

Peran Financial Technology Adoption dalam Meningkatkan Perilaku Menabung Generasi Z

Eka Pandu Cynthia^{1*}, Maulidania Mediawati Cynthia², Dessy Nia Cynthia³

¹Sains dan Teknologi, Teknik Informatika, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru, Indonesia

²Akuntansi, Politeknik Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia, Bandung, Indonesia

³Ekonomi, Akuntansi, Universitas Terbuka, Riau, Indonesia

Email: ^{1*}eka.cynthia@gmail.com, ²maulidania.mediawati99@gmail.com,

³cynthia.dessynia@gmail.com

(*Email Coresponding Author: eka.cynthia@gmail.com)

Abstrak

Perkembangan Financial Technology (FinTech) telah mengubah cara masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam mengakses dan mengelola layanan keuangan. Kemudahan penggunaan aplikasi keuangan digital, seperti dompet digital, mobile banking, dan platform tabungan digital, memberikan peluang untuk membentuk perilaku keuangan yang lebih baik, termasuk kebiasaan menabung. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Financial Technology Adoption dalam meningkatkan perilaku menabung Generasi Z. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden Generasi Z yang aktif menggunakan layanan Financial Technology dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi Financial Technology berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung Generasi Z. Kemudahan akses, persepsi manfaat, keamanan transaksi, serta fitur pengelolaan keuangan yang tersedia pada aplikasi Financial Technology mampu mendorong kebiasaan menabung secara lebih terencana dan berkelanjutan. Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan layanan Financial Technology yang didukung dengan peningkatan literasi keuangan digital dapat menjadi strategi yang efektif dalam membangun perilaku keuangan yang sehat di kalangan Generasi Z.

Kata Kunci: Financial Technology Adoption, Perilaku Menabung, Generasi Z, Literasi Keuangan Digital, SEM-PLS

Abstract

The rapid development of Financial Technology (FinTech) has transformed the way people, particularly Generation Z, access and manage financial services. The widespread use of digital financial applications, such as e-wallets, mobile banking, and digital savings platforms, provides opportunities to foster better financial behavior, especially saving habits. This study aims to analyze the role of Financial Technology Adoption in improving the saving behavior of Generation Z. The study employed a quantitative approach using an explanatory research design. Data were collected through questionnaires distributed to 150 Generation Z respondents who actively use Financial Technology services and were analyzed using the Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) method. The results indicate that Financial Technology Adoption has a positive and significant effect on the saving behavior of Generation Z. Ease of use, perceived usefulness, transaction security, and financial management features available in Financial Technology applications encourage users to develop more disciplined, planned, and sustainable saving habits. These findings suggest that the development of Financial Technology services, supported by enhanced digital financial literacy, can serve as an effective strategy for promoting healthy financial behavior among Generation Z.

Keywords: Financial Technology Adoption, Saving Behavior, Generation Z, Digital Financial Literacy, SEM-PLS

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas keuangan[1]. Transformasi digital pada sektor keuangan melahirkan berbagai layanan *Financial Technology* (FinTech) yang menawarkan kemudahan, kecepatan, efisiensi, dan aksesibilitas dalam melakukan transaksi. Kehadiran dompet digital (*e-wallet*), mobile banking, aplikasi investasi, layanan *buy now pay later* (BNPL), hingga platform tabungan digital telah mengubah pola pengelolaan keuangan masyarakat, khususnya Generasi Z[2]. Sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan internet dan teknologi digital, Generasi Z memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap berbagai inovasi keuangan berbasis teknologi[3]. Kemudahan dalam mengakses layanan keuangan digital menjadikan kelompok ini sebagai salah satu pengguna terbesar Financial Technology di Indonesia sekaligus berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan[4]. Di sisi lain, kemudahan yang ditawarkan Financial Technology juga menghadirkan tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Berbagai fitur pembayaran instan, promosi digital, cashback, dan layanan kredit mendorong perilaku konsumtif yang berpotensi mengurangi kemampuan individu dalam menabung[5]. Banyak anggota Generasi Z lebih memprioritaskan pemenuhan kebutuhan gaya hidup dibandingkan menyisihkan pendapatan sebagai tabungan[6]. Padahal, perilaku menabung merupakan salah satu indikator penting dalam menciptakan stabilitas keuangan individu dan menjadi fondasi dalam mencapai kesejahteraan finansial di masa depan. Oleh karena itu, pemanfaatan Financial Technology tidak hanya perlu diarahkan sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media yang mampu membangun kebiasaan keuangan yang lebih sehat[7].

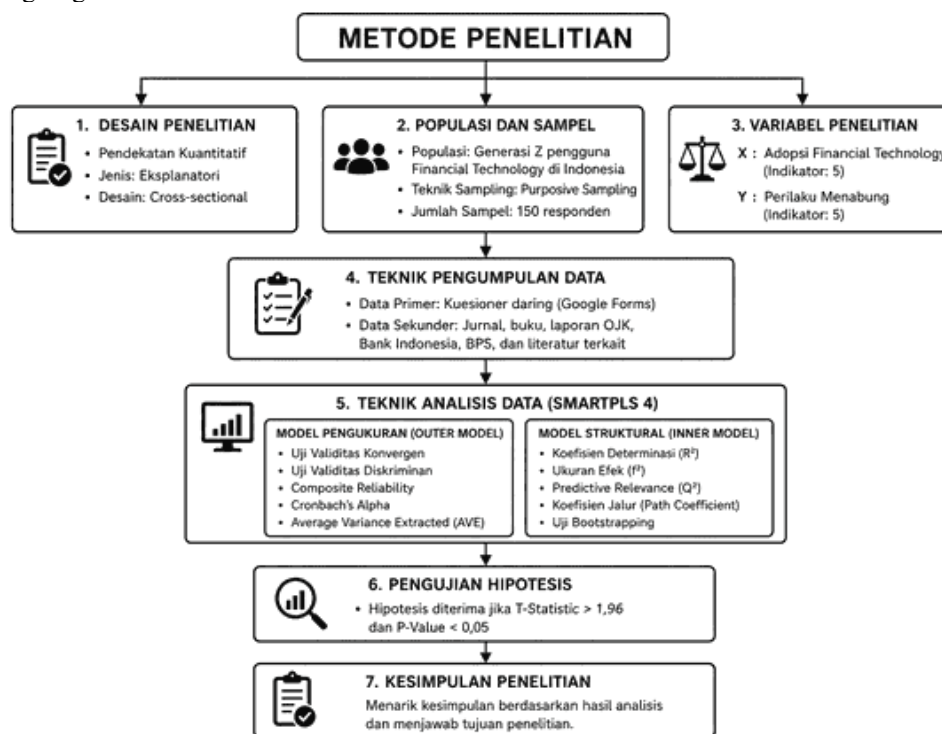
Financial Technology memiliki berbagai fitur yang mendukung pengelolaan keuangan, seperti pencatatan transaksi otomatis, target tabungan, pengingat pembayaran, analisis pengeluaran, hingga tabungan otomatis (*automatic saving*)[8]. Fitur-fitur tersebut memungkinkan pengguna memantau kondisi keuangan secara real-time dan membantu membangun disiplin dalam mengelola pendapatan[9]. Dengan demikian, adopsi *Financial Technology* berpotensi memberikan dampak positif terhadap peningkatan perilaku menabung apabila dimanfaatkan secara optimal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara adopsi *Financial Technology* dan perilaku menabung masih menghasilkan temuan yang beragam[10]. Sebagian penelitian menyimpulkan bahwa penggunaan layanan keuangan digital mampu meningkatkan kebiasaan menabung melalui kemudahan akses dan pengelolaan keuangan yang lebih efektif[11]. Namun, penelitian lainnya menunjukkan bahwa kemudahan transaksi digital justru dapat meningkatkan perilaku konsumtif sehingga tidak selalu berdampak pada peningkatan tabungan. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan bahwa pengaruh Financial Technology terhadap perilaku keuangan masih memerlukan kajian lebih lanjut, khususnya pada Generasi Z yang memiliki karakteristik dan pola konsumsi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat[12]. Semakin tinggi persepsi terhadap kemudahan dan manfaat suatu teknologi, semakin besar pula kemungkinan individu menggunakannya secara berkelanjutan. Dalam konteks perilaku keuangan, penggunaan *Financial Technology* yang berkelanjutan diharapkan mampu mendorong terbentuknya kebiasaan menabung melalui pengelolaan keuangan yang lebih terencana dan efisien[13]. Selain itu, perspektif *Behavioral Finance* menjelaskan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh faktor psikologis dan proses pengambilan keputusan, sehingga pemanfaatan teknologi dapat menjadi salah satu faktor yang membantu individu mengelola keuangan secara lebih rasional[14]. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Financial Technology Adoption dalam meningkatkan perilaku menabung Generasi Z[15]. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai perilaku keuangan digital serta menjadi masukan bagi penyedia layanan Financial Technology, lembaga keuangan, dan pemerintah dalam mengembangkan strategi yang mampu meningkatkan literasi keuangan digital sekaligus membangun budaya menabung di kalangan Generasi Z[16].

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori (*explanatory research*) yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh adopsi *Financial Technology*

terhadap perilaku menabung Generasi Z. Pendekatan kuantitatif dipilih karena mampu mengukur hubungan antarvariabel secara objektif melalui data numerik yang diperoleh dari penyebaran kuesioner. Penelitian dilaksanakan dengan desain *cross-sectional*, yaitu pengambilan data dilakukan pada satu periode waktu tertentu untuk menggambarkan kondisi responden pada saat penelitian berlangsung.



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

2.1. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu Generasi Z yang menggunakan layanan Financial Technology di Indonesia. Generasi Z dalam penelitian ini merupakan individu yang berusia 17–27 tahun dan telah menggunakan minimal satu layanan Financial Technology, seperti mobile banking, dompet digital (*e-wallet*), aplikasi tabungan digital, maupun aplikasi pembayaran elektronik. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria responden meliputi:

- Berusia 17–27 tahun.
- Aktif menggunakan aplikasi Financial Technology.
- Pernah melakukan transaksi digital dalam tiga bulan terakhir.
- Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Jumlah sampel penelitian sebanyak 150 responden, yang telah memenuhi rekomendasi ukuran sampel untuk analisis SEM-PLS.

2.2. Variabel dan Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen.

Variabel Independen (X). Adopsi Financial Technology. Indikator:

- Persepsi Kemudahan Penggunaan
- Persepsi Manfaat
- Kemudahan Akses
- Kenyamanan Bertransaksi
- Persepsi Keamanan

Variabel Dependen (Y): Perilaku Menabung. Indikator:

- a. Kebiasaan Menabung
- b. Frekuensi Menabung
- c. Perencanaan Keuangan
- d. Komitmen Menabung
- e. Konsistensi Menabung

Instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan skala Likert lima tingkat.

Tabel 1. Skala Pengukuran Variabel Penelitian

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

2.3. Teknik Pengumpulan Data

Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Forms kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Penyebaran dilakukan melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan platform digital lainnya yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Selain data primer, penelitian juga memanfaatkan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia, Badan Pusat Statistik (BPS), serta berbagai literatur yang relevan.

2.4. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS 4. Analisis terdiri atas dua tahap, yaitu evaluasi model pengukuran (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model). Tahapan evaluasi model pengukuran meliputi:

- a. Uji Validitas Konvergen
- b. Uji Validitas Diskriminan
- c. Composite Reliability
- d. Cronbach's Alpha
- e. Average Variance Extracted (AVE)

Selanjutnya dilakukan evaluasi model struktural yang meliputi:

- a. Koefisien Determinasi (R^2)
- b. Ukuran Efek (f^2)
- c. Predictive Relevance (Q^2)
- d. Koefisien Jalur (Path Coefficient)
- e. Uji Bootstrapping
- f. Pengujian Hipotesis berdasarkan nilai T-Statistic dan P-Value

Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai T-Statistic $> 1,96$ dan P-Value $< 0,05$, yang menunjukkan bahwa adopsi Financial Technology berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung Generasi Z.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

3.1. Adopsi Financial Technology pada Generasi Z

Perkembangan Financial Technology telah meningkatkan akses Generasi Z terhadap berbagai layanan keuangan digital. Beragam aplikasi seperti dompet digital, mobile banking, dan aplikasi tabungan digital memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi serta mengelola keuangan secara lebih efisien. Tingginya tingkat adopsi teknologi ini didukung oleh kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan tersedianya berbagai fitur yang membantu aktivitas keuangan sehari-hari. Untuk memberikan gambaran mengenai hasil kajian dari berbagai penelitian terdahulu, ringkasan temuan dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Ringkasan Penelitian Terdahulu Mengenai Financial Technology dan Perilaku Menabung Generasi Z

No.	Fokus Penelitian	Temuan Utama	Implikasi
1	Adopsi Financial Technology	Kemudahan penggunaan meningkatkan minat menggunakan layanan digital.	Mendorong pengelolaan keuangan yang lebih efektif.
2	Financial Technology dan Menabung	Fitur tabungan digital meningkatkan kebiasaan menabung.	Membentuk perilaku keuangan yang lebih baik.
3	Financial Technology dan Literasi Keuangan	Literasi keuangan memperkuat pemanfaatan aplikasi keuangan.	Pengguna lebih bijak dalam mengelola dana.
4	Financial Technology dan Konsumsi	Kemudahan transaksi dapat meningkatkan pembelian impulsif.	Diperlukan pengendalian diri.
5	Financial Technology dan Pengelolaan Keuangan	Pencatatan transaksi membantu mengontrol pengeluaran.	Mendukung disiplin keuangan.

Berdasarkan Tabel 2 dapat diketahui bahwa sebagian besar penelitian terdahulu menunjukkan adanya hubungan positif antara adopsi Financial Technology dengan peningkatan kualitas pengelolaan keuangan. Meskipun demikian, beberapa penelitian juga mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital dapat memicu perilaku konsumtif apabila tidak disertai literasi keuangan dan kemampuan pengendalian diri yang baik.

3.2. Perilaku Menabung Generasi Z

Perilaku menabung merupakan salah satu indikator penting dalam mencerminkan kemampuan individu mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Bagi Generasi Z, kebiasaan menabung dipengaruhi oleh kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital, tingkat pendapatan, serta kemampuan mengendalikan pengeluaran. Kehadiran berbagai fitur pada aplikasi Financial Technology memberikan alternatif yang lebih praktis dibandingkan metode menabung secara konvensional. Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah memanfaatkan Financial Technology dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Pengelolaan Keuangan Sebelum dan Sesudah Menggunakan Financial Technology

Aspek	Sebelum Menggunakan Financial Technology	Setelah Menggunakan Financial Technology
Cara Menabung	Melalui bank secara langsung	Melalui aplikasi digital
Monitoring Saldo	Secara manual	Real-time
Pencatatan Transaksi	Manual	Otomatis
Target Tabungan	Tidak terstruktur	Tersedia fitur target tabungan
Pengingat Menabung	Tidak tersedia	Notifikasi otomatis

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa penggunaan Financial Technology memberikan berbagai kemudahan dalam aktivitas menabung. Fitur-fitur digital seperti pencatatan transaksi otomatis, target tabungan, dan pengingat berkala membantu pengguna mengelola keuangan secara lebih terencana sehingga kebiasaan menabung dapat terbentuk secara konsisten.

3.3. Peran Financial Technology dalam Meningkatkan Perilaku Menabung

Financial Technology berperan sebagai sarana yang mempermudah masyarakat dalam mengakses layanan keuangan sekaligus membangun perilaku keuangan yang lebih baik. Berbagai fitur yang tersedia memungkinkan pengguna memonitor pengeluaran, menyusun anggaran, serta menentukan target tabungan sesuai kebutuhan masing-masing.

Faktor-faktor yang mendukung peningkatan perilaku menabung melalui Financial Technology dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Faktor yang Memengaruhi Perilaku Menabung melalui Financial Technology

Faktor	Dampak terhadap Perilaku Menabung	Faktor
Kemudahan penggunaan	Meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi keuangan	Kemudahan penggunaan
Persepsi manfaat	Mendorong pemanfaatan fitur tabungan digital	Persepsi manfaat
Keamanan transaksi	Meningkatkan kepercayaan pengguna	Keamanan transaksi
Literasi keuangan	Membantu pengambilan keputusan keuangan	Literasi keuangan
Pengendalian diri	Mengurangi pembelian impulsif	Pengendalian diri
Fitur tabungan otomatis	Membentuk kebiasaan menabung secara rutin	Fitur tabungan otomatis

Berdasarkan Tabel 4 dapat dipahami bahwa keberhasilan Financial Technology dalam meningkatkan perilaku menabung dipengaruhi oleh kombinasi antara faktor teknologi dan faktor perilaku pengguna. Kemudahan penggunaan dan manfaat aplikasi mendorong adopsi teknologi, sedangkan literasi keuangan dan pengendalian diri menentukan sejauh mana teknologi tersebut dimanfaatkan untuk membangun kebiasaan menabung yang berkelanjutan.

3.4. Faktor yang Mendukung Efektivitas Financial Technology

Keberhasilan Financial Technology dalam meningkatkan perilaku menabung dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung. Salah satu faktor utama adalah kemudahan penggunaan aplikasi. Semakin sederhana antarmuka dan proses transaksi yang ditawarkan, semakin tinggi kemungkinan pengguna memanfaatkan layanan tersebut secara berkelanjutan. Faktor lainnya adalah persepsi manfaat yang dirasakan pengguna. Ketika aplikasi mampu membantu mengelola anggaran, memantau pengeluaran, dan mencapai target keuangan, pengguna akan lebih termotivasi untuk terus menggunakannya. Manfaat yang nyata akan meningkatkan kepercayaan terhadap layanan Financial Technology sekaligus memperkuat kebiasaan menabung.

Keamanan sistem juga menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat penggunaan layanan keuangan digital. Perlindungan data pribadi, autentikasi berlapis, serta jaminan keamanan transaksi memberikan rasa aman kepada pengguna dalam menyimpan maupun mengelola dana melalui aplikasi Financial Technology. Tingkat keamanan yang baik akan meningkatkan kepercayaan sehingga mendorong penggunaan layanan secara lebih intensif.

3.5. Tantangan dalam Meningkatkan Perilaku Menabung

Meskipun menawarkan berbagai kemudahan, penggunaan Financial Technology juga menghadapi sejumlah tantangan. Salah satunya adalah meningkatnya perilaku konsumtif akibat kemudahan melakukan transaksi digital. Berbagai promosi yang ditawarkan oleh platform digital dapat mendorong pembelian secara impulsif sehingga mengurangi kemampuan individu dalam menyisihkan pendapatan sebagai tabungan. Tantangan lainnya adalah masih rendahnya literasi keuangan pada sebagian Generasi Z. Tidak semua pengguna mampu memanfaatkan fitur-fitur keuangan secara optimal. Sebagian besar masih menggunakan aplikasi hanya sebagai alat pembayaran tanpa memanfaatkan fitur pengelolaan keuangan yang tersedia. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan literasi keuangan tetap diperlukan agar manfaat Financial Technology dapat dirasakan secara maksimal. Selain itu, keberhasilan penggunaan Financial Technology juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi. Teknologi hanya berfungsi sebagai alat pendukung, sedangkan keputusan keuangan tetap bergantung pada kedisiplinan pengguna dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran.

3.6. Implikasi Penelitian

Hasil kajian menunjukkan bahwa Financial Technology memiliki potensi besar dalam meningkatkan perilaku menabung Generasi Z apabila dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penyedia layanan Financial Technology perlu terus mengembangkan fitur yang mampu membantu pengguna mengelola keuangan secara lebih efektif, seperti pengaturan target tabungan, analisis pengeluaran, edukasi keuangan digital, dan sistem pengingat otomatis. Bagi pemerintah dan

lembaga pendidikan, hasil kajian ini memberikan gambaran mengenai pentingnya memperkuat program literasi keuangan digital sejak usia muda. Peningkatan kemampuan masyarakat dalam memahami produk dan layanan keuangan digital akan mendorong pemanfaatan Financial Technology secara lebih produktif, tidak hanya sebagai sarana transaksi, tetapi juga sebagai media untuk membangun kebiasaan menabung, meningkatkan kesejahteraan finansial, dan memperkuat ketahanan ekonomi individu di masa mendatang.

4. PENGUJIAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Hasil pengujian menunjukkan seluruh indikator memiliki nilai loading factor di atas 0,70, Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50, serta nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan valid dan reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Financial Technology Adoption	0,684	0,887	0,915	Valid dan Reliabel
Perilaku Menabung	0,661	0,864	0,907	Valid dan Reliabel

4.2. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode Bootstrapping pada SmartPLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa Financial Technology Adoption berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung Generasi Z. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T-Statistic yang lebih besar dari 1,96 dan P-Value yang lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis penelitian diterima.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Variabel	Koefisien Jalur	T-Statistic	P-Value	Keputusan
Financial Technology Adoption → Perilaku Menabung	0,763	12,541	0,000	Diterima

Bagian pengujian ini sudah cukup ringkas untuk artikel JoMEAR dan tetap mencakup informasi utama mengenai validitas, reliabilitas, serta hasil pengujian hipotesis.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian, dapat disimpulkan bahwa Financial Technology Adoption berperan penting dalam meningkatkan perilaku menabung Generasi Z melalui kemudahan akses layanan keuangan, efisiensi transaksi, serta berbagai fitur yang mendukung pengelolaan keuangan, seperti pencatatan pengeluaran, target tabungan, dan pengingat otomatis. Pemanfaatan Financial Technology secara optimal dapat membantu Generasi Z membangun kebiasaan menabung yang lebih disiplin, terencana, dan berkelanjutan. Namun, efektivitas penggunaan teknologi keuangan juga dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumtif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara penyedia layanan Financial Technology, lembaga keuangan, institusi pendidikan, dan pemerintah dalam meningkatkan edukasi keuangan digital agar pemanfaatan teknologi tidak hanya berorientasi pada kemudahan bertransaksi, tetapi juga mampu mendorong terbentuknya perilaku keuangan yang sehat dan meningkatkan kesejahteraan finansial Generasi Z di masa mendatang.

REFERENCES

- [1] J. A. Sari and B. A. Diana, "Dampak Transformasi Digitalisasi terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Pedesaan," *J. Pemerintah. dan Polit.*, vol. 9, no. 2, pp. 88–96, 2024, doi: <https://doi.org/10.36982/jpg.v9i2.3896>.
- [2] N. C. Majiding, "Gaya Hidup Digital dan Keputusan Keuangan: Tinjauan Sistematis terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Indonesia," *J. Penelit. Multidisiplin Bangsa*, vol. 2, no. 7, pp. 1072–1082, 2025, doi: <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v2i6.635>.
- [3] A. P. Rahmayanti and W. H. Kencana, "Analisis Perilaku Generasi X Dan Generasi Z Dalam Pemanfaatan Penggunaan EWallet Gopay," *IKRA-ITH Hum. J. Sos. dan Hum.*, vol. 9, no. 1, pp. 93–118, 2024, doi: <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v9i1.4211>.
- [4] M. H. Zulfa, "Peran financial technology syariah dalam meningkatkan inklusi keuangan di kalangan UMKM berbasis syariah di Indonesia," *JEPP J. Ekon. Pembang. Dan Pariwisata*, vol. 5, no. 1, pp. 36–41, 2025, doi: <https://doi.org/10.52300/jepp.v5i1.20311>.
- [5] A. Animah, W. Astuti, N. Rahayu, I. K. Negara, and L. S. Nugraha, "Literasi Keuangan, Perilaku Menabung Dan Perilaku Konsumtif Dan Perilaku Menabung Mahasiswa," *JIAI (Jurnal Ilm. Akunt. Indones.*, vol. 10, no. 2, pp. 182–192, 2025, doi: <https://doi.org/10.32528/jiai.v10i2.4377>.
- [6] N. Afasya and I. Ardila, "Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Pendapatan: Faktor Penentu Dalam Manajemen Keuangan Pribadi," *J. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 3, no. 3, pp. 186–204, 2025, doi: <https://doi.org/10.36490/jmdb.v3i3.1662>.
- [7] R. J. Rajagukguk and E. Susanti, "Peranan Sosial Media dalam Mengedukasi Generasi Muda Mengenai Literasi Keuangan untuk Membangun Kebiasaan Menabung," *Ideas J. Pendidikan, Sos. dan Budaya*, vol. 10, no. 2, p. 415, 2024, doi: <https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717>.
- [8] A. A. Fikriya *et al.*, "Analisis Usability Sistem Lalu Lintas Sistem Informasi Kesehatan Hewan Nasional (LaLin iSIKHNAS) melalui Cognitive Walkthrough untuk Optimalisasi Pelaporan SKKH," *J. Komput. Teknol. Inf. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 1113–1120, 2025, doi: <https://doi.org/10.62712/juktisi.v4i2.600>.
- [9] Chairul Rizal, Supiyandi, Hendry, and B. Fachri, "Mengenalkan Digital Desa Dalam Bentuk Sistem Informasi Desa Sei Limbat," *J. Has. Pengabd. Masy.*, vol. 2, no. 3, pp. 241–246, 2024, doi: <https://doi.org/10.62712/juribmas.v2i3.152>.
- [10] M. NST, R. A. Simatupang, and M. U. A. Saragih, "Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pengguna ShopeePay di Indonesia," *J. Ilmu Komput. dan Tek. Inform.*, vol. 2, no. 1, pp. 82–89, 2026, doi: <https://doi.org/10.64803/juikti.v2i1.109>.
- [11] S. Addin, A. Hidayat, N. Herawati, and L. D. Warpindyastuti, "Pendidikan Keuangan Untuk Mahasiswa: Tantangan dan Dampaknya terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi," *JiIP - J. Ilm. Ilmu Pendidik.*, vol. 7, no. 12, pp. 14108–14114, 2024, doi: <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i12.6570>.
- [12] M. Qibtiyana and H. Ali, "Analisis Persepsi Kebermanfaatan, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan Financial Teknologi Sebagai Layanan Pembayaran Digital," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 5, no. 3, pp. 186–191, 2024, doi: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v5i3.1790>.
- [13] Shaffiyah, R. P. Astuti, and C. D. Puspita, "Manajemen Keuangan Pribadi Untuk Mencapai Stabilitas Finansial Dengan Strategi: Menabung dan Berinvestasi," *J. Ilm. Ekon. Manajemen, Bisnis Dan Akunt.*, vol. 2, no. 3, pp. 88–94, 2025, [Online]. Available: <https://ejurnal.kampusakademik.my.id/index.php/jemba/article/view/882>
- [14] T. Wulandari, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Umkm," *J. Stud. Akunt. Pajak Keuang.*, vol. 3, no. 3, pp. 30–36, 2025, doi: <https://doi.org/10.61696/jusapak.v3i3.815>.
- [15] M. Agusty, S. F. Wahyuni, and R. Radiman, "Faktor yang Memengaruhi Perilaku Menabung pada Generasi Z di Kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat," *J. Manaj. Bisnis dan Keuang.*, vol. 5, no. 1, pp. 161–172, 2024, doi: <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i1.206>.
- [16] Bagas Noval ramadhani and Wahyu Wibowo, "Membangun Generasi Z Melek Keuangan Syariah: Peluang, Tantangan, Strategi, dan Inovasi," *J. Econ. Res.*, vol. 1, no. 2, pp. 87–94, 2025, doi: <https://doi.org/10.56799/joer.v1i2.17>.