

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Pada proses penyusunan penelitian, peneliti melakukan kajian pustaka sistematis untuk mengidentifikasi penelitian-penelitian terdahulu. Tujuan utamanya adalah memperoleh referensi komparatif, untuk menghindari duplikasi penelitian, serta memastikan originalitas kontribusi ilmiah yang akan dihasilkan, peneliti mencantumkan temuan sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hanafi & Sulistianingsih (2025).	Pengaruh <i>Financial Technology</i> dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang	Independen : 1. <i>Financial Technology</i> 2. <i>Literasi Keuangan</i> Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial technology</i> secara signifikan memberikan dampak positif terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang, literasi keuangan secara signifikan menimbulkan dampak positif terhadap perilaku konsumtif generasi Z di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang.

2.	Mabrurah & Azizah (2025)	<i>The Influence of Financial Knowledge and Financial Behavior on Consumptive Behavior</i>	Independen : 1. <i>Financial Knowledge</i> 2. <i>Financial Behavior</i> Dependen : <i>Consumptive Behavior</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial knowledge</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumptive behavior</i> mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Islam Malang, <i>financial behavior</i> berpengaruh positif terhadap <i>consumptive behavior</i> Mahasiswa jurusan akuntansi Universitas Islam Malang .
3.	Lediastian & Defrizal (2025)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> dan <i>Financial Attitude</i> terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Bandar Lampung)	Independen : 1. <i>Financial Literacy</i> 2. <i>Financial Attitude</i> Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial literacy</i> bersifat negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Bandar Lampung, <i>financial attitude</i> tidak berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Universitas Bandar Lampung.

4.	Fahrudin dkk (2025)	Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	Independen : <i>Financial Technology</i> Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial technology</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif generasi milenial.
5.	Prihastuty & Rahayuningsih (2024)	Pengaruh <i>Financial Literacy</i> , <i>Financial Behavior</i> , <i>Financial Attitude</i> , dan Demografi terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z	Independen : 1. <i>Financial Literacy</i> 2. <i>Financial Behavior</i> 3. <i>Financial Attitude</i> 4. Demografi Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial literacy</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, <i>financial behavior</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, <i>financial attitude</i> berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif generasi Z, demografi tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif generasi Z.
6.	Kuswanto dkk (2024)	Pengaruh <i>Financial Technology</i> dan Manajemen Keuangan	Independen: 1. <i>Financial Technology</i> 2. Manajemen Keuangan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial technology</i> berpengaruh

		terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa	Dependen : Perilaku Konsumtif	positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2019-2020, manajemen keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa pendidikan ekonomi Universitas Jambi angkatan 2019-2020.
7.	Zakaria dkk (2024)	Pengaruh <i>Financial Knowledge</i> , <i>Financial Behavior</i> , <i>Financial Attitude</i> , dan <i>Financial Skills</i> terhadap Perilaku Konsumtif Gen Z (pada Mahasiswa di Purwokerto)	Independen : 1. <i>Financial Knowledge</i> 2. <i>Financial Behavior</i> 3. <i>Financial Attitude</i> 4. <i>Financial Skills</i> Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial knowledge</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Konsumtif Mahasiswa generasi Z di Purwokerto, <i>financial behavior</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa

				generasi Z di Purwokerto, <i>financial attitude</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa generasi Z di Purwokerto, <i>financial skills</i> berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa generasi Z di Purwokerto.
8.	Armatya & Firmialy (2023)	Pengaruh <i>Financial Behavior</i>, <i>Financial Attitude</i>, dan <i>Financial Skills</i> terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga di Kota Tasikmalaya	Independen : 1. <i>Financial Behavior</i> 2. <i>Financial Attitude</i> 3. <i>Financial Skills</i> Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial behavior</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, <i>financial attitude</i> berpengaruh berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di

				Kota Tasikmalaya, <i>financial skills</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya.
9.	Andira & Asiyah (2023)	Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Keuangan, dan Kepribadian terhadap Perilaku Konsumtif Remaja pada <i>Group Order By Oohstuf</i>	Independen : 1. Gaya Hidup 2. Sikap Keuangan 3. Kepribadian Dependen : Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif secara parsial serta signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, kepribadian secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di

				Kota Tasikmalaya.
10.	Salsabila & Mulyati (2023)	<i>The Influence of Financial Literacy on the Consumptive Behavior of Students in the Management Study Program, Faculty of Business and Economics, Islamic University Indonesia</i>	Independen : 1. <i>Financial Knowledge</i> 2. <i>Saving</i> 3. <i>Investment</i> 4. <i>Risk Management</i> Dependen : <i>Consumptive Behavior</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>financial knowledge</i> tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, <i>saving</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, <i>Invesment</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya, <i>risk management</i> berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga di Kota Tasikmalaya.
11.	Dewi dkk (2024)	<i>Factors Influencing the Consumptive Behavior of</i>	Independen: 1. <i>Financial Literacy</i> 2. <i>Financial</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan hubungan positif antara <i>financial</i>

		<i>University Students in Bali</i>	<i>Behavior</i> 3. <i>Financial Attitude</i> Dependen: <i>Consumptive Behavior</i>	<i>literacy terhadap consumptive behavior, hubungan positif antara financial behavior terhadap consumptive behavior, dan hubungan positif antara financial attitude terhadap consumptive behavior.</i>
--	--	------------------------------------	--	--

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

2.2 *Theory Of Behavioral Finance*

Theory of behavioral finance yang dikenalkan oleh Lintner (1998) mengindikasikan bahwa perilaku keuangan merupakan bidang yang meneliti bagaimana seseorang menanggapi dan bereaksi terhadap informasi yang ada ketika membuat keputusan yang bertujuan untuk memaksimalkan tingkat pengembalian dengan mempertimbangkan risiko. Sikap dan perilaku individu merupakan elemen penting dalam proses pengambilan keputusan keuangan (Faizah dkk, 2025).

Vijaya (2014) berpendapat bahwa *theory of behavioral finance* merupakan pendekatan dalam ilmu keuangan yang berdasarkan gabungan dari perilaku seseorang, fenomena pasar, dan pengetahuan psikologi dan teori keuangan. *Behavioral finance* mengamati cara nyata dari individu dalam mengelola keuangan dan mengambil keputusan investasi.

Behavioral finance adalah bidang ilmu yang masih terbilang baru yang bertujuan untuk menyatukan teori psikologi serta kognitif dengan ekonomi dan keuangan tradisional. Hal ini dilakukan untuk menjelaskan mengapa individu terkadang membuat keputusan finansial yang tidak logis. Perilaku keuangan

berkaitan dengan tanggung jawab finansial individu terhadap cara mereka mengatur keuangan. Tanggung jawab finansial mencakup bagaimana cara uang dan aset dikelola secara efektif (Sadalia & Butar-butur, 2016).

Menurut (Hidayati dkk, 2022), pendekatan *behavioral finance* menekankan bahwa keputusan finansial tidak hanya ditentukan dengan pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh sudut pandang pribadi, kecenderungan berfikir yang keliru, dan norma sosial yang ada. Berbagai jenis bias perilaku yang kerap muncul antara lain sebagai berikut :

1. *Overconfidence*, yaitu kecenderungan munculnya rasa percaya diri yang berlebihan terhadap kemampuan dalam mengatur keuangan pribadi.
2. *Herding behavior*, yakni kecenderungan untuk meniru atau mengikuti tindakan orang lain tanpa melakukan analisis mandiri.
3. *Framing effect*, yakni di mana keputusan individu dapat bervariasi tergantung pada cara informasi tersebut ditampilkan.
4. *Ambigu aversion*, yakni penolakan dalam mengambil keputusan jika informasi yang ada tidak jelas atau tidak lengkap.

Behavioral finance mempelajari bagaimana cara manusia berinteraksi dan membuat keputusan ekonomi saat menghadapi ketidakpastian. Dalam proses ini, emosi seperti rasa takut, marah, serakah, atau sikap egois sering kali memengaruhi pilihan keuangan seseorang. Akal sehat yang membantu seseorang mempertimbangkan akibat jangka panjang dari suatu keputusan dan emosi yang mendorong reaksi cepat terhadap situasi selalu saling berhubungan saat seseorang mengambil keputusan tentang uang.

2.3 Financial Knowledge

2.3.1 Definisi Financial Knowledge

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2022), *financial knowledge* diartikan sebagai seberapa besar pengetahuan, kemampuan, dan keyakinan masyarakat

terhadap lembaga keuangan serta produk dan layanan yang ditawarkan, yang diukur menggunakan parameter atau indeks tertentu. Indeks pengetahuan keuangan ini sangat penting untuk mengevaluasi peta sesungguhnya tentang tingkat pemahaman masyarakat terhadap fitur, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban mereka sebagai pengguna produk dan layanan keuangan.

Menurut Lusardi (2014), *financial knowledge* adalah kemampuan penting dalam kehidupan yang harus dimiliki setiap individu agar mampu mengelola kondisi keuangan dengan baik, meningkatkan kesejahteraan hidup, serta beradaptasi dan bertahan dalam sistem ekonomi yang kompleks saat ini.

Sedangkan menurut Remund (2010), menjelaskan bahwa *financial knowledge* pada dasarnya berhubungan dengan kumpulan pengetahuan serta keterampilan yang diperlukan individu untuk mampu menghadapi serta memenuhi kebutuhan hidup dalam masyarakat yang demokratis.

Organisation for Economic Co-operation and Development atau OECD pada tahun 2016 menjelaskan bahwa *financial knowledge* adalah pemahaman tentang konsep dan risiko di bidang keuangan, termasuk keterampilan, motivasi, serta keyakinan untuk menerapkan pemahaman tersebut sehingga dapat membuat keputusan finansial secara baik, meningkatkan kesejahteraan keuangan individu atau masyarakat, dan berkontribusi dalam aspek ekonomi (Vayssettes, 2016).

Berdasarkan beberapa pengertian *financial knowledge*, maka dapat disimpulkan bahwa *financial knowledge* merupakan tingkat pemahaman, kemampuan, serta keyakinan individu dalam memahami konsep, produk, dan risiko keuangan yang disertai dengan keterampilan untuk menerapkan pengetahuan tersebut dalam pengambilan keputusan keuangan secara rasional dan bertanggung jawab, sehingga mampu mengelola keuangan secara efektif, memenuhi kebutuhan hidup, serta meningkatkan kesejahteraan keuangan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

2.3.2 Faktor Yang Memengaruhi *Financial Knowledge*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2016), faktor-faktor yang memengaruhi *financial knowledge* sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin (*Gender*)

Perbedaan antara laki-laki dan perempuan memengaruhi kemampuan dan pemahaman tentang keuangan. Hasil survei OJK dalam beberapa periode menunjukkan tingkat literasi antara laki-laki dan perempuan berbeda.

2. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan berperan penting dalam membentuk *financial knowledge* seseorang. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang semakin besar peluang individu tersebut untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan dalam memahami konsep-konsep keuangan.

3. Tingkat Pendapatan

Seseorang dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki pengalaman yang lebih luas dalam menggunakan berbagai instrumen keuangan, sehingga pengetahuan keuangannya relatif lebih baik.

2.3.3 Pentingnya *Financial Knowledge* Bagi Generasi Z

Perencanaan keuangan untuk masa depan yang lebih baik secara finansial merupakan salah satu pentingnya dari *financial knowledge* seseorang, Otoritas Jasa Keuangan (2024), menyatakan bahwa terdapat beberapa pentingnya *financial knowledge* sebagai berikut :

1. Sebagai Bekal Investasi

Financial knowledge menjadi bekal penting bagi individu dalam memahami berbagai instrumen investasi, termasuk resiko dan keuntungannya. Dengan pengetahuan yang baik, individu mampu memilih produk investasi yang sesuai dengan tujuan dan kemampuan finansial.

2. Mendukung Pertumbuhan Finansial

Pemahaman keuangan membantu individu mengelola pendapatan dan pengeluaran secara efektif, sehingga memungkinkan terciptanya peningkatan aset dan kondisi keuangan yang lebih stabil serta berkelanjutan di masa depan.

3. Menyusun Strategi Keuangan Yang Tepat

Financial knowledge memungkinkan individu untuk menyusun perencanaan dan strategi keuangan yang terarah, seperti pengelolaan anggaran, tabungan, dana darurat, serta perencanaan *sustainable finance*.

4. Bertanggung Jawab Atas Keuangan

Pengetahuan keuangan mendorong individu untuk bersikap lebih bertanggungjawab dalam mengambil keputusan keuangan, termasuk mengendalikan pengeluaran, mengelola utang, dan menghindari risiko keuangan yang berlebihan.

2.3.4 Indikator *Financial Knowledge*

Untuk mengetahui tingkat *financial knowledge* seseorang, diperlukan pengukuran melalui berbagai aspek yang mencerminkan sejauh mana individu memahami dan mampu menerapkan konsep keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Indikator *financial Knowledge* berfungsi sebagai tolak ukur dalam menilai kemampuan seseorang dalam mengelola keuangan secara bijak dan bertanggungjawab. (Humaira & Sagoro, 2018) menyatakan bahwa indikator *financial knowledge* seseorang mencakup empat hal yakni :

1. Pengetahuan Umum Keuangan Pribadi (*general knowledge of personal finance*)

Pengetahuan dasar tentang pengelolaan keuangan berkaitan pada pemahaman seseorang tentang bagaimana mengelola keuangan usaha, pribadi atau keluarga secara efektif. Aspek ini meliputi kemampuan dalam menyusun

anggaran (*budgeting*), mencatat pengeluaran dan pendapatan, menentukan prioritas keuangan, serta merencanakan penggunaan dana untuk kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Pengetahuan keuangan pribadi juga berkaitan dengan pemahaman terhadap konsep nilai uang, inflasi, suku bunga, pajak, dan pentingnya perencanaan keuangan yang berkelanjutan agar individu dapat mencapai stabilitas finansial.

2. Pengetahuan Mengenai Tabungan Dan Pinjaman (*saving and borrowing*)

Mengenai pemahaman seseorang terhadap berbagai instrumen penyimpanan uang serta produk pinjaman yang tersedia. Pengetahuan ini meliputi pemahaman tentang manfaat menabung, jenis-jenis tabungan, serta cara kerja pinjaman seperti bunga pinjaman, jangka waktu kredit, dan risiko keterlambatan pembayaran.

3. Pengetahuan Mengenai Asuransi (*insurance*)

Pengetahuan mengenai asuransi mencerminkan pemahaman individu terhadap fungsi, manfaat, serta mekanisme kerja produk asuransi. Indikator ini mencakup konsep dasar seperti premi, klaim, perlindungan risiko, dan jenis-jenis asuransi (misalnya asuransi kesehatan, jiwa, kendaraan, dan pendidikan). pemahaman yang memadai tentang asuransi membantu individu memahami pentingnya pengelolaan risiko dan perlindungan finansial dalam kehidupan sehari-hari.

4. Pengetahuan Mengenai Investasi (*investment*)

Pengetahuan investasi adalah informasi yang berisi bagaimana cara menggunakan sebagian dana ataupun sumber daya lainnya yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan keuntungan di masa depan. Pengetahuan dasar yang harus dimiliki seseorang agar terhindar dari kerugian saat berinvestasi ialah seperti pemahaman instrumen investasi, return dan risiko investasi untuk memudahkan seseorang dalam pengambilan keputusan berinvestasi.

2.4 *Financial Technology*

2.4.1 Definisi *Financial Technology*

Schueffel (2016), mendefinisikan *financial technology (Fintech)* merupakan inovasi dalam sektor keuangan yang menggunakan perkembangan teknologi untuk menawarkan layanan yang lebih sederhana, cepat, dan lebih terjangkau dari pada layanan keuangan konvensional.

Bank Indonesia dalam peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 mendefinisikan *financial technology (Fintech)* merupakan hasil gabungan antara jasa keuangan dengan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional menjadi moderat, yang awalnya dalam membayar harus bertatap muka dan membawa sejumlah uang, kini dapat melakukan transaksi dengan melakukan pembayaran yang dapat dilakukan dalam hitungan detik saja.

Lembaga riset NDRC (*National Digital Research Center*) mengungkapkan bahwa *financial technology (fintech)* merujuk pada inovasi bidang layanan keuangan, di mana teknologi berperan sangat penting (Ansori, 2019). *Financial technology (Fintech)* yaitu jenis usaha yang berfokus pada penyedia layanan keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak serta teknologi terkini. Bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai produk keuangan dan menyederhanakan cara bertransaksi (Sudaryo dkk, 2020).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *financial technology (Fintech)* adalah inovasi di bidang layanan keuangan yang memanfaatkan perkembangan teknologi digital untuk mengintegrasikan jasa keuangan dengan sistem teknologi, sehingga mampu mengubah model bisnis keuangan menjadi lebih modern, sederhana, cepat, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat dalam melakukan berbagai transaksi dan pengelolaan keuangan.

2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan *Financial Technology*

Menurut Budiman dkk (2023), Faktor yang memengaruhi keputusan seseorang menggunakan *financial technology (fintech)* adalah sebagai berikut :

1. *Faciliating Condition*

Mengacu pada sejauh mana individu percaya bahwa tersedia infrastruktur teknis dan dukungan yang memadai untuk menggunakan *fintech*, seperti akses internet, perangkat yang sesuai, serta bantuan teknis.

2. *Performance Expectancy*

Merupakan tingkat keyakinan individu bahwa penggunaan *fintech* dapat meningkatkan kinerja atau memberikan manfaat nyata, seperti mempercepat transaksi, meningkatkan efisiensi, dan mempermudah pengelolaan keuangan.

3. *Effort Expentancy*

Berkaitan dengan persepsi kemudahan penggunaan *fintech*. Semakin mudah suatu aplikasi *fintech* dipahami dan dioperasikan, maka semakin tinggi kemungkinan individu untuk menggunakannya.

4. *Social Influence*

Menunjukkan sejauh mana individu dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya, seperti keluarga, teman, atau lingkungan sosial, dalam menggunakan *fintech*. Rekomendasi dan pengalaman orang lain dapat mendorong keputusan penggunaan *fintech*.

5. *Hedonic Motivation*

Mengacu pada kesenangan atau pengalaman positif yang dirasakan individu saat menggunakan *fintech*. Tampilan aplikasi yang menarik dan pengalaman pengguna yang menyenangkan dapat meningkatkan minat penggunaan.

6. *Habit*

Merupakan kebiasaan individu dalam menggunakan teknologi keuangan. Semakin sering *fintech* digunakan dalam aktivitas sehari-hari, maka

penggunaan tersebut akan menjadi kebiasaan yang mempengaruhi keputusan penggunaan secara berkelanjutan.

7. *Personal Innovativeness*

Mencerminkan tingkat keterbukaan individu terhadap teknologi baru.

2.4.3 Jenis-Jenis *Financial Technology*

Menurut Siregar (2016) jenis-jenis *financial technology* yang secara umum berkembang di Indonesia yaitu :

1. *Payment Channel*

Berfokus pada layanan pembayaran digital yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi secara cepat dan praktis tanpa harus menggunakan uang tunai. Contohnya seperti *e-wallet* (dompet digital) dan *mobile payment* yang digunakan untuk membayar tagihan, belanja *online*, maupun transaksi di merchant. Kehadiran sistem pembayaran digital ini mempermudah aktivitas keuangan sehari-hari sekaligus mendukung gerakan *cashless society*.

2. *Digital Insurance*

Financial technology dalam bentuk asuransi digital menyediakan perlindungan konsumen melalui *platform online*. Dengan sistem ini, pengguna dapat membeli polis, mengajukan klaim, dan memantau sistem asuransi secara digital tanpa perlu datang langsung ke kantor asuransi.

3. *Digital Banking*

Merupakan transformasi dari sistem perbankan konvensional ke dalam bentuk layanan berbasis teknologi. Melalui aplikasi atau *website*, nasabah dapat membuka rekening, melakukan transfer, pembayaran, dan berbagai layanan perbankan lainnya secara *online*. Bertujuan meningkatkan efisiensi operasional bank serta memberikan kemudahan akses bagi nasabah kapan pun dan di mana pun.

4. *P2P Lending*

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2024), *fintech lending/peer-to-peer lending*/pinjaman online adalah penyelenggara layanan jasa keuangan untuk mempertemukan pemberi pinjaman/lender dengan penerima pinjaman/borrower dalam rangka melakukan perjanjian pinjam meminjam dalam mata uang rupiah secara langsung melalui sistem elektronik. *Fintech lending* juga disebut sebagai Layanan Pendanaan Bersama Berbasis Teknologi Informasi (LPBBTI).

5. *Crowdfunding*

Crowdfunding merupakan pengumpulan dana untuk membiayai inisiatif pribadi, komersial, nirlaba, non-pemerintah, atau lainnya, dengan tujuan bantuan bencana, organisasi masyarakat, kampanye politik, mendanai bisnis baru, mendukung upaya kreatif, dan menghasilkan investasi (OJK, 2024).

2.4.4 Indikator *Financial Technology*

Menurut Rasyid (2017) berpendapat bahwa ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur *financial technology* diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Penggunaan (*usefull*)

Menunjukkan sejauh mana pengguna merasa bahwa penggunaan *financial technology* memberikan manfaat nyata dalam aktivitas keuangan mereka. *financial technology* dianggap bermanfaat apabila dapat membantu pengguna menyelesaikan transaksi dengan cepat, efisien, dan praktis dibandingkan dengan metode konvensional.

2. Mudah Digunakan (*easy to use*)

Kemudahan penggunaan menggambarkan sejauh mana aplikasi atau layanan *financial technology* dapat digunakan tanpa memerlukan kemampuan teknis yang rumit. *Financial technology* yang mudah digunakan memiliki tampilan

sederhana, fitur yang jelas, dan panduan yang memudahkan pengguna untuk memahami proses transaksi.

3. Tampilan Website (*website design*)

Tampilan *website* atau aplikasi *financial technology* berperan penting dalam memberikan kesan profesional dan meningkatkan kenyamanan pengguna. Desain yang menarik, tata letak yang teratur, serta navigasi yang mudah diakses akan mempermudah pengguna dalam mencari informasi dan melakukan transaksi.

4. Ketersediaan Sistem (*system availability*)

Ketersediaan sistem yang tinggi menunjukkan bahwa layanan *financial technology* jarang mengalami gangguan, cepat dalam merespon transaksi, dan selalu siap digunakan oleh pengguna.

5. Privasi (*privacy*)

Sejauh mana penyedia layanan *financial technology* mampu melindungi data pribadi dan informasi keuangan pengguna dari pihak yang tidak berwenang. Produk *financial technology* menyediakan ruang privasi yang hanya bisa diakses oleh *user* atau pengguna. Pengguna perlu merasa aman bahwa data mereka tidak disalahgunakan atau disebarluaskan tanpa izin.

6. Keamanan (*safety*)

Merupakan aspek paling penting yang menjamin bahwa seluruh transaksi dan data pengguna terlindungi dari ancaman seperti kejahatan *cyber crime*, *virus*, *system error*, dan sebagainya.

2.5 *Financial Attitude*

2.5.1 Definisi *Financial Attitude*

Otoritas Jasa Keuangan (2022), mendefinisikan bahwa *financial attitude* merujuk pada kecenderungan seseorang untuk merespon terhadap situasi finansial dengan cara tertentu, baik secara positif ataupun negatif. Sikap ini

menggambarkan keyakinan, emosi, dan perilaku individu terhadap uang serta cara pengelolaannya. Sikap ini sangat penting dalam sebuah proses pengambilan keputusan finansial.

Mien & Thao (2015), mendefinisikan sikap terhadap keuangan memiliki peranan yang signifikan dalam mempengaruhi perilaku finansial seseorang. Sikap ini memengaruhi cara seseorang untuk menghabiskan uang, menabung, menyimpan, dan membelanjakannya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa *financial attitude* juga berdampak pada cara seseorang mengelola keuangannya.

Purwanti (2021), mendefinisikan *financial attitude* adalah kondisi di mana seseorang mengaplikasikan pola pikir, penghasilan, dan pandangan terhadap keuangan menjadi tindakan konkret.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *financial attitude* adalah sikap, kecenderungan, dan pola pikir individu dalam merespon serta mengelola keuangan yang tercermin melalui keyakinan, emosi, dan perilaku terhadap uang, yang mempengaruhi cara seseorang mengambil keputusan finansial, seperti mengatur pengeluaran, menabung, serta mengelola pendapatan secara bertanggung jawab.

2.5.2 Faktor Yang Memengaruhi *Financial Attitude*

Menurut Hoang dkk (2019), terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi *financial attitude* yaitu sebagai berikut :

1. Faktor Demografi

Faktor demografis seperti jenis kelamin, pendapatan, dan pekerjaan memengaruhi cara individu bersikap dan mengambil keputusan dalam pengelolaan keuangan.

2. Usia

Usia dapat mempengaruhi kedewasaan dan pengalaman finansial individu. Semakin bertambah usia, sikap keuangan cenderung semakin rasional dan berhati-hati.

3. Tingkat Pendidikan

Pendidikan berpengaruh terhadap keuangan seseorang, melalui pendidikan seseorang akan belajar bagaimana memperlakukan keuangan mereka untuk jangka pendek atau jangka panjang, semakin tinggi pendidikan seseorang maka akan semakin terstruktur dalam menyikapi keuangannya.

4. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang yang berperilaku *consumptive* akan membentuk sikap keuangan yang kurang terkontrol serta cenderung kesulitan dalam mengelola keuangannya untuk di masa depan.

5. Status Sosial Keluarga

Status sosial keluarga memengaruhi pembentukan sikap keuangan melalui kondisi ekonomi dan pola didik keluarga terhadap pengelolaan keuangan.

2.5.3 Pentingnya *Financial Attitude* Bagi Gen Z

Menurut Anggraini (2020), terdapat beberapa pentingnya *financial attitude* sebagai berikut:

1. Mengendalikan Penggunaan Uang

Financial attitude yang baik membuat seseorang akan lebih mengatur pengeluaran sesuai kebutuhan dan kemampuan finansial

2. Mendorong Pengambilan Keputusan Yang Rasional

Membantu seseorang untuk mempertimbangkan manfaat, risiko, dan tujuan sebelum melakukan pengeluaran.

3. Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif
Menghindari dari pembelian impulsif, pembelian karena gengsi, ataupun pembelian yang tidak berdasarkan kebutuhan.
4. Meningkatkan Kesadaran Pentingnya Perencanaan Keuangan
Seseorang dengan *financial attitude* yang baik peduli terhadap tabungan, keamanan keuangan, dan kebutuhan jangka panjang.
5. Menciptakan Stabilitas Keuangan Pribadi
Mendukung keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran sehingga kondisi keuangan menjadi lebih stabil.

2.5.4 Indikator *Financial Attitude*

Menurut Anggraini (2020), indikator *financial attitude* seseorang mencakup enam hal, yakni :

1. Obsesi (*obsession*)
Menggambarkan cara pandang seseorang terhadap uang serta persepsinya mengenai masa depan, khususnya dalam upaya mengelola keuangan secara baik dan terencana.
2. Kekuatan (*power*)
Pandangan seseorang untuk memanfaatkan uang sebagai alat untuk mengendalikan orang lain dan menyakini uang dapat menyelesaikan masalah.
3. Usaha (*effort*)
Sikap seseorang yang merasa bahwa kepemilikan uang merupakan hasil yang pantas dari kerja keras dan usaha yang telah dilakukan.
4. Kekurangan (*inadequacy*)
Menunjukkan kondisi ketika seseorang terus merasa kekurangan uang, meskipun secara objektif kebutuhannya telah terpenuhi.

5. Menyimpan (*retention*)

Kecenderungan seseorang untuk menahan pengeluaran, sehingga lebih memilih untuk menyimpan uang.

6. Keamanan (*security*)

Pandangan seseorang yang sangat berhati-hati terhadap uang, termasuk keyakinan bahwa uang sebaiknya disimpan sendiri tanpa ditabung di Bank atau untuk investasi.

2.6 *Consumptive Behavior*

2.6.1 Definisi *Consumptive Behavior*

Kotler & Keller (2009), mendefinisikan *consumptive behavior* sebagai analisis mengenai cara individu, kelompok dan organisasi memutuskan, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Solomon dkk (2012), mengatakan bahwa *consumptive behavior* adalah sebuah proses pembelajaran yang melibatkan individu atau kelompok dalam memilih, membeli, menggunakan atau menempatkan suatu produk, layanan atau pengalaman guna memuaskan kebutuhan dan keinginan.

Lestariana (2017), mendefinisikan *consumptive behavior* merupakan aktivitas membeli produk bukan untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memuaskan keinginan, dilakukan secara berlebihan yang menyebabkan pemborosan dan tidak efisien dalam pengeluaran.

Wahyudi (2013), mendefinisikan *consumptive behavior* sebagai sikap individu yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, cenderung materialistis, memiliki hasrat tinggi untuk memiliki barang-barang mewah serta berlebihan, dan penggunaan segala sesuatu yang dianggap paling mahal, didorong oleh keinginan semata untuk memperoleh kesenangan.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *consumptive behavior* adalah perilaku individu atau kelompok dalam melakukan keputusan pembelian, penggunaan, dan pengeluaran terhadap barang atau jasa yang lebih didorong oleh keinginan daripada kebutuhan rasional, dilakukan secara berlebihan, serta berorientasi pada kepuasan, kesenangan, dan simbol materialistik, sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan dan ketidakefisienan dalam pengelolaan keuangan.

2.6.2 Faktor Yang Memengaruhi *Consumptive Behavior*

Perilaku konsumtif menurut Hayati dkk (2020) *consumptive behavior* dibentuk oleh berbagai faktor, termasuk faktor internal seperti gaya hidup, kepribadian, dan pengetahuan, serta faktor eksternal seperti status sosial, keluarga, budaya, dan situasi.

1. Gaya Hidup

Merujuk pada cara seseorang menjalani kehidupannya, termasuk aktivitas, minat, dan pola konsumsi sehari-hari. Individu dengan gaya hidup konsumtif cenderung mengikuti tren terkini, gemar membeli barang-barang mewah dan branded. Mendorong seseorang untuk terus mengkonsumsi meskipun barang yang dimiliki belum habis atau belum rusak.

2. Kepribadian

Kepribadian memengaruhi bagaimana seseorang merespons keinginan dan kebutuhan. Memungkinkan membeli barang atau jasa secara spontan untuk memuaskan emosi sesaat atau mengekspresikan diri melalui barang-barang yang dimiliki.

3. Pengetahuan

Tingkat *financial knowledge* seseorang yang rendah, berdampak pada lebih mudah terbawa arus konsumsi berlebihan, sementara seseorang yang memiliki *financial knowledge* yang baik akan lebih bijak dalam mengelola

keuangan dan menghindari dari *consumptive behavior*.

4. Status Sosial

Status sosial sering menjadi motivasi seseorang dalam perilaku konsumtif. Seseorang merasa perlu membeli barang mewah atau mahal untuk menunjukkan bahwa memiliki posisi tertentu dalam masyarakat.

5. Keluarga

Lingkungan keluarga sangat berpengaruh dalam membentuk kebiasaan konsumsi sejak dini. Pola asuh, kebiasaan berbelanja dari orang tua, serta nilai-nilai yang diajarkan di rumah turut membentuk sikap seseorang terhadap barang dan uang.

6. Budaya

Nilai-nilai yang berkembang dalam suatu masyarakat seperti penekanan pada kepemilikan barang sebagai simbol kesuksesan atau kebahagiaan dapat mendorong individu untuk berperilaku konsumtif. Selain itu, pengaruh media sosial, iklan, serta tren global turut memperkuat budaya konsumsi, dimana seseorang merasa perlu terus memperbarui kepemilikan barang agar dianggap selaras dengan norma sosial yang berlaku.

7. Situasi

Faktor situasi seperti diskon besar-besaran, promo belanja, event tertentu, atau tekanan lingkungan dapat memicu seseorang untuk berperilaku konsumtif meskipun tidak direncanakan sebelumnya.

2.6.3 Indikator *Consumptive Behavior*

Menurut Sumartono (2002) indikator individu melakukan *consumptive behavior* yaitu sebagai berikut :

1. Membeli Barang Karena Mengejar Hadiah

Saat membeli, tidak lagi memperhatikan manfaatnya tetapi lebih mengharapkan imbalan yang diberikan. Kegiatan individu yang dimana

mempunyai *consumptive behavior* akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan.

2. Membeli Produk Karena Kemasannya Menarik

Individu sangat mudah untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik. Konsumen akan lebih melupakan kualitas barang yang mereka beli serta mengabaikan kebutuhan dan anggaran yang didapatkan oleh setiap individu.

3. Membeli Produk Demi Memenuhi Gengsi

Pembelian produk yang tujuannya memenuhi gengsi merupakan suatu tindakan untuk membeli produk tertentu melainkan hanya semata-mata untuk memperlihatkan.

4. Membeli Produk Atas Pertimbangan Harga (Bukan Atas Dasar Manfaat Dan Kegunaannya)

Individu cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli Produk Hanya Sekedar Simbol Status

Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren di mata orang lain.

6. Mencoba Lebih Dari Dua Produk Sejenis (Merek Berbeda)

Individu akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek lain produk yang sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

7. Memakai Sebuah Produk Karena Unsur Konformitas Terhadap Model Yang Mengiklankan

Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* produk tersebut.

8. Munculnya Penilaian Bahwa Membeli Produk Dengan Harga Mahal Akan Menimbulkan Rasa Percaya Diri Yang Tinggi

Individu menyakini bahwa kepemilikan barang mahal akan meningkatkan harga diri dan rasa percaya diri saat berinteraksi sosial. Keyakinan ini membuat individu mengeluarkan uang dalam jumlah besar hanya untuk mendapatkan perasaan “lebih berharga” atau “diakui” oleh lingkungan.

2.7 Generasi Z

2.7.1 Definisi Generasi Z

Menurut Karl Mannheim (1952) generasi merupakan suatu entitas yang terdiri dari individu yang memiliki kesamaan masa dan rentang usia serta pengalaman dalam kurun waktu atau periode yang sama (Lubis, 2019). Lebih lanjut generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir pada rentang tahun 1996 hingga tahun 2010 (Bencsik, 2016). Generasi Z disebut juga dengan iGeneration atau Generasi Net, generasi ini tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang sangat pesat, sehingga memiliki keterikatan yang tinggi dengan internet, media sosial, dan perangkat digital dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z adalah generasi yang sejak usia dini telah terbiasa dengan kemudahan akses informasi dan teknologi, yang memengaruhi cara berfikir, bersikap, serta mengambil keputusan, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan perilaku konsumsi.

2.7.2 Karakteristik Generasi Z

Menurut penelitian dari Stillman (2018), menjelaskan bahwa karakteristik generasi Z sebagai berikut :

1. Figital (Fisik Digital)

Bagi generasi Z antara dunia digital dan dunia nyata tidak memiliki batasan dan perbedaan, mereka menganggap semua aktivitas serta kebutuhan sehari-hari telah disediakan pada berbagai fitur di media digital. Misalnya, mereka dapat mencari informasi produk secara *online* sebelum membeli di toko fisik, atau membagikan pengalaman *offline* melalui media sosial.

2. Hiper kustomisasi

Dimana individu, khususnya generasi Z menyesuaikan segala aspek identitas, produk, dan pengalaman hidup mereka secara mendalam untuk menonjolkan identitas dan keunikan pribadi mereka.

3. Realistis

Cenderung memiliki pola pikir yang lebih realistis dan mengutamakan praktik dari pada teori dalam memandang masa depan. Pemikiran generasi Z dibawa untuk tidak berekspektasi tinggi, mereka menyadari bahwa masa depannya lebih diketahui dan potensinya untuk dicapai.

4. *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Fenomena FOMO yang dijelaskan oleh (Juliandhani & Tjahjawati, 2025), adalah perasaan khawatir akan kehilangan dan ketinggalan tren atau informasi. Paparan media sosial yang intens membuat mereka ingin selalu terhubung dan mengikuti perkembangan terbaru. Kondisi ini dapat memengaruhi perilaku konsumsi, karena mereka terdorong untuk membeli atau mencoba sesuatu agar tidak merasa tertinggal.

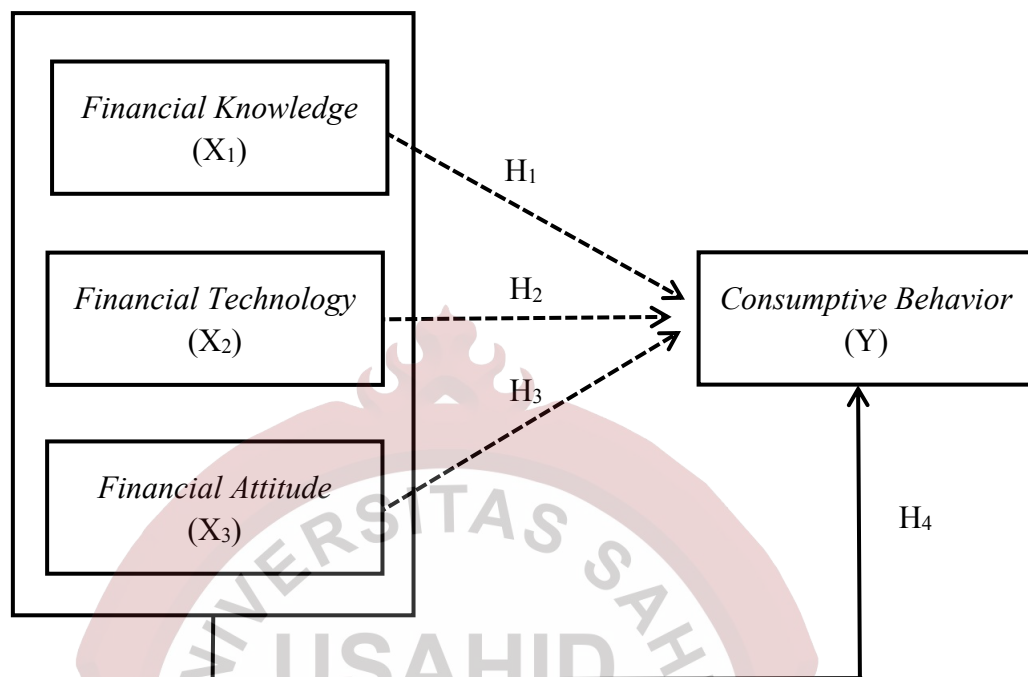
5. *Do It Your Self* (DIY)

Generasi Z memiliki kecenderungan untuk melakukan sesuatu secara mandiri. Mereka terbiasa mencari tutorial, panduan, atau informasi melalui internet untuk menyelesaikan masalah tanpa harus bergantung pada orang lain.

2.8 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan peneliti untuk mempermudah mendeskripsikan permasalahan dalam penelitiannya. Permasalahan yang terjadi pada penelitian ini berasal dari *financial knowledge*, *financial technology*, *financial attitude*, dan *consumptive behavior*. Pemahaman terhadap *financial knowledge* atau pengetahuan keuangan yang baik dapat membantu individu dalam mengelola dan mengambil keputusan keuangan secara bijak. Sebaliknya, individu dengan tingkat pengetahuan keuangan yang rendah cenderung memiliki perencanaan keuangan yang kurang matang dan berpotensi menunjukkan *consumptive behavior* tinggi. Selain itu, perkembangan *financial technology* juga berpengaruh terhadap *consumptive behavior* masyarakat, khususnya Generasi Z. Kemudahan akses transaksi digital, pembayaran nontunai, serta berbagai fitur pembelian instan dapat memicu meningkatnya kecenderungan berbelanja impulsif. Namun, dengan pemanfaatan *fintech* dengan bijak, individu juga dapat mengelola keuangannya secara lebih efisien.

Sementara itu, *financial attitude* atau sikap keuangan yang positif mencerminkan cara pandang seseorang terhadap pengelolaan keuangan. Individu yang memiliki sikap keuangan yang baik cenderung berhati-hati dalam pengeluaran, memiliki kontrol diri, serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dengan demikian, *consumptive behavior* pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta diduga dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu *financial knowledge*, *financial technology*, dan *financial attitude*. Secara garis besar hubungan antar variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber : Data diolah peneliti, 2025

Keterangan :

-----> : Berpengaruh secara individual (parsial)

————> : Berpengaruh secara bersama-sama (simultan)

Berdasarkan kerangka di atas, penelitian ini mengambil empat variabel, dari tiga variabel independen yaitu *financial knowledge* (X₁), *financial technology* (X₂), dan *financial attitude* (X₃), serta satu variabel dependen yaitu *consumptive behavior* (Y).

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis menurut Sugiyono (2018), merupakan jawaban temporer terhadap pertanyaan yang dinyatakan dalam rumusan masalah. Analisis diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen-*financial knowledge*

(X_1), *financial technology* (X_2), dan *financial attitude* (X_3) pada variabel *dependen-consumptive behavior* (Y). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

2.9.1 Pengaruh *Financial Knowledge* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta

Financial knowledge atau pengetahuan keuangan merupakan kapasitas seseorang dalam mengatur seluruh aspek keuangan yang terjadi dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini mencakup pengelolaan anggaran, investasi, perencanaan keuangan, serta pengambilan keputusan yang bijak dalam hal finansial. Dengan memiliki pemahaman dan keterampilan dalam semua aspek ini, individu dapat mencapai keberhasilan dalam mengelola keuangan dengan lebih baik dan efisien (Humaira & Sagoro, 2018).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Zakaria, dkk 2024) menyatakan bahwa *financial knowledge* berpengaruh positif terhadap *consumptive behavior*. Sedangkan penelitian dari Salsabila & Mulyati (2023) berpendapat bahwa *financial knowledge* tidak berpengaruh terhadap *consumptive behavior*. Berdasarkan penelitian terdahulu, maka dapat di hipotesiskan sebagai berikut:

H_1 : Diduga *financial knowledge* berpengaruh terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

2.9.2 Pengaruh *Financial Technology* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta

Financial technology (fintech) yaitu jenis usaha yang berfokus pada penyedia layanan keuangan dengan memanfaatkan perangkat lunak serta teknologi terkini. Bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai produk keuangan dan menyederhanakan cara bertransaksi (Sudaryo, dkk 2020). Semakin tinggi tingkat penggunaan *financial technology* dalam aktivitas keuangan, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk berperilaku

konsumtif. Hal ini disebabkan oleh kemudahan dan kecepatan akses transaksi digital yang mendorong individu melakukan pembelian secara berlebihan di luar kebutuhan utama. Dengan demikian, penggunaan *financial technology* yang tidak diimbangi dengan sikap keuangan yang bijak dapat meningkatkan perilaku konsumtif pada generasi muda.

Penelitian terdahulu dari (Kuswanto dkk, 2024) menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh positif terhadap *consumptive behavior*. Sedangkan penelitian dari Fahrudin dkk (2025) menunjukkan bahwa *financial technology* tidak berpengaruh terhadap *consumptive behavior*.

H₂: Diduga *financial technology* berpengaruh terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

2.9.3 Pengaruh *Financial Attitude* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta

Financial attitude dapat dipahami sebagai cara pandang, pendapat, dan penilaian seseorang terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan finansial. Salah satu metode untuk mengevaluasi apakah pengelolaan keuangan seseorang berjalan dengan baik atau tidak adalah dengan menilai sikap keuangannya Tampubolon & Rahmadani (2022). Seseorang yang memahami bagaimana menghabiskan, menyimpan, menimbun, dan membuang uang mereka maka akan mampu memprediksi apa saja yang dibutuhkan seseorang atau yang penting untuk dikonsumsi. Semakin tinggi tingkat *financial attitude* akan berdampak pada pengelolaan *finansial* seseorang dengan baik.

Penelitian terdahulu dari Armatya & Firmialy (2023) menunjukkan bahwa *financial attitude* berpengaruh positif terhadap *consumptive behavior*. Sedangkan penelitian dari Lediastian & Defrizal (2025) menunjukkan bahwa *financial attitude* tidak berpengaruh dan signifikan terhadap *consumptive behavior*.

H₃: Diduga *financial attitude* berpengaruh terhadap *consumptive behavior*

pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.

2.9.4 Pengaruh *Financial Knowledge*, *Financial Technology*, Dan *Financial Attitude* Terhadap *Consumptive Behavior* Pada Generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta

Financial knowledge, *financial technology*, dan *financial attitude* merupakan tiga faktor yang secara bersama-sama dapat memengaruhi bagaimana seseorang, khususnya bagi generasi Z, untuk mengambil keputusan dalam perilaku konsumsi. Ketiga variabel tersebut saling berkaitan dalam membentuk pola *consumptive behavior*. *Financial knowledge* memberikan pengetahuan dasar dalam pengelolaan keuangan, *financial technology* memudahkan akses terhadap transaksi keuangan yang dapat mendorong keputusan konsumsi lebih cepat, sementara *financial attitude* menentukan bagaimana seseorang menyikapi atau merespons situasi keuangan yang dihadapinya.

Berdasarkan landasan teori serta temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel berpengaruh secara parsial terhadap *consumptive behavior*, maka secara logis ketiganya juga berpotensi memberikan pengaruh secara simultan.

H₄: Diduga *financial knowledge*, *financial technology*, dan *financial attitude* secara simultan berpengaruh terhadap *consumptive behavior* pada generasi Z di Kecamatan Laweyan Kota Surakarta.