



Peningkatan Perilaku Konsumtif Melalui Financial Literacy Pada Generasi Z di Semarang

Salsabila*, Heru Sulistyio

Universitas Islam Sultan Agung

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi efek literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota Semarang, dengan teknologi keuangan (FinTech) dijadikan sebagai variabel moderasi. Fenomena meningkatnya perilaku konsumtif di tengah pesatnya perkembangan layanan keuangan digital dijadikan sebagai latar belakang penelitian. Tingkat literasi keuangan yang masih rendah dan intensitas penggunaan FinTech yang tinggi diduga menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif berlebihan di kalangan Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dengan metode verifikasi diterapkan dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri atas Generasi Z di Kota Semarang yang telah memiliki penghasilan serta menggunakan layanan FinTech secara aktif. Sebanyak 265 responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner daring, dan data dianalisis menggunakan Partial Least Squares–Structural Equation Modelling (PLS-SEM) untuk menilai efek langsung dan efek moderasi antar variabel. Berdasarkan hasil analisis, literasi keuangan ditemukan berefek negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan teknologi keuangan berefek positif signifikan terhadap perilaku tersebut. Selain itu, teknologi keuangan terbukti memoderasi hubungannya, di mana penggunaan FinTech secara bijak mampu menekan kecenderungan konsumtif. Hasil ini menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan edukasi penggunaan FinTech secara bertanggung jawab diperlukan untuk membentuk perilaku keuangan Generasi Z yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Generasi Z, Literasi Keuangan, Perilaku Konsumtif, Semarang, Teknologi Finansial

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3224/>

*Correspondence: Salsabila

Email: salsabilaah2273@gmail.com

Received: 7-11-2026

Accepted: 11-12-2026

Published: 8-01-2025



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study was conducted to identify the effect of financial literacy on the consumer behavior of Generation Z in Semarang City, with financial technology (FinTech) as a moderating variable. The phenomenon of increasing consumer behavior amidst the rapid development of digital financial services served as the background of the study. The low level of financial literacy and the high intensity of FinTech use are suspected to be the driving factors for excessive consumer behavior among Generation Z. A quantitative approach with a verification method was applied in this study. The study population consisted of Generation Z in Semarang City who already have income and actively use FinTech services. A total of 265 respondents were obtained through the distribution of online questionnaires, and the data were analyzed using Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to assess the direct effects and moderating effects between variables. Based on the analysis results, financial literacy was found to have a significant negative effect on consumer behavior, while financial technology had a significant positive effect on said behavior. In addition, financial technology was proven to moderate the relationship between the two, where the wise use of FinTech was able to suppress consumer tendencies. These results confirm that improving financial literacy and educating people about the responsible use of FinTech are necessary to shape healthier and more sustainable financial behaviors among Generation Z.

Keywords: Generation Z, Financial Literacy, Consumer Behavior, Semarang, Financial Technology

Pendahuluan

Kemajuan pesat teknologi digital telah mengakselerasi evolusi sistem keuangan modern secara signifikan. Salah satu inovasi terbesar dari era digital adalah financial technology (FinTech), yang secara signifikan mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan. Kehadiran FinTech menghadirkan berbagai solusi yang lebih praktis, seperti pembayaran digital, platform investasi, manajemen keuangan pribadi, hingga pinjaman daring yang mudah diakses. Inovasi ini menjadikan transaksi keuangan lebih cepat, efisien, dan fleksibel, sekaligus menjawab kebutuhan masyarakat yang semakin dinamis. Generasi ini menjadi pengguna aktif sekaligus pendorong utama pertumbuhan sektor FinTech karena mengutamakan kemudahan dan kenyamanan dalam mengelola keuangan sehari-hari Andiani & Maria, (2023); Vinkóczy & others, (2024).

Peningkatan penggunaan FinTech didorong oleh meluasnya akses internet, meningkatnya kepemilikan perangkat pintar, serta kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang inovatif dan terjangkau. Pandemi global juga mempercepat transformasi digital di sektor keuangan, karena masyarakat mulai mengandalkan platform FinTech untuk memenuhi kebutuhan finansial tanpa interaksi langsung. Data dari Statistika FinTech Indonesia menunjukkan bahwa nilai transaksi FinTech nasional meningkat signifikan dari US\$30,5 miliar pada 2021 menjadi US\$60,2 miliar pada 2025. Di Indonesia, Generasi Z mencakup sekitar 27,94% dari total populasi, menjadikan mereka sebagai pengguna utama layanan FinTech Lestari & et al., (2024) Kemudahan akses layanan digital turut memicu peningkatan perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan kebutuhan nyata. Andhyka & others, (2024); Ayuningtyas & Irawan, (2021).

Perilaku konsumtif pada Generasi Z diperkuat oleh efek gaya hidup digital, promosi masif di media sosial, dan kemudahan bertransaksi melalui FinTech. Faktor-faktor seperti pendapatan, pendidikan, dan lingkungan sosial turut memengaruhi kecenderungan mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital Andhyka & et al., (2024) Ayuningtyas & Irawan, (2021)

Fenomena serupa terlihat di Semarang, di mana observasi awal terhadap 54 responden Gen z menunjukkan bahwa 82% di antaranya menggunakan aplikasi FinTech secara berlebihan, yang memicu perilaku impulsif dan tidak terkontrol dalam pengelolaan keuangan. Berbagai Studi menunjukkan hasil yang berbeda terkait efek financial literacy terhadap perilaku konsumtif; studi oleh Gunawan, (2023) menemukan efek positif, sementara Studi oleh BriLatifa Paramita & Santi Paramita, (2024) menunjukkan efek negatif. Adanya perbedaan temuan menunjukkan bahwa kesenjangan Studi masih perlu dikaji lebih dalam. Oleh karena itu, efek literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif Gen z di Semarang dengan teknologi finansial sebagai variabel moderasi dianalisis untuk memberikan bukti empiris dalam peningkatan literasi dan penggunaan FinTech yang bijak di era digital Utami & et el., (2025).

Metodologi

Digunakan pendekatan verifikatif-kuantitatif untuk menguji efek literasi keuangan pada perilaku konsumtif Gen z berpenghasilan di Semarang, dengan teknologi finansial sebagai variabel moderasi. Pendekatan kuantitatif digunakan karena umum diterapkan dalam Studi bisnis untuk mengukur perilaku, pengetahuan, pandangan, maupun sikap responden (Cooper & Schindler, 2013). Studi verifikatif digunakan untuk menguji validitas fenomena atau hipotesis yang telah dikembangkan (Hardani & al., 2020).

Dalam Studi ini, Gen z di Kota Semarang yang memiliki penghasilan sendiri serta rutin menggunakan layanan teknologi finansial dijadikan sebagai populasi. Populasi tersebut dipahami sebagai seluruh individu yang memiliki ciri relevan dengan tujuan Studi (Hardani & al., 2020). Teknik probability sampling diterapkan agar setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Ukuran sampel ditetapkan berdasarkan ketentuan minimal lima hingga sepuluh kali jumlah indikator, sehingga dengan 12 butir pertanyaan diperlukan sedikitnya 265 responden. (Dewi & Ramli, 2023; Sugiyono, 2013). Peneliti membagikan kuesioner kepada 265 responden Gen z di Semarang guna meminimalkan potensi kesalahan data. Kriteria responden mencakup: berdomisili di Semarang, termasuk Gen z, memiliki penghasilan sendiri, dan menggunakan FinTech secara rutin.

Populasi Studi ini terdiri atas Gen z di Kota Semarang yang memiliki pendapatan sendiri dan secara aktif memanfaatkan layanan teknologi finansial. Populasi tersebut digambarkan sebagai kumpulan individu dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan Studi. Metode probability sampling digunakan agar setiap anggota populasi memiliki peluang setara untuk menjadi sampel. Jumlah sampel ditentukan dengan acuan minimal lima hingga sepuluh kali jumlah indikator, sehingga dengan 12 indikator dibutuhkan paling sedikit 120 responden. Studi ini menggunakan tiga variabel utama, yaitu financial literacy (X), perilaku konsumtif (Y), dan financial technology (Z). Definisi operasional dan indikator masing-masing variabel disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
1	Financial literacy (X)	Pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri untuk mengelola keuangan secara efektif, termasuk membuat keputusan yang tepat terkait pengelolaan uang, tabungan, investasi, utang, dan perencanaan keuangan masa depan	1) Pengetahuan dasar keuangan; 2) Tabungan; 3) Investasi; 4) Kepercayaan	Muñoz-Céspedes et al. (2021); Chen & Volpe (1998); Remund (2010)
2	Perilaku konsumtif (Y)	Kebiasaan membeli dan menggunakan barang/jasa secara berlebihan, sering kali diefeki oleh dorongan emosional atau sosial, bukan karena kebutuhan nyata	1) Konsumsi berlebihan; 2) Minim aspek manfaat; 3) Mendahulukan keinginan; 4) Tidak memiliki skala prioritas	Nassè (2021); Del et al. (2024)
3	Financial technology (Z)	Penggunaan inovasi teknologi untuk meningkatkan dan	1) <i>Perceived usefulness</i> ; 2) <i>Perceived ease of use</i> ;	Anshari et al. (2020); Azhari

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
		mempermudah layanan keuangan digital, seperti aplikasi pembayaran, investasi, dan pinjaman daring	3) <i>Perceived risk</i> ; 4) Efektivitas penggunaan	(2021); Mulasiwi & Julialevi (2020)

Instrumen pengukuran menggunakan skala semantik diferensial lima tingkat, dengan rentang dari STS (Sangat Tidak Setuju) hingga SS (Sangat Setuju) sebagaimana ditunjukkan pada Tabel berikut.

Tabel 2. Skala Pengukuran Semantik Diferensial

STS	1	2	3	4	5	SS
-----	---	---	---	---	---	----

Analisis data dilakukan dengan PLS-SEM, karena metode ini mampu menguji model kompleks tanpa asumsi distribusi normal dan memaksimalkan varians. Tahapan meliputi analisis deskriptif, outer model, inner model, serta uji hipotesis. Validitas dan reliabilitas diuji melalui loading factor, AVE, dan Cronbach’s Alpha, sedangkan hubungan antar variabel dianalisis dengan path coefficient, R², dan Q². Uji hipotesis menggunakan bootstrapping (p < 0,05; t > 1,64). Selain itu, FinTech diuji sebagai moderator untuk melihat efeknya terhadap hubungan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif (Mulasiwi & Julialevi, 2020).

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Data Studi

Sebanyak 265 responden Gen z di Kota Semarang berpartisipasi dalam Studi ini. Seluruh kuesioner yang disebarakan kembali secara lengkap dan dapat diolah (response rate 100%). Jumlah ini melebihi batas minimal responden yang disarankan, sehingga hasil Studi memiliki reliabilitas dan kekuatan statistik yang memadai.

Tabel 3. Ringkasan Pengumpulan Data

Kriteria	Jumlah	Persentase
Kuesioner disebarakan	265	100%
Kuesioner tidak kembali	0	0%
Kuesioner tidak lengkap	0	0%
Kuesioner layak olah	265	100%

Karakteristik Responden

Responden Studi terdiri dari Gen z berusia produktif yang memiliki penghasilan dan menggunakan FinTech secara rutin.

Tabel 4. Karakteristik Responden

Aspek	Kategori Utama	Persentase
Jenis kelamin	Perempuan	58,87%
Usia	18-21 tahun	40,38%
Pendidikan terakhir	S1	47,5%
Pekerjaan	Karyawan dan Wirausaha	49,82%
Domisili	Semarang Timur	37,36%

Profil ini menunjukkan mayoritas responden merupakan kelompok usia produktif awal, berpendidikan tinggi, dan aktif menggunakan FinTech, sehingga sesuai dengan konteks Studi tentang perilaku konsumtif berbasis teknologi finansial(Arikunto, 2017).

Analisis Deskriptif Variabel

Interpretasi rata-rata skor menggunakan rentang:

Tabel 5. Ringkasan Skor Rata-rata Variabel

Variabel	Rentang Skor	Kategori	Deskripsi Singkat
<i>Financial Literacy</i>	3,449–3,592	Sedang	Pengetahuan cukup, praktik menabung masih lemah
<i>Perilaku Konsumtif</i>	3,864–3,879	Tinggi	Cenderung membeli tanpa prioritas
<i>Financial Technology</i>	3,883–4,147	Tinggi	Fitur mudah digunakan dan efisien

Secara umum, literasi keuangan responden tergolong sedang, sedangkan perilaku konsumtif dan adopsi FinTech berada pada kategori tinggi.

Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Pengujian dilaksanakan untuk memastikan validitas dan reliabilitas konstruk.

Tabel 6. Hasil Validitas dan Reliabilitas

Konstruk	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	0,709	0,871	0,907	Valid & Reliabel
<i>Financial Technology</i>	0,764	0,896	0,928	Valid & Reliabel
<i>Perilaku Konsumtif</i>	0,810	0,922	0,945	Valid & Reliabel
<i>Interaksi (FL×FT)</i>	1,000	1,000	1,000	Valid & Reliabel

Hasil menunjukkan seluruh nilai AVE >0,50 dan reliabilitas >0,70.

Evaluasi Model Struktural (Inner Model)

Tabel 7. Kelayakan Model

Konstruk Endogen	R ² Adjusted	Q ²	Interpretasi
<i>Perilaku Konsumtif (Y)</i>	0,504	0,404	Model prediktif kuat

Sebanyak 50,4% variasi perilaku konsumtif dijelaskan oleh *financial literacy*, *financial technology*, dan interaksi keduanya.

Tabel 8. Hasil Uji Jalur (Path Coefficients)

Hubungan	β (Koefisien)	t-stat	p-value	Keterangan
FL → PK	-0,363	4,536	0,000	Signifikan (Negatif)
FT → PK	+0,685	11,941	0,000	Signifikan (Positif)
FL×FT → PK (Moderasi)	-0,100	2,429	0,008	Signifikan (Moderasi Negatif)

Pembahasan

Efek Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif

Terdapat efek negatif dan signifikan antara literasi keuangan dan perilaku konsumtif. Individu dengan literasi keuangan lebih baik cenderung lebih berhati-hati dalam pengeluaran. Namun, karena aspek praktik keuangan (menabung dan penganggaran) masih lemah, efeknya belum maksimal (Anshari & others, 2020; Aulia, 2024).

Efek Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif

FinTech memiliki efek positif signifikan terhadap perilaku konsumtif. Kemudahan dan efektivitas transaksi mendorong pembelian lebih sering, terutama karena promosi dan *cashback*. Walau meningkatkan efisiensi, penggunaan FinTech tanpa kontrol diri berpotensi memicu *overconsumption*.

Peran Moderasi Financial Technology

FinTech berperan sebagai moderator negatif signifikan. Artinya, kemudahan teknologi dapat melemahkan efek positif literasi keuangan terhadap pengendalian konsumsi. Pada situasi transaksi yang instan, literasi keuangan cenderung kurang efektif dalam menahan perilaku konsumtif.

Tabel 9. Implikasi Praktis

Pihak	Rekomendasi Utama
Gen z	Gunakan aplikasi dengan fitur batas pengeluaran dan otomatisasi tabungan.
Penyedia FinTech	Sediakan fitur edukatif, <i>spending alert</i> , dan <i>budget tracker</i> .
Pemerintah / Kampus	Integrasikan literasi keuangan digital dalam kurikulum dan kampanye publik.

Simpulan

Analisis terhadap 265 responden Generasi Z di Kota Semarang, diketahui bahwa perilaku konsumtif diefeki secara negatif oleh literasi keuangan dan secara positif oleh teknologi keuangan (FinTech), di mana kemudahan transaksi dan promosi pada FinTech mendorong pembelian impulsif. FinTech juga terbukti memoderasi hubungan keduanya, membantu pengelolaan keuangan bagi individu dengan literasi tinggi namun meningkatkan konsumtifitas pada yang berliterasi rendah. Secara praktis, hasil ini dapat dimanfaatkan oleh penyedia layanan seperti OVO dan GoPay dengan mengintegrasikan fitur edukasi literasi keuangan agar penggunaan FinTech menjadi lebih bijak. Berdasarkan kuesioner, 72,4% responden menunjukkan tingkat pembelian impulsif kategori sedang, yang berarti perilaku konsumtif Generasi Z masih dapat dikendalikan melalui peningkatan pemahaman finansial. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mencakup responden Gen Z di Semarang, menggunakan survei daring, serta belum mempertimbangkan faktor lain seperti pendapatan, gaya hidup, dan kontrol diri, sehingga disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan wilayah lebih luas dan variabel tambahan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Referensi

- Andhyka, B., & others. (2024). The Improvement of Financial Literacy and Digital Payment Behavior in Generation Z: A Literature Review. *International Journal of Business, Technology and Management*, 6(2), 636–645.
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, 9(2), 3468–3475. <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Anshari, M., & others. (2020). Financial Technology and Disruptive Innovation in Business:

Concept and Application. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 11(4), 29–43. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.2020100103>

Arikunto, S. (2017). *Program Penelitian*. Rineka Putra.

Aulia, S. (2024). Pengaruh E-Commerce dan Financial Technology terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Panca Sakti Bekasi. *JISOSEPOL*, 394–401.

Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). The Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers' Impulsive Buying Behavior with Self-Control as Mediating Variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39012>

BriLatifa Paramita, B., & Santi Paramita, V. (2024). The Influence of Financial Literacy, Lifestyle and Financial Planning on Consumptive Behavior in Millennials and Generation Z. *International Journal of Science, Technology and Management*, 5(2), 373–382. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v5i2.1074>

Cooper, D., & Schindler, P. (2013). *Business Research Methods (12th ed.)*. McGraw-Hill Education.

Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321–338. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>

Gunawan, I. (2023). *Keterlibatan Dinas Permukiman Kota Medan dalam Pengembangan Permukiman Berdasarkan Perda Kota Medan Nomor 4 Tahun 2019 tentang Pencegahan dan Peningkatan Kualitas Terhadap Perumahan Kumuh dan Permukiman Kumuh*. Universitas Islam Sumatera Utara, Fakultas Magister Hukum.

Hardani, A., & al., et. (2020). Application of structural equation modeling in behavioral research. *Journal of Applied Statistics*, 47(5), 802–815.

Lestari, A. I., & others. (2024). Pengaruh Financial Technology terhadap Manajemen Keuangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 4, 82–89.

Mulasiwi, C. M., & Julialevi, K. O. (2020). Optimalisasi Financial Teknologi terhadap Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto. *Performance*, 27(1), 12. <https://doi.org/10.20884/1.jp.2020.27.1.2284>

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utami, N. M., & others. (2025). Financial Literacy and Fintech Use's Effects on Indonesian Young Adults' Financial Well-Being. *Journal of Ecohumanism*, 4(1), 1288–1298.

<https://doi.org/10.62754/joe.v4i1.5943>

Vinkóczy, T., & others. (2024). Tech Titans: Generation Z's Role in the FinTech Evolution. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(10), 1–23. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i10.8201>