

Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, dan Self-Control terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Mel Wulandini¹, Cindy Atika Rizki^{2*}, Siti Khodijah³

^{1,2,3}Sains Komputasi dan Kecerdasan Digital, Teknologi Informasi, Universitas Pembangunan Panca Budi, Medan, Indonesia

Email: ¹melwulandini1@gmail.com, ^{2*}cindyatika100e@gmail.com, ³sitikhodija31@gmail.com

(*Email Coressponding Author: cindyatika100e@gmail.com)

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola transaksi dan perilaku keuangan Generasi Z. Kemudahan dalam mengakses layanan keuangan digital memberikan manfaat dalam melakukan transaksi, tetapi juga dapat meningkatkan kecenderungan pembelian impulsif yang berpotensi memengaruhi pengelolaan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden Generasi Z yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dengan skala Likert lima tingkat. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, sedangkan impulsive buying berpengaruh negatif dan signifikan. Self-control juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan. Secara simultan, literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 46,4%. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan digital dan kemampuan pengendalian diri serta pengurangan perilaku pembelian impulsif merupakan faktor penting dalam membentuk pengelolaan keuangan Generasi Z yang lebih terencana dan bertanggung jawab di era digital.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, Self-Control, Pengelolaan Keuangan, Generasi Z

Abstract

The development of digital technology has transformed the transaction patterns and financial behavior of Generation Z. Easy access to digital financial services provides convenience in conducting transactions, but it may also increase the tendency toward impulsive buying, potentially affecting financial management. This study aims to analyze the effects of digital financial literacy, impulsive buying, and self-control on the financial management of Generation Z. This study employed a quantitative approach using a survey method involving 150 Generation Z respondents selected through purposive sampling. Data were collected using a five-point Likert-scale questionnaire. Data analysis was conducted using multiple linear regression, including validity, reliability, classical assumption, t-test, F-test, and coefficient of determination analyses. The results showed that digital financial literacy had a positive and significant effect on financial management, while impulsive buying had a negative and significant effect. Self-control also had a positive and significant effect on financial management. Simultaneously, digital financial literacy, impulsive buying, and self-control significantly affected the financial management of Generation Z, with a coefficient of determination of 46.4%. These findings indicate that improving digital financial literacy and self-control, along with reducing impulsive buying behavior, are important factors in developing more planned and responsible financial management among Generation Z in the digital era.

Keywords: Digital Financial Literacy, Impulsive Buying, Self-Control, Financial Management, Generation Z

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan pengelolaan keuangan pribadi[1]. Kehadiran layanan keuangan digital seperti dompet digital, mobile banking, pembayaran berbasis kode QR, serta berbagai platform perdagangan elektronik memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan[2]. Perubahan tersebut semakin terasa pada Generasi Z yang tumbuh dan berkembang di tengah ekosistem digital. Generasi Z memiliki tingkat interaksi yang tinggi dengan teknologi dan internet sehingga aktivitas keuangan sehari-hari semakin terintegrasi dengan platform digital[3]. Kemudahan dalam melakukan pembayaran dan bertransaksi secara digital memberikan manfaat dari sisi efisiensi, tetapi pada saat yang sama juga dapat meningkatkan risiko perilaku konsumtif apabila tidak diimbangi dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik[4]. Literasi keuangan digital menjadi salah satu kemampuan penting yang dibutuhkan oleh Generasi Z dalam menghadapi perkembangan ekosistem keuangan modern[5]. Literasi keuangan digital tidak hanya berkaitan dengan pemahaman mengenai konsep keuangan, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menggunakan layanan keuangan digital secara aman, bijak, dan bertanggung jawab[6]. Individu yang memiliki literasi keuangan digital yang baik diharapkan mampu memahami manfaat dan risiko dari berbagai produk serta layanan keuangan digital, melakukan perencanaan keuangan, mengendalikan pengeluaran, dan mengambil keputusan keuangan secara lebih rasional[7]. Sebaliknya, rendahnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan digital dapat menyebabkan individu lebih mudah melakukan transaksi tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial dan konsekuensi jangka panjangnya[8].

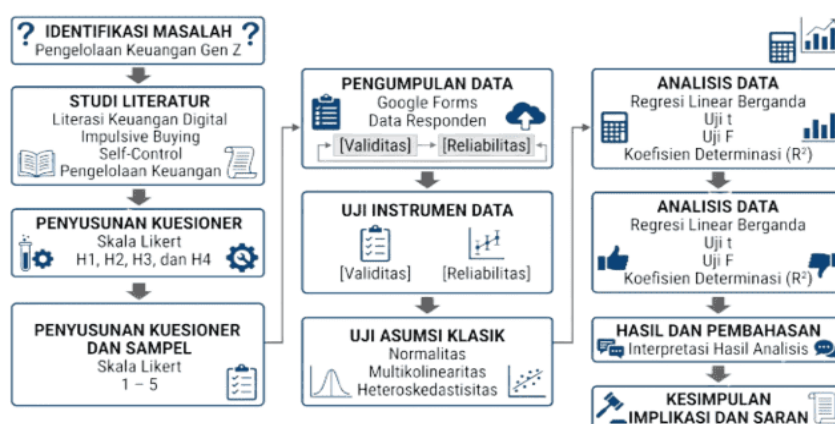
Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga telah mengubah pola konsumsi masyarakat. Kemudahan akses terhadap platform e-commerce dan social commerce, tersedianya berbagai metode pembayaran digital, serta munculnya promosi berupa diskon, cashback, gratis ongkos kirim, dan penawaran terbatas dapat mendorong seseorang melakukan pembelian secara spontan[9]. Kondisi tersebut berkaitan dengan perilaku impulsive buying, yaitu kecenderungan melakukan pembelian secara tiba-tiba tanpa perencanaan sebelumnya[10]. Generasi Z menjadi kelompok yang cukup rentan terhadap perilaku tersebut karena intensitas interaksi mereka dengan media sosial dan platform digital relatif tinggi[11]. Paparan terhadap konten promosi, rekomendasi produk, tren gaya hidup, dan strategi pemasaran digital dapat memengaruhi keputusan pembelian yang pada akhirnya berpotensi mengganggu keseimbangan pengelolaan keuangan pribadi[12]. Perilaku impulsif dalam melakukan pembelian dapat menjadi permasalahan ketika tidak diikuti dengan kemampuan mengendalikan diri[13]. Self-control atau kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengendalikan dorongan, emosi, dan keinginan sesaat untuk mencapai tujuan yang lebih penting dalam jangka panjang. Dalam konteks keuangan, self-control berperan dalam membantu seseorang menunda pembelian yang tidak diperlukan, membatasi pengeluaran, serta mempertimbangkan prioritas sebelum mengambil keputusan keuangan[14]. Generasi Z dengan tingkat self-control yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan keinginan konsumtif dan mempertimbangkan kondisi keuangannya sebelum melakukan transaksi. Sebaliknya, rendahnya kontrol diri dapat meningkatkan kecenderungan melakukan pembelian impulsif dan menyebabkan pengeluaran yang tidak sesuai dengan perencanaan keuangan[15].

Pengelolaan keuangan pribadi menjadi aspek penting yang perlu diperhatikan oleh Generasi Z karena kemampuan tersebut berhubungan dengan kondisi finansial individu pada masa sekarang maupun masa depan[16]. Pengelolaan keuangan yang baik mencakup kemampuan menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, menabung, mengalokasikan dana berdasarkan kebutuhan dan prioritas, serta membuat keputusan keuangan secara terencana. Namun, kemudahan transaksi digital dapat menciptakan paradoks dalam perilaku keuangan. Di satu sisi, teknologi memberikan akses yang lebih luas terhadap informasi dan layanan keuangan, sedangkan di sisi lain kemudahan tersebut dapat mendorong peningkatan konsumsi dan transaksi yang tidak direncanakan. Oleh karena itu, kemampuan mengelola keuangan tidak hanya ditentukan oleh akses terhadap teknologi, tetapi juga oleh tingkat pemahaman keuangan dan kemampuan individu dalam mengendalikan perilakunya[17]. Hubungan antara literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control dengan pengelolaan keuangan Generasi Z menjadi penting untuk dikaji karena ketiga

aspek tersebut merepresentasikan faktor pengetahuan, perilaku konsumsi, dan kemampuan pengendalian diri[18].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Data yang diperoleh berupa data numerik dari jawaban responden yang selanjutnya dianalisis menggunakan metode statistik untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel yang telah ditentukan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.



Gambar 1. Tahapan Penelitian Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, dan Self-Control terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z

Variabel independen dalam penelitian ini terdiri atas Literasi Keuangan Digital (X1), Impulsive Buying (X2), dan Self-Control (X3). Sementara itu, variabel dependen yang digunakan adalah Pengelolaan Keuangan (Y). Model penelitian dirancang untuk mengetahui sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif menggunakan teknologi digital dan layanan keuangan digital dalam aktivitas sehari-hari. Generasi Z dalam penelitian ini difokuskan pada individu yang berada pada kelompok usia produktif muda dan memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan pembayaran digital, mobile banking, dompet digital, maupun platform perdagangan elektronik. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria responden yang ditetapkan adalah: (1) termasuk dalam kelompok Generasi Z; (2) aktif menggunakan perangkat dan layanan digital; (3) pernah menggunakan layanan keuangan digital seperti dompet digital atau mobile banking; dan (4) pernah melakukan transaksi pembelian melalui platform digital atau e-commerce. Responden yang memenuhi kriteria tersebut dianggap memiliki pengalaman yang relevan untuk memberikan penilaian terhadap variabel yang diteliti.

Jumlah sampel dapat ditentukan berdasarkan kebutuhan analisis statistik dan jumlah indikator yang digunakan dalam instrumen penelitian. Dalam penelitian ini, jumlah responden dapat ditetapkan sebanyak 150 responden. Jumlah tersebut dinilai memadai untuk analisis regresi linear berganda dan pengujian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang disebarluaskan secara daring melalui platform digital, seperti Google Forms. Kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-

masing variabel penelitian dan diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria sampel. Penggunaan kuesioner daring dipilih karena sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang terbiasa menggunakan teknologi digital serta memungkinkan proses pengumpulan data dilakukan secara lebih efektif dan efisien. Pengukuran setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = netral, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju. Setiap responden diminta memberikan jawaban berdasarkan kondisi dan pengalaman mereka dalam menggunakan layanan keuangan digital serta mengelola keuangan pribadi.

2.3. Operasionalisasi Variabel

Variabel penelitian dioperasionalkan berdasarkan beberapa indikator yang digunakan sebagai dasar penyusunan instrumen kuesioner. Literasi Keuangan Digital (X1) diukur melalui indikator pemahaman terhadap layanan keuangan digital, kemampuan menggunakan layanan keuangan digital, pemahaman risiko transaksi digital, kemampuan menjaga keamanan data keuangan, dan kemampuan mengambil keputusan keuangan melalui platform digital. Impulsive Buying (X2) diukur berdasarkan kecenderungan melakukan pembelian secara spontan, pembelian tanpa perencanaan, dorongan emosional ketika berbelanja, ketertarikan terhadap promosi digital, dan kecenderungan membeli produk yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhan utama.

Self-Control (X3) diukur melalui kemampuan mengendalikan keinginan membeli, kemampuan menunda kepuasan, kemampuan mengatur pengeluaran, kemampuan mempertimbangkan konsekuensi sebelum melakukan transaksi, dan kemampuan mempertahankan keputusan keuangan yang telah direncanakan. Sementara itu, Pengelolaan Keuangan (Y) diukur berdasarkan kemampuan menyusun anggaran, mengontrol pengeluaran, melakukan pencatatan keuangan, menyisihkan pendapatan untuk tabungan, mengatur prioritas kebutuhan, dan melakukan perencanaan keuangan untuk masa depan.

2.4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner tertutup yang terdiri atas beberapa pernyataan untuk mengukur setiap indikator variabel. Sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama, instrumen perlu melalui tahap pengujian untuk memastikan bahwa setiap item pernyataan mampu mengukur konstruk yang dimaksud. Pengujian instrumen dilakukan melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel penelitian. Item pernyataan dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria nilai korelasi yang telah ditentukan. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Reliabilitas dapat diuji menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan nilai yang lebih tinggi menunjukkan konsistensi internal instrumen yang semakin baik.

2.5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap masing-masing variabel penelitian. Karakteristik responden dapat dianalisis berdasarkan usia, jenis kelamin, status pekerjaan atau pendidikan, intensitas penggunaan layanan keuangan digital, serta frekuensi transaksi digital. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data residual berdistribusi normal. Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang terlalu kuat antarvariabel independen. Sementara itu, uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (1)$$

Keterangan:

- Y = Pengelolaan Keuangan
- α = Konstanta

- c. $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi
- d. X_1 = Literasi Keuangan Digital
- e. X_2 = Impulsive Buying
- f. X_3 = Self-Control
- g. e = Error

Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t dan uji F. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap pengelolaan keuangan. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control secara simultan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel pengelolaan keuangan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis penelitian dinyatakan memiliki pengaruh yang signifikan. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka pengaruh variabel yang diuji dinyatakan tidak signifikan.

2.6. Model Konseptual Penelitian

Model konseptual penelitian menggambarkan hubungan antara tiga variabel independen dengan satu variabel dependen sebagai berikut:

- a. Literasi Keuangan Digital (X_1) → Pengelolaan Keuangan (Y)
- b. Impulsive Buying (X_2) → Pengelolaan Keuangan (Y)
- c. Self-Control (X_3) → Pengelolaan Keuangan (Y)

Ketiga variabel independen tersebut juga diuji secara simultan untuk mengetahui pengaruhnya secara bersama-sama terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.

Berdasarkan model tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- a. H1: Literasi Keuangan Digital berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z.
- b. H2: Impulsive Buying berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z.
- c. H3: Self-Control berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z.
- d. H4: Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, dan Self-Control secara simultan berpengaruh terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1. Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 150 responden yang termasuk dalam kelompok Generasi Z dan memenuhi kriteria sampel yang telah ditentukan. Responden merupakan individu yang aktif menggunakan teknologi digital serta memiliki pengalaman dalam menggunakan layanan keuangan digital, seperti dompet digital, mobile banking, pembayaran QR, dan platform perdagangan elektronik. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat untuk memperoleh informasi mengenai literasi keuangan digital, impulsive buying, self-control, dan pengelolaan keuangan responden. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin, kelompok usia, status pendidikan atau pekerjaan, serta intensitas penggunaan layanan keuangan digital. Analisis karakteristik responden bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil Generasi Z yang menjadi objek penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	62	41,3%
	Perempuan	88	58,7%
Usia	17–20 tahun	45	30,0%
	21–24 tahun	72	48,0%
	25–28 tahun	33	22,0%
Status	Pelajar/Mahasiswa	91	60,7%
	Karyawan	42	28,0%

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Persentase
Penggunaan Keuangan Digital	Wirausaha	17	11,3%
	Rendah	21	14,0%
	Sedang	57	38,0%
	Tinggi	72	48,0%

Berdasarkan Tabel 1, responden penelitian didominasi oleh perempuan dengan jumlah 88 orang atau 58,7%, sedangkan responden laki-laki berjumlah 62 orang atau 41,3%. Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–24 tahun, yaitu sebanyak 72 orang atau 48%. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada fase kehidupan yang mulai memiliki kemandirian dalam mengambil keputusan keuangan, baik dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun dalam melakukan transaksi digital. Dilihat dari status responden, mayoritas merupakan pelajar atau mahasiswa dengan jumlah 91 orang atau 60,7%. Kelompok ini menjadi bagian penting dalam penelitian karena mahasiswa dan generasi muda merupakan pengguna aktif layanan digital serta memiliki intensitas interaksi yang tinggi dengan berbagai platform perdagangan dan pembayaran digital. Sementara itu, berdasarkan intensitas penggunaan layanan keuangan digital, sebanyak 72 responden atau 48% berada dalam kategori tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa layanan keuangan digital telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan sehari-hari Generasi Z.

3.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kecenderungan jawaban responden terhadap variabel yang diteliti. Variabel dalam penelitian ini terdiri atas Literasi Keuangan Digital (X1), Impulsive Buying (X2), Self-Control (X3), dan Pengelolaan Keuangan (Y).

Tabel 2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Variabel	Minimum	Maksimum	Mean	Standar Deviasi
Literasi Keuangan Digital	2,20	5,00	4,01	0,61
Impulsive Buying	1,80	4,80	3,32	0,72
Self-Control	2,00	5,00	3,78	0,65
Pengelolaan Keuangan	2,40	5,00	3,85	0,59

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, variabel literasi keuangan digital memiliki nilai rata-rata sebesar 4,01. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memiliki tingkat pemahaman yang relatif baik terhadap penggunaan layanan keuangan digital. Generasi Z cenderung telah memahami penggunaan berbagai layanan transaksi digital dan memiliki kesadaran mengenai pentingnya keamanan dalam melakukan transaksi keuangan. Variabel impulsive buying memiliki nilai rata-rata sebesar 3,32. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan pembelian impulsif pada responden berada pada tingkat sedang. Responden masih memiliki kecenderungan melakukan pembelian spontan, terutama ketika mendapatkan penawaran menarik, promosi, diskon, atau rekomendasi produk melalui media sosial. Namun, perilaku tersebut belum menunjukkan tingkat yang sangat tinggi pada keseluruhan responden. Variabel self-control memiliki nilai rata-rata sebesar 3,78. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki kemampuan pengendalian diri yang cukup baik dalam mengatur keputusan keuangan. Meskipun demikian, masih terdapat responden yang mengalami kesulitan dalam menahan keinginan untuk melakukan pembelian yang tidak direncanakan. Sementara itu, variabel pengelolaan keuangan memiliki nilai rata-rata sebesar 3,85. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden secara umum telah memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengatur keuangan. Pengelolaan tersebut mencakup pengaturan pengeluaran, penyusunan prioritas kebutuhan, penyisihan dana untuk tabungan, serta perencanaan penggunaan uang.

3.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur konstruk yang diteliti. Uji validitas dilakukan dengan melihat hubungan antara skor setiap item dengan skor total variabel. Sementara itu, pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui konsistensi internal instrumen.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Digital	5	0,861	Reliabel
Impulsive Buying	5	0,834	Reliabel
Self-Control	5	0,852	Reliabel
Pengelolaan Keuangan	6	0,879	Reliabel

Berdasarkan Tabel 3, seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan demikian, item pernyataan yang digunakan untuk mengukur literasi keuangan digital, impulsive buying, self-control, dan pengelolaan keuangan dapat dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3.4. Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan pengujian asumsi klasik untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi persyaratan statistik. Pengujian meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan Digital	0,672	1,488	Tidak terjadi multikolinearitas
Impulsive Buying	0,714	1,400	Tidak terjadi multikolinearitas
Self-Control	0,641	1,560	Tidak terjadi multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai VIF di bawah 10 dan nilai tolerance di atas 0,10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model penelitian. Artinya, literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control dapat digunakan secara bersamaan dalam model regresi untuk menjelaskan variasi pengelolaan keuangan Generasi Z. Hasil uji normalitas juga menunjukkan bahwa residual model memiliki distribusi yang memenuhi asumsi normalitas. Sementara itu, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan tidak ditemukan pola tertentu yang mengindikasikan adanya masalah heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi dapat digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis.

3.5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	t-hitung	Sig.	Keterangan
Konstanta	5,214	2,817	0,006	Signifikan
Literasi Keuangan Digital	0,382	4,921	0,000	Signifikan
Impulsive Buying	-0,217	-2,874	0,005	Signifikan
Self-Control	0,341	4,376	0,000	Signifikan

Berdasarkan hasil analisis regresi, persamaan regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,214 + 0,382X_1 - 0,217X_2 + 0,341X_3 + e \quad (2)$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,382. Artinya, peningkatan literasi keuangan digital cenderung diikuti dengan peningkatan kemampuan pengelolaan keuangan Generasi Z. Sementara itu, impulsive

buying memiliki koefisien negatif sebesar -0,217, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif, semakin rendah kemampuan pengelolaan keuangan. Self-control memiliki koefisien positif sebesar 0,341, yang berarti peningkatan kemampuan pengendalian diri cenderung meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan.

3.6. Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Pengelolaan Keuangan

Hasil pengujian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,382 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik kemampuan Generasi Z dalam memahami dan menggunakan layanan keuangan digital, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola keuangan. Literasi keuangan digital memungkinkan individu memahami berbagai fitur layanan keuangan, mempertimbangkan risiko transaksi, menjaga keamanan akun, serta menggunakan layanan digital secara lebih terencana. Kemampuan tersebut menjadi semakin penting karena transaksi keuangan saat ini dapat dilakukan dengan sangat cepat. Penggunaan dompet digital dan mobile banking memungkinkan seseorang melakukan pembayaran hanya dalam beberapa detik. Tanpa pemahaman keuangan yang memadai, kemudahan tersebut dapat menyebabkan individu kehilangan kontrol terhadap frekuensi dan jumlah pengeluaran. Sebaliknya, individu yang memiliki literasi keuangan digital lebih baik cenderung mampu memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk membantu pengelolaan keuangan.

3.7. Pengaruh Impulsive Buying terhadap Pengelolaan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa impulsive buying berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, dengan koefisien regresi sebesar -0,217 dan signifikansi 0,005. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Semakin tinggi kecenderungan pembelian impulsif, semakin rendah kemampuan individu dalam mengelola keuangan karena meningkatnya pengeluaran yang tidak direncanakan. Pada Generasi Z, kemudahan berbelanja melalui platform digital serta berbagai promosi seperti diskon, cashback, dan gratis ongkir semakin mendorong pembelian spontan, sehingga berpotensi mengganggu pengelolaan anggaran dan prioritas keuangan.

3.8. Pengaruh Self-Control terhadap Pengelolaan Keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa self-control berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, dengan koefisien regresi sebesar 0,341 dan signifikansi 0,000. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Semakin baik kontrol diri seseorang, semakin baik pula kemampuannya dalam mengelola keuangan. Self-control membantu individu mengendalikan perilaku konsumtif, membedakan kebutuhan dan keinginan, serta mempertimbangkan konsekuensi sebelum melakukan pembelian. Bagi Generasi Z yang banyak terpapar promosi dan tren konsumsi melalui media sosial, kemampuan menunda kepuasan dan menentukan prioritas keuangan menjadi penting agar dana dapat dialokasikan untuk kebutuhan dan tujuan masa depan.

3.9. Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, dan Self-Control secara Simultan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control secara simultan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh kombinasi pengetahuan keuangan, perilaku konsumtif, dan kemampuan mengendalikan diri. Literasi keuangan digital membantu individu mengambil keputusan keuangan yang tepat, sedangkan impulsive buying meningkatkan risiko pengeluaran yang tidak direncanakan. Di sisi lain, self-control berperan dalam mengendalikan dorongan konsumtif sehingga mendukung pengelolaan keuangan yang lebih terencana. Kombinasi ketiga faktor tersebut menjadi penentu penting dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z.

4. PENGUJIAN

Pengujian penelitian dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid, sedangkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi yang baik dengan nilai Cronbach's Alpha variabel Literasi Keuangan

Digital sebesar 0,861, Impulsive Buying sebesar 0,834, Self-Control sebesar 0,852, dan Pengelolaan Keuangan sebesar 0,879. Selanjutnya, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi normalitas, tidak terdapat gejala multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi layak digunakan.

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan dengan nilai *t*-hitung sebesar 4,921 dan signifikansi 0,000, Impulsive Buying berpengaruh negatif dan signifikan dengan nilai *t*-hitung sebesar -2,874 dan signifikansi 0,005, sedangkan Self-Control berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai *t*-hitung sebesar 4,376 dan signifikansi 0,000. Hasil uji *F* memperoleh nilai *F*-hitung sebesar 32,847 dengan signifikansi 0,000, sehingga Literasi Keuangan Digital, Impulsive Buying, dan Self-Control secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z. Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,464 menunjukkan bahwa ketiga variabel independen mampu menjelaskan sebesar 46,4% variasi Pengelolaan Keuangan Generasi Z, sedangkan 53,6% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan hasil pengujian tersebut, seluruh hipotesis penelitian dinyatakan diterima.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, yang menunjukkan bahwa semakin baik pemahaman Generasi Z dalam menggunakan dan memahami layanan keuangan digital, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengatur keuangan. Sebaliknya, impulsive buying berpengaruh negatif dan signifikan, yang berarti kecenderungan melakukan pembelian secara spontan dan tanpa perencanaan dapat menurunkan kualitas pengelolaan keuangan. Sementara itu, self-control berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan, sehingga kemampuan mengendalikan keinginan dan perilaku konsumtif menjadi faktor penting dalam menjaga kondisi keuangan yang sehat. Secara simultan, literasi keuangan digital, impulsive buying, dan self-control berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hasil ini menegaskan bahwa pengelolaan keuangan di era digital tidak hanya membutuhkan pengetahuan mengenai keuangan dan teknologi, tetapi juga kemampuan mengendalikan perilaku konsumsi.

REFERENCES

- [1] S. Addin, A. Hidayat, N. Herawati, and L. D. Warpindyastuti, "Pendidikan Keuangan Untuk Mahasiswa: Tantangan dan Dampaknya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi," *JlIP - J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 7, no. 12, pp. 14108–14114, 2024, doi: <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6570>.
- [2] Z. N. Pangestika, D. K. Putri, S. F. Angelica, I. Nuryana, and D. M. Nihayah, "Systematic Literature Review: Persepsi Penggunaan QRIS Sebagai Peningkatan Efektivitas Alat Pembayaran dan Sistem Keuangan Digital," *J. Pendidik. Ekon.*, vol. 13, no. 2, pp. 103–115, 2025, doi: <https://doi.org/10.26740/jupe.v13n2.p103-115>.
- [3] K. Fatah and T. Purwanto, "Pendampingan Penggunaan Aplikasi Terintegrasi dalam Menilai Kinerja Keuangan UMKM Pekalongan secara Efektif," *Rahmatan Lil 'Alamin J. Community Serv.*, pp. 79–85, 2024, doi: <https://doi.org/10.20885/rla.vol4.iss2art3>.
- [4] A. Suyanto, H. Hafifuddin, D. Asiyah, W. Warsiati, and A. Kusumaningrum, "Pengaruh Gaya Hidup Mahasiswa Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif (Kajian Studi Literatur)," *Indones. J. Econ. Bus.*, vol. 3, no. 1, pp. 53–61, 2025, doi: <https://doi.org/10.58818/ijeb.v3i1.133>.
- [5] Mohamad Afrizal Miradji, Bayuadi, Walbertus Agung Setio Vercelly, Rizky Pratama Lafizha Putra, Erina Tri Widyastuti, and Usmawanti, "Di Balik Cuan Konten: Eksplorasi Strategi Pengelolaan Keuangan Oleh Gen Z Di Dunia Digital," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3,

- no. 1, pp. 35–47, 2025, doi: <https://doi.org/10.36456/fp145h25>.
- [6] Ananda Meylani Puteri, Intan Inanda, and Rifaldy Bagas Prasetio, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Literasi Digital terhadap Preferensi Bank Digital di Kalangan Mahasiswa,” *J. Publ. Ilmu Manaj.*, vol. 3, no. 4, pp. 16–25, 2024, doi: <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i4.4467>.
- [7] G. W. Pasek and G. Widiastina, “Pengaruh Mental Accounting Terhadap Pengambilan Keputusan Keuangan Individu,” *J. Akunt. Profesi*, vol. 16, no. 03, pp. 727–733, 2025, doi: <https://doi.org/10.23887/jap.v16i03.108130>.
- [8] G. C. Ananda, M. Syaula, and A. P. Fitriani, “Pengaruh Kemampuan Finansial, Sikap Hedonisme dan Efisiensi terhadap Keputusan Penggunaan Transaksi Cashless,” *All Fields Sci. J. Liaison Acad. Society*, vol. 5, no. 2, pp. 419–432, 2025, doi: <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i2.824>.
- [9] W. Widhiarso, “Optimasi Keputusan Repeat-Order Merchandise K-Pop Menggunakan Algoritma Greedy Berdasarkan Matriks Profitabilitas dan Tren,” *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 3, pp. 2158–2162, 2026, doi: <https://doi.org/10.62712/juktisi.v4i3.829>.
- [10] R. S. Agustina, A. M. Mufti, I. Rahmawati, and I. Fahrani, “Analisis Kecenderungan Pembelian Secara Impulsif Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam,” *J-EBI J. Ekon. Bisnis Islam*, vol. 3, no. 01, pp. 52–60, 2024, doi: <https://doi.org/10.57210/j-ebi.v3i01.291>.
- [11] Zulham, A. Yasir, and M. Eka, “Analisis Perbandingan Performa Bahasa Pemrograman Populer dalam Pengembangan Aplikasi Desktop,” *J. Ilmu Komput. dan Tek. Inform.*, vol. 1, no. 1, p. 33, 2025, [Online]. Available: <https://journals.raskhamedia.or.id/index.php/juiktiDOI:https://doi.org/99.9999/juikti.vxix.xxx>
- [12] A. Luthfi, S. Kasnelly, and R. A. Purnamasari, “Tabungan Dan Konsumsi: Studi Perilaku Konsumen Dalam Mengelola Keuangan Di Era Digital Melalui Pendekatan Kualitatif,” *Al-Mizan J. Ekon. Syariah*, vol. 7, no. 2, pp. 137–153, 2024, doi: [10.54459/almizan.v7i2.791](https://doi.org/10.54459/almizan.v7i2.791).
- [13] Selfi Anggraini and Evi Syafrida Nasution, “Pengaruh Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online Remaja Akhir,” *IKRA-ITH Hum. J. Sos. dan Hum.*, vol. 10, no. 1, pp. 51–59, 2026, doi: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v10i1.5473>.
- [14] Yulpida Sari Lubis, Zamzami Akromi Lubis, Zulfa Khoiriah, and Muhammad Ikhsan Harahap, “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Pasar Modal Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,” *J. Ris. Ekon. dan Akunt.*, vol. 1, no. 3, pp. 01–10, 2023, doi: <https://doi.org/10.54066/jrea-itb.v1i3.587>.
- [15] N. N. Adianti, N. Nandang, and R. M. Pranata, “Perilaku belanja mahasiswa dalam ekonomi digital: Peran sikap keuangan dan pembelian impulsif pada penggunaan Shopee paylater,” *J. Manag. Digit. Bus.*, vol. 6, no. 2, pp. 751–763, 2026, doi: <https://doi.org/10.53088/jmdb.v6i2.2942>.
- [16] F. A. Artha and K. A. Wibowo, “Pengaruh Literasi Keuangan, Perencanaan Keuangan, Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi,” *Value Added Maj. Ekon. dan Bisnis*, vol. 19, no. 1, p. 1, 2023, doi: <https://doi.org/10.26714/vameb.v19i1.10625>.
- [17] Vivian Angelina Soegiharto Wibowo, Ester Sabatini, and Rr. Puruwita Wardani, “Konsekuensi Pengendalian Diri dalam Hubungan Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Keuangan,” *AKUA J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 3, pp. 556–565, 2025, doi: <https://doi.org/10.54259/akua.v4i3.5360>.
- [18] Syifa Maulidatinisa, Sri Zulaihati, and Dwi Kismayanti Respati, “Pengaruh Literasi Keuangan, Pengendalian Diri, Dan Penggunaan Fintech Berbasis ShopeePay Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta (Studi Kasus Angkatan 2021),” *Ekopedia J. Ilm. Ekon.*, vol. 1, no. 3, pp. 776–792, 2025, doi: <https://doi.org/10.63822/avvk9583>.