



Pengaruh Tekanan Konsumsi Digital, Pengaruh Influencer Keuangan di Media Sosial, dan Literasi Keuangan Digital terhadap Ketahanan Keuangan Generasi Z melalui Perilaku Pengendalian Konsumsi sebagai Variabel Mediasi

Maria Yovita R. Pandin¹, Prayoga Ersya Kalimasadha², Marcell Diandra Zige³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia
yovita_87@untag-sby.ac.id¹, *1222400097@surel.untag-sby.ac.id², 1222400115@surel.untag-sby.ac.id³

Abstrak

Dalam era digital yang cepat berubah, Generasi Z menghadapi tekanan konsumsi digital yang tinggi akibat paparan iklan daring tanpa henti dan kemudahan akses platform. Penelitian ini bertujuan menyelidiki pengaruh tekanan konsumsi digital, influencer keuangan di media sosial, dan kemahiran fintech terhadap ketahanan finansial Generasi Z, dengan perilaku pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi. Generasi Z dinilai lebih rentan terhadap godaan konsumsi karena informasi komersial terus-menerus dan pengaruh influencer keuangan yang dapat berdampak positif atau negatif pada keputusan keuangan mereka. Studi kuantitatif ini mengumpulkan data melalui kuesioner terstruktur dari responden Generasi Z yang dipilih secara purposif. Analisis jalur digunakan untuk mengestimasi hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel, termasuk efek mediasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memberikan dampak positif signifikan terhadap ketahanan keuangan, sementara tekanan konsumsi digital berdampak negatif. Pengaruh influencer keuangan juga signifikan, namun sifatnya bergantung pada kredibilitas dan kualitas informasi yang disampaikan; influencer kredibel memperkuat literasi, sedangkan yang tidak kredibel memicu konsumsi berlebihan. Perilaku pengendalian konsumsi terbukti sebagai mediator efektif: ia memperkuat efek positif literasi keuangan digital terhadap ketahanan finansial, dan meredam dampak buruk tekanan konsumsi digital. Uji signifikansi mediasi mengonfirmasi peran tersebut signifikan secara statistik. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan digital dan kemampuan mengendalikan konsumsi menjadi faktor kunci untuk memperkuat ketahanan finansial Generasi Z di tengah arus digitalisasi yang semakin masif dan kompleks. Program edukasi keuangan dan pelatihan pengendalian diri sangat diperlukan guna membekali mereka menghadapi tantangan ekosistem keuangan modern secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Influencer Keuangan, Ketahanan Keuangan, Literasi Keuangan Digital, Pengendalian Konsumsi, Tekanan Konsumsi Digital

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital yang kian cepat sudah mentransformasi beragam sisi kehidupan masyarakat, cakupannya saat cara konsumsi serta manajemen keuangan. Kemudahan akses internet, hadirnya berbagai platform e-commerce, serta penggunaan media sosial yang masif telah menciptakan lingkungan digital yang mendorong individu untuk melakukan konsumsi secara lebih cepat dan praktis. Generasi Z ialah kelompok yang dilahirkan serta dibesarkan di zaman digital jadi sebagian kelompok yang paling intens berinteraksi dengan teknologi tersebut. Kondisi ini memberikan berbagai peluang dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi, namun sisi lainnyapun membawa tantangan berupa bertambahnya nafsu untuk berbelanja yang dapat memengaruhi stabilitas keuangan individu.

Fenomena tekanan konsumsi digital semakin terlihat melalui berbagai strategi pemasaran yang diterapkan pada platform digital, seperti promosi berkelanjutan, diskon, program cashback, hingga fitur pembayaran yang memudahkan transaksi. Paparan terhadap berbagai bentuk promosi tersebut dapat mendorong individu untuk melakukan pembelian yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan keinginan sesaat. Bagi Generasi Z yang memiliki tingkat keterikatan tinggi dengan teknologi digital, tekanan konsumsi digital berpotensi memengaruhi kecakapan mereka saat mengelola keuangan secara bijaksana serta menjaga kondisi keuangan yang stabil dalam jangka panjang.

Selain tekanan konsumsi digital, keberadaan influencer keuangan atau *financial influencer* di media sosial juga menjadi faktor yang semakin berpengaruh dalam membentuk perilaku keuangan masyarakat. Melalui berbagai konten edukasi, rekomendasi investasi, pengelolaan anggaran, hingga tips menabung, influencer keuangan mampu menjangkau audiens yang luas dan memberikan pengaruh terhadap cara individu mengambil keputusan keuangan. Walaupun begitu, kualitas informasi yang disampaikan tidak selalu seragam sehingga dapat memberikan dampak

yang berbeda-beda atas sikap keuangan pengikutnya. Oleh alasan itu, pengaruh influencer keuangan jadi sebagian elemen yang vital untuk dikaji dalam kaitannya dengan ketahanan keuangan Generasi Z.

Sebaliknya, wawasan dompet digital jadi kecakapan yang kian dibutuhkan saat menemui kompleksitas layanan keuangan berbasis teknologi. Pengetahuan keuangan digital tak hanya berkuat pemahaman dasar soal konsep keuangan, namunpun kecakapan buat memanfaatkan bervariasi layanan keuangan digital secara efisien, aman, serta bertanggung jawab. Diharapkan tingkat pengetahuan ini akan membantu orang mengambil keputusan finansial yang kian baik.

Ketahanan keuangan merupakan kecakapan seseorang buat memenuhi kebutuhan finansial, menghadapi kondisi darurat, serta mempertahankan stabilitas ekonomi ketika menghadapi berbagai tekanan atau perubahan situasi. Penelitian Pandin et al. (2025) juga mendukung pentingnya ketahanan keuangan, menemukan bahwa pengelolaan utang, kebiasaan menabung, dan perencanaan anggaran meningkatkan stabilitas keuangan mahasiswa. Penelitian mengungkapkan jika kemampuan seseorang untuk mengelola uang mereka dengan bijak adalah faktor penting dalam menjaga keuangan mereka stabil. Temuan ini mengungkapkan jika Generasi Z memerlukan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik agar mereka dapat menghadapi berbagai tantangan keuangan dan mempertahankan ketahanan keuangan di tengah perkembangan lingkungan digital yang semakin kompleks.

Perilaku pengendalian konsumsi dilihat layaknya elemen yang sanggup menghubungkan koneksi antara tekanan konsumsi digital, pengaruh influencer keuangan di media sosial, dan literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan. Individu yang mampu mengendalikan perilaku konsumsinya cenderung lebih bijaksana dalam mengalokasikan pendapatan, menghindari pengeluaran yang tidak perlu, serta punya ketrampilan yang kian baiknya dalam menjaga kondisi keuangan yang sehat. Lewat alasan itu, perilaku pengendalian konsumsi berpotensi menjadi mekanisme yang menjelaskan bagaimana berbagai faktor eksternal dan internal dapat memengaruhi tingkat ketahanan keuangan Generasi Z.

Dengan mempertimbangkan fenomena tersebut, studi ini sangat vital buat mengkaji dampak tekanan konsumsi digital, pengaruh influencer keuangan di media sosial, dan literasi keuangan digital terhadap ketahanan keuangan Generasi Z, dengan pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi. Studi ini diharapkan dapat membantu membangun lebih banyak literatur tentang perilaku keuangan generasi muda. Ini juga akan membantu berbagai pihak membuat strategi untuk meningkatkan ketahanan keuangan mereka di era digital.

1.1. Grand Theory (Teori Utama)

Ajzen (1991) menciptakan Theory of Planned Behavior (TPB), yang menguraikan jika sikap individu atas perilaku, norma pribadi, serta persepsi soal kontrol perilaku membentuk niat buat bertindak. Dalam studi ini, perilaku pengendalian konsumsi Generasi Z dapat dijelaskan melalui kemampuan mereka untuk mengontrol dorongan konsumsi yang disebabkan oleh tekanan konsumsi digital dan pengaruh influencer keuangan di media sosial. Semakin akrab dengan keuangan digital mereka, semakin mampu mereka mengontrol perilaku konsumsi mereka sehingga mereka dapat meningkatkan ketahanan keuangan. Akibatnya, TPB berfungsi sebagai dasar untuk menjelaskan bagaimana variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen berinteraksi satu sama lain dalam studi ini.

1.2. Middle Theory

Menurut Teori Keuangan Behavioral (Akuntansi et al., 2025), faktor psikologis dan sosial memengaruhi keputusan keuangan individu daripada pertimbangan rasional. Generasi Z menghadapi tekanan konsumsi dari gaya hidup digital, e-commerce, dan media sosial, yang dapat mendorong perilaku konsumtif. Terlebih lagi, melalui konten yang dibagikan, influencer keuangan memengaruhi persepsi dan keputusan keuangan. Oleh alasan itu, teori ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana perilaku Generasi Z dalam pengendalian konsumsi dan ketahanan keuangan dapat dipengaruhi oleh tekanan konsumsi digital dan influencer keuangan.

1.3. Applied Theory (Teori Terapan)

Teori Literasi Keuangan Digital (Wulandari & Pratama, 2025) menyatakan bahwa dalam era teknologi, kemampuan untuk memahami informasi keuangan berbasis digital merupakan komponen penting dalam pengambilan keputusan keuangan. Generasi Z akrab dengan teknologi digital, sehingga pengetahuan tentang keuangan digital sangat penting untuk mengelola keuangan dengan baik. Orang-orang yang memiliki pengetahuan ini cenderung melakukan pengelolaan keuangan yang lebih baik, menghindari perilaku konsumtif, dan mengevaluasi informasi keuangan dengan lebih baik untuk mencapai ketahanan keuangan yang lebih tinggi.

1.4. Penelitian Terdahulu

Evolusi teknologi digital sudah memperdampaki cara Generasi Z mencari informasi serta membuat putusan finansial. Kelompok generasi ini dikenal sebagai digital natives yang sangat mengandalkan jejaring sosial sebagai sumber informasi, termasuk informasi mengenai pengelolaan keuangan pribadi. Dalam kondisi tersebut, keberadaan influencer keuangan atau *financial influencer* menjadi fenomena yang semakin berkembang karena mampu memberikan edukasi, rekomendasi, maupun motivasi terkait perencanaan keuangan kepada para pengikutnya.

Penelitian (Elfarosa et al., 2025) mencoba menjelaskan bagaimana pengaruh lingkungan sosial dan pengaruh keuangan dapat memengaruhi perencanaan keuangan Generasi Z. Studi ini didasarkan pada gagasan bahwa informasi yang diterima seseorang dari lingkungan sosial mereka dapat memengaruhi pemahaman dan sikap keuangan mereka. Temuan riset mengungkapkan jika dampak keuangan punya peran vital ketika membentuk literasi keuangan, yang kemudian mengarah pada literasi keuangan yang lebih baik.

Hasilnya mengungkapkan jika jejaring sosial tak hanya berperan jadi sumber hiburan namunpun jadi perangkat buat belajar mengenai keuangan, yang berdampak pada perilaku ekonomi generasi muda. Fakta bahwa Generasi Z cenderung memperoleh pengetahuan finansial melalui interaksi digital yang terjadi secara berkelanjutan ditunjukkan oleh keberhasilan influencer keuangan dalam menyampaikan informasi keuangan. Oleh alasan itu, informasi yang diterima dari media sosial sangat penting untuk membuat keputusan keuangan individu.

Terlebih lagi, penelitian tersebut menegaskan bahwa pengetahuan tentang keuangan merupakan komponen penting yang menentukan bagaimana seseorang menangani berbagai informasi keuangan. Mereka yang memahami keuangan dengan baik akan lebih mampu mengevaluasi informasi yang mereka peroleh dari media sosial sebelum mereka membuat keputusan finansial. Sebaliknya, mereka yang tidak memahami keuangan akan lebih mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak akurat atau persuasif (Rahayu & Hidayah, 2026).

Meskipun penelitian (Elfarosa et al., 2025) telah membahas pengaruh financial influencer terhadap perencanaan keuangan Generasi Z melalui literasi keuangan, penelitian tersebut belum mengkaji tekanan konsumsi digital yang saat ini jadi sebagian faktor dominan dalam kehidupan Generasi Z. Terlebih lagi, penelitian tersebut masih berfokus pada financial planning sebagai variabel dependen dan belum menguji bagaimana individu mampu mempertahankan kondisi keuangan yang stabil atau *financial resilience* (ketahanan keuangan).

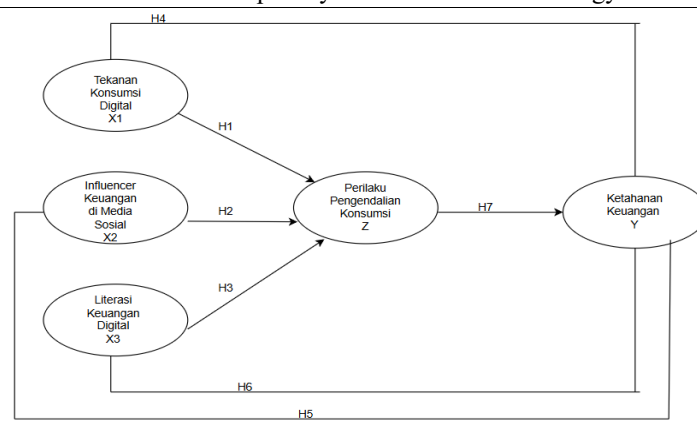
Penelitian Anda menawarkan kebaruan dengan memasukkan variabel tekanan konsumsi digital, literasi keuangan digital, dan perilaku pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi yang menjelaskan mekanisme terbentuknya ketahanan keuangan Generasi Z. Lewat alasan itu, studi ini tak hanya mengkaji dampak sumber informasi keuangan, namunpun mempertimbangkan tekanan konsumtif yang muncul dari lingkungan digital modern.

1.5. Kerangka Antar Konstruk

Studi ini didasarkan pada asumsi bahwa tekanan konsumsi digital, influencer keuangan di media sosial, dan literasi keuangan digital merupakan faktor yang dapat memengaruhi ketahanan keuangan Generasi Z, baik secara langsung maupun lewat sikap pengendalian penggunaan jadi aspek perantara. Literasi finansial digital memberikan kesempatan bagi pribadi buat mengenali, menilai, serta mendayagunakan informasi keuangan dengan baik sehingga mampu mengambil keputusan keuangan yang lebih bijaksana dan meningkatkan ketahanan keuangan (Haryati et al., 2024). Di sisi lain, influencer keuangan di media sosial dapat berperan sebagai sumber informasi dan edukasi keuangan yang memengaruhi sikap serta sikap keuangan Generasi Z dalam mengelola keuangan pribadi (Elfarosa et al., 2025). Namun, perkembangan teknologi digital juga menghadirkan tekanan konsumsi digital yang mendorong individu untuk melakukan pembelian secara impulsif akibat paparan tren, promosi, dan gaya hidup yang berkembang di media sosial, sehingga dapat melemahkan kondisi keuangan apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengendalian diri (Muat & Sari, n.d.).

Dalam hubungan tersebut, perilaku pengendalian konsumsi berperan sebagai mekanisme yang menjelaskan bagaimana individu mampu mengelola dorongan konsumsi yang muncul dari lingkungan digital. Individu yang memiliki kemampuan pengendalian konsumsi yang baik generiknyanya kian mampu mengatur pengeluaran sejalan pada keperluan, menghindari sikap boros, dan mempertahankan stabilitas keuangan dalam jangka panjang (Wulandari & Pratama, 2025). Oleh alasan itu, semakin tinggi tingkat literasi keuangan digital dan semakin positif pengaruh influencer keuangan yang diterima individu, maka semakin baik perilaku pengendalian konsumsi yang dimiliki sehingga mampu meningkatkan ketahanan keuangan. Sebaliknya, semakin tinggi tekanan konsumsi digital yang dialami individu, maka semakin besar risiko menurunnya kemampuan pengendalian konsumsi dan ketahanan keuangan Generasi (Investasi, 2024)

Gambar 1. Kerangka Penelitian Hipotesa



1.6. Alur Logika Penelitian

1. Tekanan Konsumsi Digital (X1) memengaruhi cara Generasi Z mengendalikan konsumsi mereka. Semakin tinggi tekanan dari media sosial, iklan digital, marketplace, dan tren online, semakin sulit individu mengendalikan perilaku konsumsinya.
2. Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) memberikan edukasi dan informasi keuangan yang dapat membantu Generasi Z mengembangkan perilaku konsumsi yang lebih terkendali.
3. Literasi Keuangan Digital (X3) meningkatkan kemampuan individu dalam memahami informasi keuangan dan mengambil keputusan konsumsi yang lebih rasional.
4. Ketiga variabel tersebut memengaruhi Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) sebagai variabel mediasi.
5. Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) selanjutnya memengaruhi Ketahanan Keuangan (Y) karena individu yang mampu mengendalikan pengeluarannya cenderung memiliki kondisi keuangan yang lebih stabil.
6. Selain melalui variabel mediasi, Tekanan Konsumsi Digital (X1), Influencer Keuangan (X2), dan Literasi Keuangan Digital (X3) juga diperkirakan memiliki pengaruh langsung terhadap Ketahanan Keuangan (Y).

H1. Pengaruh Tekanan Konsumsi Digital terhadap Perilaku Pengendalian Konsumsi

Tekanan konsumsi digital merupakan dorongan yang muncul akibat paparan media sosial, iklan digital, tren belanja online, serta gaya hidup yang ditampilkan dalam platform digital. Semakin tinggi tekanan konsumsi digital yang diterima individu, maka semakin sulit individu mengendalikan keinginan konsumtifnya. Paparan konten konsumsi yang terus-menerus dapat meningkatkan keinginan membeli barang atau jasa yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan utama. Oleh alasan itu, tekanan konsumsi digital diperkirakan berpengaruh negatif terhadap perilaku pengendalian konsumsi Generasi Z. Temuan penelitian mengungkapkan jika jejaring sosial serta kebiasaan belanja online punya dampak atas sikap konsumtif pribadi di era digital (Behavior, 2025).

H2. Pengaruh Influencer Keuangan di Media Sosial terhadap Perilaku Pengendalian Konsumsi

Influencer keuangan memiliki peran sebagai sumber informasi dan edukasi keuangan bagi Generasi Z. Informasi yang diberikan influencer mengenai pengelolaan keuangan, menabung, investasi, dan pengendalian pengeluaran dapat membentuk perilaku keuangan yang lebih baik. Semakin tinggi kepercayaan individu terhadap influencer keuangan yang kredibel, maka semakin besar kemungkinan individu menerapkan perilaku pengendalian konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian sebelumnya mengungkapkan jika influencer jejaring sosial mampu membentuk keputusan keuangan serta sikap pengelolaan keuangan Generasi Z (S et al., 2025).

H3. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Pengendalian Konsumsi

Literasi keuangan digital ialah kecakapan pribadi buat memahami dan menggunakan informasi keuangan yang tersedia melalui media digital (Information, 2024). Mereka yang lebih memahami keuangan digital cenderung lebih mampu mengendalikan pengeluaran yang tidak diperlukan dan membuat keputusan keuangan yang rasional. Akibatnya, lebih banyak pengetahuan keuangan digital seseorang, lebih baik perilaku pengendalian konsumsi mereka. Studi sebelumnya menemukan bahwa literasi keuangan digital meningkatkan perilaku menabung dan keuangan Generasi Z.

H4. Pengaruh Tekanan Konsumsi Digital terhadap Ketahanan Keuangan

Tekanan konsumsi digital dapat mendorong individu melakukan pembelian impulsif dan meningkatkan pengeluaran yang tidak terencana. Kondisi tersebut berpotensi mengurangi kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara sehat sehingga dapat melemahkan ketahanan keuangan. Semakin tinggi tekanan konsumsi digital yang dialami Generasi Z, maka semakin rendah kemampuan mereka dalam mempertahankan kondisi keuangan yang stabil ketika menghadapi risiko ekonomi (Prawitasari et al., 2025)

H5. Pengaruh Influencer Keuangan di Media Sosial terhadap Ketahanan Keuangan

Influencer keuangan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan keuangan, investasi, dana darurat, dan perencanaan keuangan jangka panjang. Informasi yang diberikan secara konsisten dapat

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.11360>

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

membantu individu membangun kebiasaan keuangan yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan ketahanan keuangan. Oleh alasan itu, influencer keuangan diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap ketahanan keuangan Generasi Z (S et al., 2025)

H6. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Ketahanan Keuangan

Literasi keuangan digital memungkinkan individu memahami berbagai informasi keuangan yang tersedia melalui platform digital dan menggunakannya untuk membuat keputusan yang benar. Pribadi yang punya penguasaan literasi keuangan digital yang tinggi biasanya amat mampu mengatur anggaran serta mengendalikan pengeluaran, serta mempersiapkan dana darurat sehingga memiliki ketahanan keuangan yang lebih tinggi. Penelitian sebelumnya membuktikan jika literasi keuangan digital berdampak baik atas financial resilience maupun financial well-being (Haryati et al., 2024).

H7. Pengaruh Perilaku Pengendalian Konsumsi terhadap Ketahanan Keuangan

Kemampuan seseorang untuk mengontrol pengeluarannya, membedakan antara kebutuhan dan keinginan mereka, dan menghindari pembelian impulsif ditunjukkan oleh perilaku pengendalian konsumsi mereka. Orang-orang yang memiliki kemampuan ini umumnya punya situasi keuangan yang lebih stabil serta lebih siap buat menghadapi resiko keuangan di masa depan. Akibatnya, diperkirakan bahwa perilaku pengendalian konsumsi Generasi Z akan berdampak positif pada ketahanan keuangan mereka.

2. Metode Penelitian

2.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Lewat prosedur kuantitatif, riset ini memanfaatkan baik data primer maupun sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari partisipan lewat distribusi kuesioner memanfaatkan Google Form, padahal data sekunder diambil lewat banyaknya sumber ilmiah, layaknya buku, artikel akademik, jurnal lokal serta internasional, serta literatur lain yang relevan pada topik studi. Data sekunder berfungsi buat memperkuat landasan teoritis serta empiris studi ini, sementara data primer diartikan jadi informasi yang dihimpun langsung atas sumber asal oleh pengkaji guna menyelesaikan isu yang dibahas.

Studi ini bermaksud buat mengkaji dampak tekanan konsumsi digital, influencer keuangan di jejaring sosial, dan literasi keuangan digital atas ketahanan keuangan Generasi Z melalui perilaku pengendalian konsumsi sebagai variabel mediasi. Oleh alasan itu, studi ini memiliki variabel dependen yaitu ketahanan keuangan (financial resilience), variabel mediasi yaitu perilaku pengendalian konsumsi, serta variabel independen yang terdiri atas tekanan konsumsi digital, influencer keuangan di jejaring sosial, dan literasi keuangan digital.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Indikator yang diambil dari studi mulanya yang berkaitan dan memenuhi standar validitas dan reliabilitas digunakan untuk pengumpulan data. Kuesioner, menurut Sugiyono (2022), adalah metode pengumpulan data yang digunakan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada partisipan untuk meminta mereka untuk menjawab sesuai dengan situasi yang mereka alami.

Pada studi ini, cakupan Likert lima poin dipakai buat menakar sikap, persepsi, serta pendapat setiap partisipan soal fenomena sosial (Likert, 1932). Tujuan penggunaan skala ini adalah untuk mengubah persepsi partisipan menjadi data kuantitatif yang dapat dianalisis secara statistik. Ada lima kategori penilaian yang digunakan: skor 1 mengungkapkan Amat Tak Setuju (STS), skor 2 mengungkapkan Tak Setuju (TS), skor 3 Mengungkapkan Netral (N), skor 4 mengungkapkan Setuju (S), serta skor 5 mengungkapkan Amat Setuju (SS). Semakin banyak skor yang diberikan partisipan mengungkapkan jika mereka lebih setuju dengan pernyataan yang diajukan. Sebaliknya, skor yang lebih rendah menunjukkan persetujuan partisipan terhadap pernyataan tersebut. Menurut Hair et al. (2022), skala Likert adalah yang paling umum digunakan dalam penelitian berbasis SEM karena dapat menggambarkan persepsi partisipan terhadap konstruk laten yang tidak mungkin diukur secara langsung.

2.3. Populasi dan Sampel Penelitian

Merujuk Sugiyono (2022), pendekatan *purposive sampling* ialah metode pengambilan sampel *non-probability* yang dimanfaatkan pada studi ini. Prosedur ini dipakai guna menentukan sampel sesuai dengan sasaran studi. Dalam studi ini, partisipan ialah anggota Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 serta 2012. Mereka harus aktif memakai jejaring sosial, pernah mengakses konten yang diposting oleh pengaruh keuangan di jejaring sosial, menggunakan layanan keuangan digital seperti dompet digital, perbankan mobile, atau aplikasi keuangan digital lainnya, dan memiliki pendapatan atau uang saku untuk kebutuhan sehari-hari.

Generasi Z adalah populasi yang diamati dalam studi ini. Penentuan jumlah sampel didasarkan pada fakta bahwa jumlah populasi yang sebenarnya tidak diketahui (populasi tanpa batas). Menurut Hair & Alamer (2022), jumlah sampel minimum dalam analisis Structural Equation Modeling—Partial Least Squares (SEM-PLS) adalah kira-kira lima hingga sepuluh kali total indikator penelitian. Oleh alasan itu, total sampel minimal yang dibutuhkan buat riset lewat 25 indikator ialah 100 partisipan. Walaupun begitu, buat memperkuat taraf akurasi temuan riset dan mengurangi kemungkinan terjadinya bias, jumlah partisipan yang disarankan adalah minimal 50–150 partisipan.

2.4. Teknik Analisis Data

Studi ini memanfaatkan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) lewat bantuan aplikasi SmartPLS buat mengkaji data. Menurut Hair & Alamer (2022), SEM-PLS ialah rancangan kajian multivariat berbasis varians yang punya kecakapan buat mengkaji koneksi kompleks antar elemen laten secara simultan lewat elemen mediasi (Hair & Alamer, 2022). Penggunaan SEM-PLS dinilai sesuai karena model studi ini melibatkan beberapa konstruk laten yang saling berhubungan dan bertujuan untuk menguji kemampuan prediksi antar variabel.

Sebelum dilakukan analisis data utama, peneliti akan melaksanakan uji coba instrumen (pretest) terhadap minimal 30 partisipan. Sebelum digunakan dalam penelitian utama, Malhotra (2020) melakukan pretest untuk menjamin jika partisipan memahami semua item pernyataan dengan baik dan bahwa mereka memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas.

Penilaian atas model pengukuran (*outer model*) serta struktural (*inner model*) ialah dua tahapan utama dalam kajian SEM-PLS. Tujuan evaluasi luar model adalah untuk menentukan validitas dan reliabilitas struktur. Skor beban luar serta Variasi mean Diekstraksi (AVE) dimanfaatkan buat menaksir keabsahan konvergen. Menurut Hair & Alamer (2022), indikator dianggap valid jika nilai beban luar lebih dari 0,70 serta skor AVE kian dari 0,50. Terlebih lagi, validitas diskriminan diuji dengan Fornell-Larcker Criterion dan Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT), sedangkan reliabilitas konstruk dinilai dengan skor Composite Reliability serta Cronbach's Alpha yang wajib tiap melampaui 0,70.

Buat mengkaji koneksi antar konstruk pada skema studi, tahap berikutnya adalah evaluasi dalaman model. Skor koefisien determinasi (R²), relevansi prediktor (Q²), ukuran efek (f²), dan koefisien jalur (koefisien jalur) digunakan untuk melakukan evaluasi ini. Dengan melihat nilai statistik t serta skor p, prosedur bootstrapping dipakai buat menguji dugaan. Berlandaskan Hair et al. (2022), pada taraf kebermaknaan 5%, koneksi antar elemen dinyatakan signifikan jika nilai statistik t > 1,96 serta skor P < 0,05.

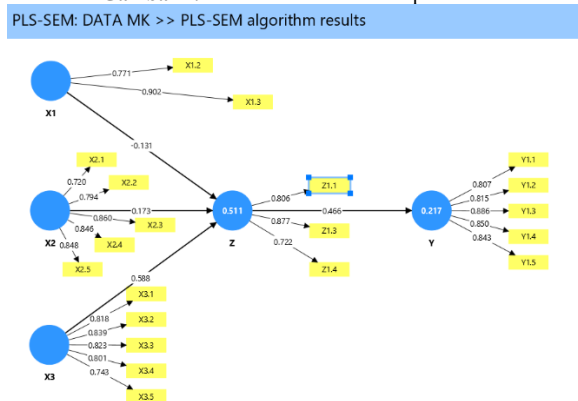
Selain mengevaluasi dampak langsung, studi inipun mengkaji dampak tak langsung. Tujuan dari pengaruh tidak langsung adalah untuk mengetahui bagaimana perilaku pengendalian konsumsi berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara tekanan konsumsi digital, pengaruh keuangan di jejaring sosial, dan Literasi keuangan digital berdampak baik atas ketahanan finansial Generasi Z. Koefisien jalur yang bernilai baik mengindikasikan adanya koneksi langsung

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pengujian Outer Model

Pengujian eksterior skema dijalankan pada kajian *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) buat mengevaluasi koneksi antar elemen laten serta indikator-indikator yang menyusunnya. Sebelum melakukan pengujian koneksi antar elemen pada inner model, tujuan utama pengujian luar model adalah menjamin jika tiap indikator sanggup mengukur konstruk yang diteliti secara valid serta akurat. Menurut Hair et al. (2022), untuk menjamin kualitas instrumen penelitian, evaluasi luar model konstruk reflektif termasuk pengujian reliabilitas, *convergent validity*, serta *discriminant validity*.

Gambar 2. Hasil Outer Model Tahap Pertama



3.2. Convergent Validity

Validitas konvergen dipakai buat menaksir seberapa besar indikator konstruk punya hubungan yang kuat sehingga sanggup menggambarkan elemen laten yang serupa. Kajian ini dijalankan lewat memanfaatkan skor beban luar serta rerata varians yang diekstraksi (AVE). skor beban luar yang optimal seharusnya melampaui dari 0,70, namun angka antara 0,50 serta 0,70 masih dianggap sanggup diterima pada riset yang berada dalam fase pengembangan. Terlebih lagi, AVE wajibnya melebihi 0,50, yang mengungkapkan jika konstruksi mampu mempertahankan kian dari setengah varians dari indikator-indikatornya (Hair et al., 2022).

Tabel 1. Outer Loading Tahap 1

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.11360>

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

Variabel	Indikator	Convergent Validity	Keterangan
Tekanan Konsumsi Digital (X1)	X1.1	0.641	Tidak Valid
	X1.2	0.802	Valid
	X1.3	0.840	Valid
	X1.4	0.090	Tidak Valid
	X1.5	0.342	Tidak Valid
Influencer Keuangan di Media Sosial (X2)	X2.1	0.703	Valid
	X2.2	0.780	Valid
	X2.3	0.856	Valid
	X2.4	0.858	Valid
	X2.5	0.858	Valid
Literasi Keuangan Digital (X3)	X3.1	0.816	Valid
	X3.2	0.833	Valid
	X3.3	0.823	Valid
	X3.4	0.804	Valid
	X3.5	0.750	Valid
Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y)	Y1.1	0.814	Valid
	Y1.2	0.814	Valid
	Y1.3	0.884	Valid
	Y1.4	0.852	Valid
	Y1.5	0.836	Valid
Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	Z1.1	0.781	Valid
	Z1.2	0.673	Tidak Valid
	Z1.3	0.843	Valid
	Z1.4	0.713	Valid
	Z1.5	0.600	Tidak Valid

Sebagai hasil dari pengujian validitas konvergen, mayoritas indikator memenuhi kriteria keabsahan lewat skor beban luar lebih dari 0,70. Untuk variabel Tekanan Konsumsi Digital (X1), indikator X1.1 (0,641), X1.4 (0,090), dan X1.5 (0,342) tidak valid, sedangkan indikator X1.2 dan X1.3 valid. Untuk variabel Influencer Keuangan di Media Sosial (X2), semua indikator untuk variabel Literasi Keuangan Digital (X3) dan Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y) juga valid sebab punya nilai pengisian luar di atas 0,70. Indikator pada variabel Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) adalah Z1.2 (0,673) dan Z1.5 (0,600), tetapi Y1.1, Y1.3, dan Y1.4 valid. Secara keseluruhan, dari 25 indikator yang diuji, terdapat 20 indikator yang valid dan 5 indikator yang tidak valid: X1.1, X1.4, X1.5, Z1.2, dan Z1.5. Oleh alasan itu, indikator yang tidak valid harus dihapus sebelum pengujian model berikutnya dilakukan.

Tabel 2. Outer Loading Tahap 2

Variabel	Indikator	Convergent Validity	Keterangan
Tekanan Konsumsi Digital (X1)	X1.2	0.802	Valid
	X1.3	0.840	Valid
Influencer Keuangan di Media Sosial (X2)	X2.1	0.703	Valid
	X2.2	0.780	Valid
	X2.3	0.856	Valid
	X2.4	0.858	Valid
	X2.5	0.858	Valid
Literasi Keuangan Digital (X3)	X3.1	0.816	Valid
	X3.2	0.833	Valid
	X3.3	0.823	Valid
	X3.4	0.804	Valid
	X3.5	0.750	Valid
Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y)	Y1.1	0.814	Valid
	Y1.2	0.814	Valid
	Y1.3	0.884	Valid
	Y1.4	0.852	Valid
	Y1.5	0.836	Valid
Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	Z1.1	0.781	Valid
	Z1.3	0.843	Valid
	Z1.4	0.713	Valid

Temuan pengujian convergent validity tahap kedua mengungkapkan jika seluruh indikator yang tersisa memenuhi syarat keabsahan lewat beban eksternal lebih tinggi dari 0,70. Buat elemen Tekanan Konsumsi Digital (X1), indikator X1.2 dan X1.3 punya skor beban luar sebesar 0,802 dan 0,840, masing-masing, yang mengungkapkan jika mereka valid. Buat elemen Influencer Keuangan di Media Sosial (X2), nilai beban luarnya berkisar antara 0,703 dan 0,858. Ini mengungkapkan jika semua indikator valid dalam mengukur konstruk penelitian.

Selanjutnya, variabel Literasi Keuangan Digital (X3) punya skor beban luar antara 0,750 dan 0,833, yang mengungkapkan jika seluruh metrik valid. Elemen Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y) punya skor beban luar antara 0,814 dan 0,884. Sementara itu, variabel Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) punya skor beban luar antara 0,713 dan 0,843, yang mengungkapkan jika seluruh metriknya valid

Generiknya, temuan pengujian mengungkapkan jika tiap indikator pada tiap elemen memenuhi syarat keabsahan konvergen sebab punya skor beban luar melampaui 0,70. Lewat alasan itu, semua indikator yang diterapkan pada skema studi sanggup mencerminkan konstruk yang diukur, dan mereka layak untuk digunakan untuk pengujian reliabilitas dan inner model selanjutnya.

Tabel 3. Average Variance Extracted (AVE)

Item	Variabel	AVE	Keterangan
X1	Tekanan Konsumsi Digital	0.704	Valid
X2	Influencer Keuangan di Media Sosial	0.664	Valid
X3	Literasi Keuangan Digital	0.649	Valid
Y	Ketahanan Keuangan Generasi Z	0.707	Valid
Z	Perilaku Pengendalian Konsumsi	0.646	Valid

3.3. Composite Reliability

Composite Reliability dipakai buat mengkaji konsistensi internal indikator dalam mengungkapkan sebuah konstruk. Berlandaskan Hair et al. (2022), elemen dinyatakan reliabel jika skor reliabilitas kompositnya kian besarnya dari 0,70. Temuan pengujian mengungkapkan jika semua elemen studi punya skor reliabilitas komposit lebih dari 0,70. Oleh alasan itu, sanggup dipertegasakan jika konstruksi secara keseluruhan memenuhi kriteria reliabilitas serta layak buat dipakai buat kajian lebih lanjut.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	Composite Reability	Keterangan
Tekanan Konsumsi Digital (X1)	0.825	Reliabel
Influencer Keuangan di Media Sosial (X2)	0.908	Reliabel
Literasi Keuangan Digital (X3)	0.902	Reliabel
Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y)	0.923	Reliabel
Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0.845	Reliabel

Semua elemen dalam studi ini memenuhi kriteria reliabilitas yang ditetapkan, didasarn temuan pengujian reliabilitas komposit (ρ_c). Skor reliabilitas komposit variabel Tekanan Konsumsi Digital (X1) adalah 0,825, variabel Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) adalah 0,908, variabel Literasi Keuangan Digital (X3) adalah 0,902, variabel Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y) adalah 0,923, dan variabel Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) adalah 0,845. Lewat alasan itu, konstruk penelitian secara keseluruhan dinyatakan reliabel karena mampu menunjukkan konsistensi yang kuat di dalam pengukuran variabel yang diteliti.

Tabel 5. Cronbach's Alpha

Variabel	Hasil Cronbach's Alpha	Keterangan
Tekanan Konsumsi Digital (X1)	0.592	Tidak Reliable
Influencer Keuangan di Media Sosial (X2)	0.874	Reliable
Literasi Keuangan Digital (X3)	0.864	Reliable
Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y)	0.896	Reliable
Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0.729	Reliable

Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) punya skor 0,874, Literasi Keuangan Digital (X3) punya skor 0,864, Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y) punya skor 0,896, dan Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) punya skor 0,725. Semua ini berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Indikator buat tiap elemen mengungkapkan taraf konsistensi internal yang baik serta sanggup diandalkan, sebab semua nilai tersebut berada di atas batas minimum 0,70.

Sementara itu, elemen Tekanan Konsumsi Digital (X1) punya skor Cronbach's Alpha sebesar 0,592, yang ada di bawah batas minimum 0,70. Perihal ini mengungkapkan jika tingkat konsistensi internal pada variabel tersebut masih relatif rendah. Namun, nilai tersebut masih dapat diterima mengingat jumlah indikator yang digunakan pada variabel X1 hanya terdiri dari dua indikator setelah proses eliminasi indikator yang tidak valid.

Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas berdasarkan Cronbach's Alpha mengungkapkan jika sebagian besar elemen riset sudah memenuhi kriteria reliabilitas, sehingga instrumen penelitian dapat dikatakan cukup konsisten dalam mengukur konstruk yang diteliti.

3.4. Pengujian Inner Model

Penilaian skema internal dijalankan lewat memeriksa rasio R-Square (R^2), yang bermaksud buat menilai seberapa baik elemen eksogen sanggup menginterpretasikan elemen endogen pada format studi.

Tabel 6. Hasil R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y)	0.217	0.209
Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0.511	0.496

Hasil uji mengungkapkan jika elemen Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) punya skor R-Square sebesar 0,511 serta rasio R-Square yang disesuaikan sebesar 0,496. Ini mengungkapkan jika 51,1% variasi Perilaku Pengendalian Konsumsi disebabkan oleh variabel Tekanan Konsumsi Digital, Influencer Keuangan di Media Sosial, dan Literasi Keuangan Digital. Elemen lain yang tak tercakup pada skema studi menyumbang 48,9% variasi lainnya. Nilai-nilai ini termasuk dalam kategori moderat (sedang) menurut Hair et al. (2022).

Terlebih lagi, variabel Ketahanan Keuangan Generasi Z (Y) punya skor R-Square 0,217 dan nilai R-Square Disesuaikan 0,209. Hasilnya mengungkapkan jika 21,7% variasi ketahanan keuangan Generasi Z disebabkan oleh faktor-faktor seperti tekanan konsumsi digital, influencer keuangan di jejaring sosial, literasi keuangan digital, dan perilaku pengendalian konsumsi. Faktor-faktor lain yang diluar model penelitian memengaruhi 78,3% variasi ketahanan keuangan Generasi Z. Menurut Hair et al. (2022), skor tersebut tercakup pada kategori rendah.

Secara keseluruhan, model penelitian dapat menjelaskan variabel Perilaku Pengendalian Konsumsi dengan baik (moderat), tetapi tidak dapat menjelaskan variabel Ketahanan Keuangan Generasi Z dengan baik (lemah). Ini mengungkapkan jika ada aspek lain di luar skema riset yang juga dampak ketahanan keuangan Generasi Z.

3.5. Pengujian Hipotesa

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesa

Hi	Pernyataan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic ((O/STDEV))	P Value	Significant
H1	Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	-0.131	-0.134	0.069	1.914	0.056	Not Significant
H2	Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0.173	0.177	0.109	1.589	0.112	Not Significant
H3	Literasi Keuangan Digital (X3) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)	0.588	0.574	0.109	5.392	0.000	Significant
H4	Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Ketahanan Keuangan (Y)	-0.061	-0.060	0.032	1.938	0.053	Not Significant
H5	Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) → Ketahanan Keuangan (Y)	0.081	0.078	0.051	1.597	0.110	Not Significant
H6	Literasi Keuangan Digital (X3) → Ketahanan Keuangan (Y)	0.274	0.277	0.114	2.406	0.016	Significant
H7	Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) → Ketahanan Keuangan (Y)	0.466	0.466	0.131	3.561	0.000	Significant

H1. Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)

Hasil pengujian mengungkapkan jika hubungan antara Tekanan Konsumsi Digital (X1) dan Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) memiliki koefisien jalur -0,131, nilai statistik T sejumlah 1,914, serta skor P sejumlah 0,056. Nilai P yang kian besarnya dari 0,05 mengungkapkan jika dampak tersebut tak vital. Oleh alasan itu, H1 ditolak, mengungkapkan jika tekanan konsumsi digital tidak berdampak besar pada perilaku pengendalian konsumsi Gen Z.

H2. Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)

Hasil pengujian mengungkapkan jika Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) tak berdampak vital atas Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z). Ada faktor jalur sejumlah 0,173, nilai statistik T sejumlah 1,589, serta skor P sejumlah 0,112. Temuan ini mengungkapkan jika dampak yang diberikan tak vital sebab skor P kian besarnya dari 0,05. Oleh alasan itu, H2 ditolak, mengungkapkan jika Influencer Keuangan di Media Sosial tak berdampak vital atas Generasi Z.

H3. Literasi Keuangan Digital (X3) → Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z)

Hasil pengujian mengungkapkan jika koneksi antar Literasi Keuangan Digital (X3) dan Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) punya faktor jalur sejumlah 0,588, nilai statistik T sejumlah 5,392, serta skor P sejumlah 0,000. Temuan mengungkapkan dampak yang baik serta vital, jadi H3 diterima, yang mengungkapkan jika Literasi Keuangan Digital punya dampak baik serta vital terhadap Perilaku Pengendalian Konsumsi Generasi Z.

H4. Tekanan Konsumsi Digital (X1) → Ketahanan Keuangan (Y)

Temuan pengujian mengungkapkan jika hubungan antara Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) dan Ketahanan Keuangan (Y) memiliki koefisien jalur 0,081, nilai statistik T sejumlah 1,597, serta skor P sejumlah 0,110. Sebab skor p-value melebihi 0,05, hasil mengungkapkan jika pengaruh yang diberikan tidak signifikan. Oleh alasan itu, H5 ditolak, dan Influencer Keuangan di Media Sosial tidak memengaruhi ketahanan keuangan Generasi Z secara signifikan.

H5. Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) → Ketahanan Keuangan (Y)

Hasil pengujian mengungkapkan jika hubungan antara Influencer Keuangan di Media Sosial (X2) dan Ketahanan Keuangan (Y) memiliki koefisien jalur 0,081, nilai statistik T sejumlah 1,597, serta skor P sejumlah 0,110. Karena nilai p-value melebihi 0,05, hasil mengungkapkan jika pengaruh yang diberikan tidak signifikan. Oleh alasan itu, H5 ditolak, dan Influencer Keuangan di Media Sosial tidak memengaruhi ketahanan keuangan Generasi Z secara signifikan.

H6. Literasi Keuangan Digital (X3) → Ketahanan Keuangan (Y)

Koneksi antara Literasi Keuangan Digital (X3) serta Ketahanan Keuangan (Y) ditunjukkan lewat koefisien jalur sejumlah 0,274, skor statistik T sejumlah 2,406 serta skor P sejumlah 0,016. Nilai-nilai ini mengungkapkan jika ada dampak positif yang signifikan. Akibatnya, H6 diterima, yang mengungkapkan jika Literasi Keuangan Digital berdampak baik serta vital atas Ketahanan Keuangan Generasi Z.

H7. Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) → Ketahanan Keuangan (Y)

Hubungan antara Perilaku Pengendalian Konsumsi (Z) dan Ketahanan Keuangan (Y) punya faktor jalur sejumlah 0,466, nilai statistik T sejumlah 3,561, serta skor P sejumlah 0,000, menurut hasil pengujian. Hasil ini mengungkapkan jika ada efek yang baik dan signifikan. Oleh alasan itu, H7 diterima, mengungkapkan jika Perilaku Pengendalian Konsumsi berdampak baik serta vital pada ketahanan keuangan Generasi Z.

4. Kesimpulan

Berlandaskan temuan riset, sanggup dipertegas jika Literasi Keuangan Digital dan Perilaku Pengendalian Konsumsi terbukti berdampak baik serta vital terhadap Ketahanan Keuangan Generasi Z. Lewat koefisien 0,588, skor t-statistic 5,392, serta p-value 0,000, temuan ini mengungkapkan jika lebih banyak informasi yang dimiliki Generasi Z tentang keuangan dan perilaku pengendalian konsumsi. Hasilnya mengungkapkan jika orang yang tahu banyak tentang keuangan digital cenderung lebih baik dalam mengelola uang, membuat perencanaan uang, dan menghadapi risiko uang di masa depan.

Selanjutnya, telah terbukti bahwa Perilaku Pengendalian Konsumsi berdampak baik serta vital terhadap Ketahanan Keuangan Generasi Z, dengan koefisien 0,466, skor t-statistic 3,561, dan p-value 0,000. Temuan ini mengungkapkan jika kemampuan seseorang untuk mengontrol pengeluarannya, membedakan antara kebutuhan dan keinginan mereka, dan menghindari membeli sesuatu secara impulsif dapat meningkatkan stabilitas keuangan dan kesiapan mereka untuk menghadapi kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Sebaliknya, Temuan pengujian mengungkapkan jika tekanan konsumsi digital tak punya dampak yang vital atas perilaku pengendalian konsumsi Generasi Z atau ketahanan keuangan. Hubungan antara tekanan konsumsi digital dan perilaku pengendalian konsumsi punya skor p-value sejumlah 0,056, sedangkan nilai p-value untuk ketahanan keuangan adalah 0,053. Hasilnya mengungkapkan jika paparan media digital yang tinggi belum tentu memengaruhi kemampuan Generasi Z untuk mengontrol perilaku konsumsi mereka dan mempertahankan keuangan yang sehat. Terlebih lagi, Influencer Keuangan di Media Sosial tak punya dampak yang vital atas Perilaku Pengendalian Konsumsi Generasi Z dan Ketahanan Keuangan, dengan p-value 0,112 dan 0,110, masing-masing.

Hasil ini mengungkapkan jika influencer tidak dapat secara langsung meningkatkan ketahanan keuangan atau mengubah perilaku konsumsi dengan menyampaikan informasi keuangan. Secara keseluruhan, model penelitian mengungkapkan jika faktor-faktor Tekanan Konsumsi Digital, Influencer Keuangan di Media Sosial, dan Literasi Keuangan Digital dapat bertanggung jawab atas perbedaan Perilaku Pengendalian Konsumsi sejumlah 51,1%, yang termasuk dalam kategori moderat. Di sisi lain, faktor-faktor Tekanan Konsumsi Digital, Influencer Keuangan di Media Sosial, dan Perilaku Pengendalian Konsumsi dapat bertanggung jawab atas perbedaan Ketahanan Keuangan Generasi Z sejumlah

Hasilnya mengungkapkan jika Generasi Z harus terus belajar tentang keuangan digital melalui berbagai sumber informasi yang kredibel, seperti lembaga keuangan, lembaga pendidikan, dan platform online yang terpercaya. Pembelajaran lebih lanjut tentang keuangan digital sangat penting karena telah terbukti mampu meningkatkan perilaku yang berkaitan dengan pengelolaan konsumsi dan ketahanan keuangan. Generasi Z juga harus belajar menyusun anggaran, membedakan antar kebutuhan serta keinginan, dan menghindari melakukan hal-hal yang dapat mengganggu stabilitas keuangan di masa depan.

Hasil studi ini sanggup jadi landasan demi institusi pendidikan, pemerintah, serta keuangan untuk memperkuat program edukasi keuangan digital yang lebih relevan dan sesuai dengan Generasi Z. Sebagai upaya untuk meningkatkan ketahanan keuangan masyarakat di era digital, pelajaran ini tidak hanya mengajarkan orang tentang keuangan namunpun mengajarkan mereka cara mengendalikan konsumsi mereka dengan cara yang sehat.

Sebaliknya, influencer keuangan di jejaring sosial diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih nyata atas sikap keuangan pengikutnya dengan menyajikan konten yang lebih edukatif, praktis, dan mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Pendapatan, persepsi keuangan, tindakan keuangan, kemandirian, gaya hidup, teknologi keuangan, lingkungan keluarga, dan faktor psikologis lainnya adalah beberapa faktor yang dapat memengaruhi ketahanan keuangan Generasi Z. Penelitian selanjutnya harus mempertimbangkan faktor-faktor ini. Rekomendasi ini didasarkan pada hasil bahwa variabel ketahanan keuangan Generasi Z masih tergolong lemah, lewat skor R-Square 21,7%. Ini mengungkapkan jika masih ada 78,3% variasi ketahanan keuangan yang dipertegaskan oleh elemen lain di luar skema studi. Lewat menambahkan elemen ini, diinginkan riset berikutnya sanggup menyuguhkan pemahaman yang kian baiknya soal komponen yang memperdampaki ketahanan keuangan Generasi Z.

Reference

Ajzen (1991) – *The Theory Of Planned Behavior*

Akuntansi, J., Bisnis, M., Yuniasih, I., Aisyah, N., & Suryani, R. (2025). *Behavioral Finance In The Digital Age : How Social Media Influences Investment Decisions*.

Behavior, C. (2025). *Dampak Pengaruh Media Sosial Dan Kebiasaan Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumen Dan Identitas Sosial Dalam Ekonomi Digital Di Indonesia The Influence Of Social Media And Online Shopping Habits On Consumer Behavior And Social Identity In Indonesia ' S Digital Economy*. 14, 2918–2929.

Elfarsa, K. V., Wiguna, U., & Saputra, E. (2025). *The Influence Of Companions And Financial Influencers On Gen Z ' S Financial Planning : Mediating Role Of Financial Literacy*. 8(2), 156–170. <https://doi.org/10.14710/Dijb.8.2.2025.8.2.2025.156-170>

Hair, J., & Alamer, A. (2022). *Research Methods In Applied Linguistics Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) In Second Language And Education Research : Guidelines Using An Applied Example*. 1(May), 1–16.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd Edition)*.

Haryati, S., Wardianto, K. B., & Agung, M. (2024). *Exploring Financial Resilience In Lampung Province : The Effect Of Digital Financial Literacy , Numeracy Skills , And Financial Behavior On Youth*. 3(01), 19–28. <https://doi.org/10.58812/Esaf.V3i01>

Information, A. (2024). *The Influence Of Digital Financial Literacy On Saving Behavior*. 02(05), 39–47. <https://doi.org/10.63901/Ijebam.V2i5.86>

Investasi, J. (2024). *Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (OJK) (2023)*. 10(4), 143–150.

Malhotra, N. K., Nunan, D., Birks, D. F., & Hall, M. J. (2020). *Marketing Research: An Applied Approach (6th Edition)*. Pearson Education.

Muat, S., & Sari, N. (N.D.). *How Do Digital Financial Literacy , Financial Behavior , And Skills Affect Financial Well-Being ? An Exploratory Study On Gen Z*. 728–744.

Nofiana, L. D., & Widiastuti, A. (2026). *Social Media Influencers , Social Environment , Lifestyle , And Financial Management Of*. 6, 229–245.

Prawitasari, D., Kadamingsih, A., & Ahmad, M. (2025). *Financial Behavior Of Gen Z Students : Digital Lifestyle , Fomo , And Financial Literacy*. 23(3), 475–487. <https://doi.org/10.26623/Slsi.V23i3.12359>

Pandin, M. Y. R., Ferdiansa, M., Nabilah, P., Sodikin, A. O., & Adabi, C. F. (2025). *Dampak Perencanaan Anggaran, Pengelolaan Utang Dan Tabungan Terhadap Stabilitas Keuangan Mahasiswa. Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 4(2), 605–620. <https://doi.org/10.59086/Jam.V4i2.883>

Rahayu, R., & Hidayah, R. (2026). *Digital Literacy , Capability , And Impulsivity In Indonesia " Financial Literacy And Well-Being Among Generation Z: The Mediating Roles Of Digital Literacy , Capability , And Impulsivity In Indonesia*. [https://doi.org/10.21511/Imfi.23\(1\).2026.05](https://doi.org/10.21511/Imfi.23(1).2026.05)

S, D., SV, R., Jain, P., Katta, H., & Lepcha, L. (2025). *The Role Of Social Media Influencers In Shaping Gen Z's Financial Decisions. International Journal Of All Research Education And Scientific Methods*, 13, 3653–3664. <https://doi.org/10.56025/IJARESM.2025.1302253653>

Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach (8th Ed.)*. Wiley.

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wulandari, S. N., & Pratama, A. (2025). *Indonesia Economic Journal*. 1(2), 423–437.