif, terutama pada kelompok Generasi Z yang sejak masa pertumbuhannya telah berinteraksi dengan teknologi digital dalam berbagai aspek kehidupan. Generasi Z, yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi digital native yang terbiasa memanfaatkan internet, media sosial, e-wallet, marketplace, dan layanan paylater dalam aktivitas keseharian, sehingga memiliki intensitas transaksi digital yang relatif tinggi dibandingkan kelompok generasi lainnya [1,3]. Kemudahan akses yang ditawarkan berbagai platform

keuangan digital ini, di satu sisi memberikan efisiensi transaksi yang tinggi, namun di sisi lain berpotensi mengurangi pertimbangan rasional individu sebelum melakukan pembelian, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya pola konsumsi yang berlebihan dan tidak terencana.

Pemilihan Kota Surakarta sebagai lokasi penelitian dinilai sangat relevan mengingat kota ini telah berkembang sebagai salah satu pusat pendidikan terbesar di Jawa Tengah dengan populasi pelajar dan mahasiswa yang sangat besar dari berbagai penjuru Indonesia [4]. Ekosistem digital di Surakarta turut berkembang pesat ditandai dengan meluasnya adopsi QRIS dan berbagai platform e-commerce di kalangan pedagang dan pelaku usaha, sehingga layanan fintech semakin mudah dijumpai dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari masyarakat kota. Keberadaan ekosistem yang adaptif terhadap perkembangan teknologi keuangan ini menyebabkan Generasi Z di Surakarta memiliki peluang yang lebih besar untuk memanfaatkan berbagai layanan fintech, sekaligus memiliki kerentanan lebih tinggi terhadap perilaku konsumtif sebagai konsekuensinya.

Financial technology (fintech) merupakan inovasi pada sektor jasa keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk menyediakan layanan lebih efektif, efisien, dan mudah diakses, meliputi digital payment, e-wallet, mobile banking, hingga paylater [5,6]. Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan, mengelola pendapatan, menyusun anggaran, menabung, dan mengambil keputusan investasi yang tepat [7,8]. Self-control merupakan kemampuan psikologis individu untuk mengendalikan emosi, menahan dorongan sesaat, dan mempertimbangkan alternatif sebelum mengambil keputusan ekonomi [9,10]. Ketiga faktor ini diduga saling berinteraksi dalam membentuk perilaku konsumtif Generasi Z di era digital.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan inkonsistensi hasil. Fintech terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif dalam sejumlah studi [5,11], namun tidak signifikan dalam studi lain [12]. Literasi keuangan menunjukkan pengaruh negatif signifikan [13] namun beberapa penelitian menemukan pengaruhnya tidak signifikan atau bahkan positif [14]. Inkonsistensi ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut pada konteks yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh financial technology, literasi keuangan, dan self-control terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta secara komprehensif dan terintegrasi dalam satu model penelitian.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh financial technology, literasi keuangan, dan self-control terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini menguji hubungan antarvariabel melalui analisis statistik berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden.

### 2.1. Kerangka Teoritis

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) sebagai grand theory yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku. Selain itu, penelitian ini didukung oleh *Consumer Behavior Theory*, *Technology Acceptance Model* (TAM), *Financial Literacy Theory*, dan *Self-Control Theory* sebagai landasan dalam menjelaskan hubungan antara financial technology, literasi keuangan, self-control, dan perilaku konsumtif. Melalui pendekatan teori tersebut, penggunaan financial technology dipandang dapat mendorong perilaku konsumsi, sedangkan literasi keuangan dan self-control berperan sebagai faktor yang membantu individu mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional sehingga mampu mengendalikan perilaku konsumtif Generasi Z.

### 2.2. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, hipotesis penelitian ini adalah: (H1) *Financial Technology* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Surakarta; (H2) *Literasi Keuangan* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Surakarta; (H3) *Self-Control* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Surakarta; (H4) *Financial Technology*, *Literasi Keuangan*, dan *Self-Control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif pada Generasi Z di Surakarta.

### 2.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah Generasi Z berdomisili di Kota Surakarta yang lahir tahun 1997–2012. Menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) berusia 17–27 tahun; (2) berdomisili di Kota Surakarta; (3) pernah

menggunakan layanan financial technology; dan (4) bersedia menjadi responden. Penetapan sampel menggunakan rumus Lemeshow untuk populasi tidak terbatas:

$$n = Z^2 \times p \times q / d^2 \quad (1)$$

Dengan  $Z = 1,96$ ;  $p = q = 0,5$ ;  $d = 0,10$ , diperoleh  $n = 96,04$  dibulatkan menjadi **100 responden** generasi Z di Surakarta.

#### 2.4. Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert 1-5, yang mencakup 20 butir pernyataan: lima butir untuk variabel *Financial Technology* (X1), lima butir untuk Literasi Keuangan (X2), lima butir untuk *Self-Control* (X3), dan lima butir untuk Perilaku Konsumtif (Y). Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, dan laporan penelitian terdahulu.

#### 2.5. Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan IBM SPSS Statistics 26 melalui tahapan: (1) statistik deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban; (2) uji validitas ( $r$  hitung  $>$   $r$  tabel = 0,1966; sig.  $<$  0,05) dan uji reliabilitas (Cronbach's Alpha  $>$  0,70); (3) uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov), multikolinearitas (Tolerance  $>$  0,10; VIF  $<$  10), autokorelasi (Runs Test), dan heteroskedastisitas (Glejser) [16,26]; (4) regresi linear berganda dengan model:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (2)$$

Di mana  $Y$  = Perilaku Konsumtif;  $\alpha$  = konstanta;  $b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi;  $X_1$  = *Financial Techonology*;  $X_2$  = Literasi Keuangan;  $X_3$  = *Self-Control*; dan  $e$  = error. Hipotesis diuji melalui uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada  $\alpha = 0,05$

### 3. Hasil dan Diskusi

#### 3.1. Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 100 responden Generasi Z di Kota Surakarta. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas perempuan (58%) dan laki-laki (42%). Dominasi responden perempuan konsisten dengan temuan bahwa perempuan cenderung lebih aktif berbelanja secara digital [6,24]. Berdasarkan usia, kelompok 20–22 tahun mendominasi (49%), diikuti 23–26 tahun (27%), dan 17–19 tahun (24%). Mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK (55%), diikuti Sarjana S1 (35%), dan Diploma (10%). Berdasarkan pekerjaan, pelajar/mahasiswa mendominasi (57%), diikuti karyawan swasta (21%), wirausaha (9%), freelance (6%), dan belum bekerja (7%). Mayoritas responden berpendapatan Rp1.500.000–Rp2.999.999 per bulan (39%), mencerminkan karakteristik kelompok muda dengan kapasitas keuangan yang masih dalam tahap berkembang. Yang paling signifikan adalah 51% responden menggunakan layanan fintech setiap hari, menunjukkan tingkat ketergantungan yang sangat tinggi terhadap ekosistem keuangan digital dalam keseharian Generasi Z di Kota Surakarta. Seluruh profil responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden (n=100)

| Karakteristik    | Kategori          | n  | %  |
|------------------|-------------------|----|----|
| Jenis Kelamin    | Laki-laki         | 42 | 42 |
|                  | Perempuan         | 58 | 58 |
| Usia             | 17–19 tahun       | 24 | 24 |
|                  | 20–22 tahun       | 49 | 49 |
|                  | 23–26 tahun       | 27 | 27 |
| Pendidikan       | SMA/SMK           | 55 | 55 |
|                  | Diploma           | 10 | 10 |
|                  | Sarjana (S1)      | 35 | 35 |
| Pekerjaan        | Pelajar/Mahasiswa | 57 | 57 |
|                  | Karyawan Swasta   | 21 | 21 |
|                  | Wirausaha         | 9  | 9  |
|                  | Freelance/Lainnya | 13 | 13 |
| Pendapatan/Bulan | < Rp1.500.000     | 26 | 26 |

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.11247>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

|                    |                       |    |    |
|--------------------|-----------------------|----|----|
|                    | Rp1.500.000–2.999.999 | 39 | 39 |
|                    | Rp3.000.000–4.999.999 | 23 | 23 |
|                    | ≥ Rp5.000.000         | 12 | 12 |
| Intensitas Fintech | Setiap hari           | 51 | 51 |
|                    | 3–5x/minggu           | 29 | 29 |
|                    | 1–2x/minggu           | 14 | 14 |
|                    | Jarang                | 6  | 6  |

Sumber: Data primer yang diolah, 2026.

### 3.2. Statistik Deskriptif Variabel

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi skor setiap variabel penelitian. Kategori skor rata-rata ditentukan berdasarkan interval: 1,00–1,80 = sangat rendah; 1,81–2,60 = rendah; 2,61–3,40 = sedang; 3,41–4,20 = tinggi; 4,21–5,00 = sangat tinggi.

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

| Variabel                  | Min | Max | Mean  | SD    | Kategori |
|---------------------------|-----|-----|-------|-------|----------|
| Financial Technology (X1) | 12  | 25  | 20,11 | 2,789 | Tinggi   |
| Literasi Keuangan (X2)    | 5   | 25  | 16,31 | 4,651 | Sedang   |
| Self-Control (X3)         | 5   | 25  | 17,46 | 4,266 | Sedang   |
| Perilaku Konsumtif (Y)    | 12  | 25  | 21,94 | 2,848 | Tinggi   |

Sumber: Data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2026.

Berdasarkan Tabel 2, variabel Financial Technology memiliki nilai rata-rata 20,11 (kategori tinggi), menunjukkan bahwa responden memiliki intensitas pemanfaatan layanan keuangan digital yang tinggi dalam keseharian. Variabel Perilaku Konsumtif memiliki rata-rata 21,94 (kategori tinggi), mengindikasikan kecenderungan konsumsi berlebihan yang cukup kuat pada Generasi Z di Kota Surakarta. Sementara itu, Literasi Keuangan (mean = 16,31) dan Self-Control (mean = 17,46) berada pada kategori sedang, yang mengindikasikan masih terdapat ruang yang signifikan untuk peningkatan kapasitas keuangan dan pengendalian diri pada kelompok responden ini. Variasi data yang cukup besar pada variabel Literasi Keuangan (SD = 4,651) menunjukkan adanya kesenjangan kemampuan finansial yang cukup lebar di antara responden.

### 3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson dengan nilai  $r$  tabel = 0,1966 ( $n=100$ ,  $\alpha=5\%$ ). Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (threshold > 0,70) [26]. Hasil selengkapnya disajikan pada Tabel 3. Seluruh 20 butir pernyataan pada keempat variabel dinyatakan valid ( $r$  hitung > 0,1966; sig. = 0,000 < 0,05) dan seluruh instrumen variabel dinyatakan reliabel (Alpha > 0,70). Nilai Alpha tertinggi dimiliki oleh Literasi Keuangan (0,953) yang mencerminkan konsistensi internal instrumen yang sangat tinggi, diikuti Self-Control (0,929), Perilaku Konsumtif (0,887), dan Financial Technology (0,829). Nilai  $r$  hitung berkisar antara 0,708–0,937, jauh melampaui nilai  $r$  tabel, mengkonfirmasi bahwa seluruh instrumen mengukur konstruk yang dimaksud dengan akurat dan konsisten.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

| Variabel                     | Item | $r$ Hitung | Sig.  | Alpha | Ket.             |
|------------------------------|------|------------|-------|-------|------------------|
| Financial Technology<br>(X1) | X1.1 | 0,781      | 0,000 | 0,829 | Valid & Reliabel |
|                              | X1.2 | 0,809      | 0,000 |       | Valid            |
|                              | X1.3 | 0,780      | 0,000 |       | Valid            |
|                              | X1.4 | 0,708      | 0,000 |       | Valid            |
|                              | X1.5 | 0,774      | 0,000 |       | Valid            |
| Literasi Keuangan<br>(X2)    | X2.1 | 0,920      | 0,000 | 0,953 | Valid & Reliabel |
|                              | X2.2 | 0,906      | 0,000 |       | Valid            |
|                              | X2.3 | 0,908      | 0,000 |       | Valid            |
|                              | X2.4 | 0,937      | 0,000 |       | Valid            |

|                    |      |       |       |       |                  |
|--------------------|------|-------|-------|-------|------------------|
|                    | X2.5 | 0,916 | 0,000 |       | Valid            |
| Self-Control       | X3.1 | 0,903 | 0,000 | 0,929 | Valid & Reliabel |
| (X3)               | X3.2 | 0,882 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | X3.3 | 0,856 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | X3.4 | 0,893 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | X3.5 | 0,883 | 0,000 |       | Valid            |
| Perilaku Konsumtif | Y1   | 0,835 | 0,000 | 0,887 | Valid & Reliabel |
| (Y)                | Y2   | 0,827 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | Y3   | 0,874 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | Y4   | 0,799 | 0,000 |       | Valid            |
|                    | Y5   | 0,821 | 0,000 |       | Valid            |

Sumber: SPSS, 2026. Valid:  $r$  hitung > 0,1966 & sig. < 0,05. Reliabel: Alpha > 0,70.

### 3.4. Uji Asumsi Klasik

Tabel 4. Rangkuman Uji Asumsi Klasik

| Uji                              | Indikator    | Nilai | Kriteria | Ket.      |
|----------------------------------|--------------|-------|----------|-----------|
| Normalitas (K-S)                 | Asymp. Sig.  | 0,115 | > 0,05   | Terpenuhi |
| Multikolinearitas                | Tolerance X1 | 0,973 | > 0,10   | Terpenuhi |
|                                  | VIF X1       | 1,028 | < 10     | Terpenuhi |
|                                  | Tolerance X2 | 0,354 | > 0,10   | Terpenuhi |
|                                  | VIF X2       | 2,825 | < 10     | Terpenuhi |
|                                  | Tolerance X3 | 0,360 | > 0,10   | Terpenuhi |
|                                  | VIF X3       | 2,780 | < 10     | Terpenuhi |
| Autokorelasi (Runs)              | Asymp. Sig.  | 0,421 | > 0,05   | Terpenuhi |
| Heteroskedastisitas<br>(Glejser) | Sig. X1      | 0,124 | > 0,05   | Terpenuhi |
|                                  | Sig. X2      | 0,781 | > 0,05   | Terpenuhi |
|                                  | Sig. X3      | 0,277 | > 0,05   | Terpenuhi |

Sumber: SPSS, 2026.

Seluruh uji asumsi klasik terpenuhi. Residual berdistribusi normal (K-S sig. = 0,115 > 0,05), tidak terdapat multikolinearitas (Tolerance > 0,10; VIF < 10), tidak terdapat autokorelasi (Runs Test sig. = 0,421 > 0,05), dan tidak terjadi heteroskedastisitas (Glejser sig. > 0,05 untuk seluruh variabel). Dengan demikian, model regresi linear berganda memenuhi seluruh persyaratan BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) dan layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

### 3.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Pengujian Hipotesis

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel                   | B      | Beta   | t      | Sig.  | Ket.        |
|----------------------------|--------|--------|--------|-------|-------------|
| Konstanta                  | 28,801 | —      | 29,974 | 0,000 | —           |
| Financial Technology (X1)  | 0,100  | 0,108  | 2,107  | 0,038 | H1 Diterima |
| Literasi Keuangan (X2)     | -0,215 | -0,326 | -3,853 | 0,000 | H2 Diterima |
| Self-Control (X3)          | -0,431 | -0,590 | -7,032 | 0,000 | H3 Diterima |
| F hitung                   | 99,514 |        |        | 0,000 | H4 Diterima |
| R                          | 0,870  |        |        |       |             |
| R Square (R <sup>2</sup> ) | 0,757  |        |        |       |             |
| Adjusted R <sup>2</sup>    | 0,749  |        |        |       |             |

Sumber: SPSS, 2026. Variabel dependen: Perilaku Konsumtif (Y).  $t$  tabel = 1,984 ( $\alpha=0,05$ ;  $df=96$ ).

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi:  $Y = 28,801 + 0,100X_1 - 0,215X_2 - 0,431X_3$  (3). Nilai konstanta sebesar 28,801 mengindikasikan bahwa apabila Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Self-

Control bernilai nol, maka nilai Perilaku Konsumtif sebesar 28,801. Koefisien regresi Financial Technology sebesar 0,100 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Financial Technology meningkatkan Perilaku Konsumtif sebesar 0,100 satuan. Koefisien Literasi Keuangan sebesar -0,215 dan Self-Control sebesar -0,431 menunjukkan bahwa peningkatan kedua variabel tersebut masing-masing menurunkan Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel lain konstan.

**Hasil uji parsial (uji t)** menunjukkan bahwa Financial Technology memiliki t hitung 2,107 dengan signifikansi 0,038 ( $< 0,05$ ), sehingga H1 diterima; koefisien positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pemanfaatan financial technology, kecenderungan perilaku konsumtif juga meningkat. Literasi Keuangan memiliki t hitung -3,853 dengan signifikansi 0,000, sehingga H2 diterima; koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi keuangan, perilaku konsumtif semakin rendah. Self-Control memiliki t hitung -7,032 dengan signifikansi 0,000, sehingga H3 diterima; koefisien negatif menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan pengendalian diri, perilaku konsumtif semakin rendah. Berdasarkan nilai Standardized Beta, Self-Control memiliki nilai terbesar (-0,590), diikuti Literasi Keuangan (-0,326) dan Financial Technology (0,108), sehingga Self-Control merupakan variabel yang paling dominan.

**Hasil uji simultan (uji F)** menunjukkan nilai F hitung sebesar 99,514 dengan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ), sehingga H4 diterima; Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Self-Control secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,757 menunjukkan bahwa 75,7% variasi Perilaku Konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 24,3% dijelaskan oleh faktor lain di luar model, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, dan pengaruh media sosial. Nilai R sebesar 0,870 menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara variabel independen dan dependen.

### 3.6. Pembahasan

**Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif (H1 Diterima).** Financial Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Konsumtif ( $\beta = 0,100$ ;  $t = 2,107$ ;  $\text{sig.} = 0,038 < 0,05$ ). Kemudahan transaksi melalui e-wallet, paylater, dan mobile banking mengurangi hambatan psikologis dalam berbelanja sehingga mendorong pembelian yang lebih spontan dan tidak terencana. Fitur cashback, voucher, promo flash sale, dan gratis ongkir yang tersedia di berbagai platform digital turut menciptakan stimulus pembelian yang sulit ditolak. Temuan ini relevan dengan TAM yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat mendorong intensitas adopsi teknologi [27], dan sejalan dengan penelitian Rahmawati et al. [5], Kristianing et al. [11], dan Zeinab & Ruski [6]. Meski memberikan pengaruh terkecil ( $\text{Beta} = 0,108$ ), dampak fintech tetap signifikan dan relevan secara praktis karena adopsi layanan keuangan digital terus meningkat.

**Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif (H2 Diterima).** Literasi Keuangan berpengaruh negatif dan signifikan ( $\beta = -0,215$ ;  $t = -3,853$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ). Individu dengan literasi keuangan tinggi mampu menyusun anggaran yang realistis, memahami risiko kredit digital, dan membedakan kebutuhan dari keinginan sehingga dapat mengerem dorongan konsumsi berlebihan. Pengetahuan tentang bunga paylater, risiko utang konsumtif, dan pentingnya tabungan menjadi pertimbangan rasional yang menghambat pembelian impulsif. Financial Literacy Theory menegaskan bahwa pemahaman keuangan yang baik memungkinkan individu membuat keputusan yang lebih efisien dan bertanggung jawab [7,8]. Hasil ini konsisten dengan Saputri et al. [13] dan Almira et al. [10]. Nilai mean literasi keuangan responden yang berada pada kategori sedang (16,31) menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas literasi keuangan Generasi Z di Surakarta masih sangat diperlukan dan memiliki potensi besar untuk menurunkan perilaku konsumtif.

**Pengaruh Self-Control terhadap Perilaku Konsumtif (H3 Diterima).** Self-Control merupakan variabel paling dominan ( $\beta = -0,431$ ;  $\text{Beta} = -0,590$ ;  $t = -7,032$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ). Hasil ini mengkonfirmasi Self-Control Theory bahwa individu dengan pengendalian diri tinggi lebih mampu menahan impuls pembelian, menunda gratifikasi, dan mempertimbangkan dampak jangka panjang dari keputusan konsumsi [30,31]. Dominasi self-control dalam model ini memiliki makna penting: di tengah maraknya promosi digital, konten influencer, dan kemudahan fintech, faktor psikologis internal berupa pengendalian diri justru menjadi penentu utama perilaku konsumsi Generasi Z. Individu yang memiliki self-discipline yang kuat mampu menetapkan prioritas anggaran dan menolak stimulus eksternal yang mendorong konsumsi tidak produktif. Temuan ini konsisten dengan Anikawati & Suwaidi [9] dan Almira et al. [10], serta mempertegas bahwa intervensi berbasis penguatan karakter dan kecerdasan emosional perlu mendapat prioritas utama dalam strategi pencegahan perilaku konsumtif.

**Pengaruh Simultan Ketiga Variabel (H4 Diterima).** Ketiga variabel secara simultan berpengaruh signifikan ( $F = 99,514$ ;  $\text{sig.} = 0,000$ ;  $R^2 = 0,757$ ). Model ini membuktikan bahwa perilaku konsumtif merupakan fenomena multidimensi yang tidak dapat dijelaskan hanya oleh satu faktor. Financial technology, literasi keuangan, dan self-control bekerja secara sinergis: fintech menciptakan ekosistem yang memfasilitasi konsumsi, literasi keuangan membekali individu dengan pengetahuan untuk mengevaluasi keputusan pembelian, sementara self-control

menjadi mekanisme regulasi perilaku yang menentukan apakah pengetahuan tersebut direalisasikan dalam tindakan nyata. Nilai Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,749 mengkonfirmasi bahwa model memiliki kekuatan prediksi yang tinggi. Temuan ini selaras dengan Elsalonika & Ida [25] dan Marselien & Valenty [29] yang menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam memahami perilaku keuangan Generasi Z di era ekonomi digital.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa financial technology, literasi keuangan, dan self-control berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta, baik secara parsial maupun simultan. Financial technology berpengaruh positif dan signifikan menunjukkan bahwa Fintech memberikan kemudahan dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi sehingga berpotensi meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan dan self-control berpengaruh negatif dan signifikan menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut berperan dalam mengurangi perilaku konsumtif karena individu yang memiliki pemahaman keuangan yang baik serta kemampuan mengendalikan diri cenderung lebih bijaksana dalam mengelola keuangan, menentukan prioritas kebutuhan, dan mempertimbangkan konsekuensi dari setiap keputusan pembelian. Kemampuan mengendalikan diri terbukti menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional di tengah perkembangan teknologi keuangan yang semakin pesat. Dengan demikian, perilaku konsumtif Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi keuangan, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan mengendalikan perilakunya. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian mengenai perilaku konsumtif dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku individu, seperti gaya hidup, pengaruh media sosial, lingkungan pergaulan, impulsive buying, materialisme, dan tingkat pendapatan, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya juga diharapkan dapat memperluas cakupan wilayah penelitian serta melibatkan karakteristik responden yang lebih beragam, dan dapat mempertimbangkan pendekatan kualitatif atau mixed methods untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika perilaku konsumtif di era financial technology dan transformasi ekonomi digital.

#### Referensi

- [1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survei penetrasi internet Indonesia 2024," APJII, Jakarta, 2024.
- [2] Bank Indonesia, "Perkembangan sistem pembayaran dan QRIS Indonesia," Bank Indonesia, Jakarta, 2024.
- [3] Otoritas Jasa Keuangan, "Perkembangan industri financial technology dan inklusi keuangan Indonesia," OJK, Jakarta, 2024.
- [4] Sebelas Maret University & APMB, "An analysis of QRIS usage behavior using UTAUT approach," *Asia Pacific Management and Business Application*, vol. 13, no. 1, 2024. <https://doi.org/10.21776/ub.apmba.2024.013.01.2>
- [5] Y. Rahmawati, R. Gumilar, and S. H. Sartika, "Pengaruh literasi keuangan dan penggunaan teknologi finansial (fintech) terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z," *Jurnal Akademik Ekonomi dan Manajemen*, vol. 2, no. 3, 2024. <https://doi.org/10.61722/jaem.v2i3.5794>
- [6] R. Zeinab and Ruski, "The influence of fintech e-wallets and self-control on the consumptive behavior of Generation Z in Bangkalan," *Journal of Practice Learning and Educational Development*, vol. 5, no. 2, pp. 506-513, 2025. <https://doi.org/10.58737/jpled.v5i2.472>
- [7] Organisation for Economic Co-operation and Development, "OECD/INFE 2023 International Survey of Adult Financial Literacy," OECD Publishing, Paris, 2023.
- [8] K. Goyal and S. Kumar, "Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis," *International Journal of Consumer Studies*, vol. 45, no. 1, pp. 80-105, 2021. <https://doi.org/10.1111/ijcs.12605>
- [9] V. Anikawati and R. A. Suwaidi, "The influence of lifestyle and self-control on the consumptive behavior of Generation Z with financial literacy as a moderating variable," *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics*, vol. 8, no. 3, 2025. <https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7433>
- [10] A. F. Almira, D. Herlindawati, and I. Sholekhah, "Literasi keuangan dan perilaku konsumtif belanja online: Peran kontrol diri sebagai mediator," *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*, vol. 24, no. 1, 2025. <https://doi.org/10.21831/jpai.v24i1.95428>
- [11] E. Kristianing, E. D. Purnamasari, and B. Setiawan, "Pengaruh literasi keuangan, fintech payment, dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif Generasi Z," *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah*, vol. 7, no. 4, 2025. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v7i4.9729>
- [12] A. Rosyanti and F. I. Santoso, "The effect of e-wallet use and financial literacy on Generation Z's consumptive behavior with self-control as a moderation variable," *Journal of Economics and Social Sciences*, 2025. <https://doi.org/10.59525/jess.1621>
- [13] R. A. Saputri, Fathihani, and Y. H. Purnama, "Pengaruh literasi keuangan, penggunaan paylater, dan pendapatan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Indonesia," *Hatta: Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*, vol. 3, no. 2, pp. 124-139, 2025. <https://doi.org/10.62387/hatta.v3i2.284>
- [14] R. D. Merliyana and F. Syakinah, "Determinants of Generation Z consumptive behavior," *Jurnal Wacana Ekonomi*, vol. 23, no. 3, 2023. <https://doi.org/10.52434/jwe.v23i3.3691>
- [15] J. W. Creswell and J. D. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, 6th ed. SAGE Publications, Thousand Oaks, 2023.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2nd ed. Alfabeta, Bandung, 2022.
- [17] M. Dimock, "Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins," Pew Research Center, Washington D.C., 2025.
- [18] S. Lemeshow, D. W. Hosmer, J. Klar, and S. K. Lwanga, *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. John Wiley & Sons, Chichester, 2020.

- [19] I. Ajzen, "The theory of planned behavior: Frequently asked questions," *Human Behavior and Emerging Technologies*, vol. 2, no. 4, pp. 314-324, 2020. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- [20] M. Bosnjak, I. Ajzen, and P. Schmidt, "The theory of planned behavior: Selected recent advances and applications," *Europe's Journal of Psychology*, vol. 16, no. 3, pp. 352-356, 2020. <https://doi.org/10.5964/ejop.v16i3.3107>
- [21] P. Kotler, K. L. Keller, and A. Chernev, *Marketing Management*, 16th ed. Pearson Education, New Jersey, 2021.
- [22] D. Harrison and A. Z. Arifin, "Faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan fintech pada Generasi Y dan Z di Jabodetabek," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 8, no. 4, 2024. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v8i4.31636>
- [23] D. Maman, R. Sari, and A. Nugroho, "Determinants of financial literacy: A systematic review and future research directions," *Future Business Journal*, vol. 10, no. 1, 2024. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00365-x>
- [24] R. Mariana, R. Wahyuni, A. Rahmat, and D. P. Oskar, "Peran self-control sebagai mediasi penggunaan e-wallet dan perilaku konsumtif Generasi Z," *Psyche 165 Journal*, vol. 18, no. 1, 2024. <https://doi.org/10.35134/jpsy165.v18i1.518>
- [25] A. Elsalonika and I. Ida, "Perilaku keuangan Generasi Z: Peran penerapan financial technology, literasi keuangan, dan efikasi diri," *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, pp. 365-379, 2025. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v9i2.32838>
- [26] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, 10th ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang, 2021.
- [27] K. Gbongli, "A systematic review and weight analysis of mobile financial services adoption literature from 2011 to 2021," *Theory, Methodology, Practice*, vol. 18, no. 2, pp. 23-49, 2022. <https://doi.org/10.18096/TMP.2022.02.02>
- [28] N. Fadilah and N. Andriani, "Consumer preferences and decision-making in digital payments: A systematic review using TAM," *Asian Journal of Management Analytics*, vol. 4, no. 2, 2025. <https://doi.org/10.55927/ajma.v4i2.14295>
- [29] L. A. Marselien and Y. A. Valenty, "The influence of financial literacy, financial technology, financial attitudes, and financial self-efficacy on the financial behavior of Generation Z," *E-Jurnal Akuntansi*, vol. 35, no. 9, 2025. <https://doi.org/10.24843/EJA.2025.v35.i09.p12>
- [30] A. L. Duckworth, T. S. Gendler, and J. J. Gross, "Situational strategies for self-control," *Perspectives on Psychological Science*, vol. 17, no. 2, pp. 460-471, 2022. <https://doi.org/10.1177/17456916211028983>
- [31] M. Davydenko, M. Kolbuszewska, and J. Peetz, "A meta-analysis of financial self-control strategies," *PLoS ONE*, vol. 16, no. 7, p. e0253938, 2021. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253938>
- [32] J. F. Hair, W. C. Black, B. J. Babin, and R. E. Anderson, *Multivariate Data Analysis*, 9th ed. Cengage Learning, Boston, 2022.
- [33] F. A. Prasetyo and M. Mustaqim, "Financial technology, financial knowledge, and financial attitude of Generation Z: Determinants of financial behavior," *Journal of Enterprise and Development*, vol. 6, no. 2, 2024. <https://doi.org/10.20414/jed.v6i2.9836>
- [34] T. Sulistiyani, A. Muthusamy, and A. R. Solihudin, "The effect of financial technology, online shopping, and self-control on consumptive behavior," *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, vol. 13, no. 2, pp. 229-238, 2023. <https://doi.org/10.12928/fokus.v13i2.9081>
- [35] S. N. Fauziah, P. H. Prayitno, H. Wahyono, and R. Inayati, "The effect of financial literacy and self-control on consumptive behavior with paylater as a mediating variable," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 11, no. 1, 2023. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v11i1.10209>