

PERAN LITERASI KEUANGAN DALAM MEMODERASI PENGARUH *FINTECH* DAN *SOCIAL COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KEUANGAN GEN Z

Nur Iqlimah¹, Aan Kanivia², Dewi Anggun Puspitarini³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, Universitas Catur Insan Cendekia

¹nur.iqlimah.ak.21@cic.ac.id, ²aankanivia@cic.ac.id, ³dewi.puspita@cic.ac.id

ABSTRACT - This study aims to analyze the role of financial literacy in moderating the influence of Fintech and Social Commerce on Gen Z's financial behavior. The study uses Financial Technology and Social Commerce as independent variables, Gen Z's financial behavior as the dependent variable, and financial literacy as the moderating variable. The research method used is quantitative, with data collection conducted through an online questionnaire distributed to 250 Gen Z respondents in the CIAYUMAJAKUNING region. Data analysis was performed using Smart PLS software version 4.1.0.6. Partial Least Squares (PLS) was used to evaluate the measurement and structural models. The results of the study indicate that Fintech and Social Commerce have a significant positive influence on Gen Z's financial behavior. In addition, financial literacy was found to play a significant moderating role, strengthening the relationship between the use of Fintech and Social Commerce and financial behavior. Furthermore, Fintech and Social Commerce simultaneously influence Gen Z's financial behavior. This study makes an important contribution to the development of financial education strategies that are relevant to advances in digital technology

Keywords: Financial Technology, Social Commerce, Financial Literacy, Gen Z Financial Behavior

ABSTRAK - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran literasi keuangan dalam memoderasi pengaruh *Fintech* dan *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan gen z. Penelitian ini menggunakan variabel *Financial Technology* dan *Social Commerce* sebagai variabel independen sedangkan perilaku keuangan gen z sebagai variabel dependen dan variabel literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarakan kepada 250 responden generasi z di wilayah CIAYUMAJAKUNING. Analisis data yang dilakukan menggunakan software Smart PLS versi 4.1.0.6 Partial Least Squares (PLS) digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan struktural. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fintech* dan *Social Commerce* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku keuangan gen z. Selain itu, literasi keuangan terbukti berperan sebagai variabel moderasi yang signifikan, memperkuat hubungan antara penggunaan *Fintech* dan *Social Commerce* dengan perilaku keuangan. Selain itu *Fintech* dan *Social Commerce* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku keuangan gen z. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi edukasi

keuangan yang relevan dengan kemajuan teknologi digital.

Kata Kunci: Financial Technology, Social Commerce, Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan Gen Z.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital pada era globalisasi membawa perubahan besar terhadap cara masyarakat berinteraksi dengan layanan keuangan dan aktivitas konsumsi. Salah satu bentuk nyata dari transformasi ini adalah kemunculan *Financial Technology* (*Fintech*) dan *Social Commerce*. *Fintech* menjadi solusi alternatif yang menawarkan layanan transaksi cepat, mudah, dan efisien melalui dompet digital, peer-to-peer lending, hingga platform investasi. Di sisi lain, *Social Commerce* menggabungkan media sosial dengan aktivitas belanja daring yang menghadirkan pengalaman konsumsi yang lebih impulsif karena didorong oleh interaksi sosial, influencer, dan konten digital.

Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, menjadi kelompok yang paling terdampak oleh perkembangan teknologi ini. Mereka dikenal adaptif terhadap teknologi, aktif menggunakan media sosial, serta memiliki kecenderungan konsumtif yang tinggi. Lebih dari 70% Gen Z di Indonesia tercatat menggunakan aplikasi dompet digital untuk transaksi sehari-hari, dan hampir 60% mengaku pernah melakukan

pembelian impulsif karena terpengaruh konten media sosial. Fakta ini menunjukkan adanya potensi besar namun sekaligus risiko terhadap perilaku keuangan generasi ini.

Kemudahan akses yang ditawarkan *Fintech* dan *Social Commerce* sering kali tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola keuangan yang baik. Minimnya literasi keuangan dapat memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, sulitnya mengatur pengeluaran, hingga potensi utang konsumtif. Literasi keuangan menjadi faktor penting karena mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap dalam mengelola keuangan pribadi, mulai dari menyusun anggaran, menabung, hingga berinvestasi.

Dalam konteks Gen Z, literasi keuangan berperan sebagai variabel yang dapat memperkuat maupun melemahkan pengaruh *Fintech* dan *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan. Generasi dengan tingkat literasi yang tinggi cenderung lebih bijak, kritis, dan bertanggung jawab dalam memanfaatkan layanan keuangan digital. Sebaliknya, Gen Z dengan literasi rendah rentan terjebak pada perilaku konsumtif dan keputusan keuangan yang tidak terencana. Fenomena ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menemukan adanya hubungan erat antara literasi keuangan, penggunaan *Fintech*, dan perilaku konsumtif akibat *Social Commerce*.

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) juga kerap muncul pada Gen Z, terutama dalam penggunaan e-wallet maupun *Social Commerce*. Perasaan takut tertinggal tren mendorong mereka untuk melakukan pembelian spontan tanpa pertimbangan matang. Hal ini memperlihatkan

bahwa meskipun Gen Z memiliki kemampuan teknologi yang tinggi, mereka masih membutuhkan keterampilan literasi keuangan yang memadai untuk menyeimbangkan kemudahan teknologi dengan pengelolaan keuangan yang sehat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini merumuskan beberapa pertanyaan utama: apakah *Fintech* dan *Social Commerce* berpengaruh terhadap perilaku keuangan Gen Z, apakah literasi keuangan dapat memoderasi pengaruh keduanya, serta apakah *Fintech* dan *Social Commerce* secara simultan berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Rumusan masalah ini menjadi dasar dalam penyusunan hipotesis dan kerangka penelitian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *Fintech* dan *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan Gen Z, sekaligus menilai peran literasi keuangan sebagai variabel moderasi. Hasil penelitian diharapkan dapat menjawab perbedaan perilaku keuangan antara Gen Z dengan tingkat literasi yang tinggi dan rendah, serta memberikan bukti empiris mengenai pentingnya literasi keuangan dalam menghadapi perkembangan teknologi finansial.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan berkontribusi dalam memperkaya kajian literatur mengenai perilaku keuangan generasi muda di era digital, khususnya melalui pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB). Teori ini menjelaskan bagaimana sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku memengaruhi niat, yang kemudian membentuk perilaku keuangan aktual. Integrasi literasi keuangan ke dalam kerangka TPB diharapkan dapat memperkuat penjelasan mengenai dinamika perilaku keuangan Gen Z.

Dari sisi praktis, penelitian ini bermanfaat bagi mahasiswa dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran tentang pentingnya literasi keuangan di tengah pesatnya perkembangan teknologi. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan variabel baru, memperluas wilayah penelitian, serta menggunakan metode yang lebih beragam, misalnya metode campuran (mixed methods). Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya memberikan kontribusi akademis, tetapi juga dapat diaplikasikan dalam pengembangan strategi edukasi keuangan yang relevan dengan kebutuhan generasi digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah cara individu mengelola sumber daya keuangan, termasuk aktivitas menabung, berinvestasi, berbelanja, hingga mengatur utang. Untuk memahami perilaku ini, penelitian menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjelaskan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku membentuk niat (intention) yang akhirnya memengaruhi perilaku aktual. Pada Gen Z, perilaku keuangan sangat dipengaruhi oleh media sosial, gaya hidup, dan pengaruh teman sebaya, yang sering kali memicu perilaku konsumtif dan impulsif. Oleh karena itu, pemahaman perilaku keuangan Gen Z penting untuk merancang program edukasi keuangan yang sesuai (Oktaviani & Dwirandra, 2021).

Financial Technology

Financial Technology (Fintech) adalah inovasi layanan keuangan berbasis digital yang mencakup e-wallet, pinjaman daring, investasi aplikasi, hingga insurtech. Data Bank Indonesia (2024) mencatat transaksi digital banking mencapai Rp5.335,33 triliun dengan pertumbuhan 17,19%, menandakan adopsi *Fintech* yang semakin tinggi. *Fintech* bermanfaat dalam meningkatkan inklusi keuangan, efisiensi transaksi, dan akses permodalan UMKM, namun juga berpotensi mendorong perilaku konsumtif, khususnya pada Gen Z. Karena itu, literasi keuangan sangat penting agar *Fintech* dapat dimanfaatkan secara bijak (Nasution *et al.*, 2022; Andiani & Maria, 2023).

Social Commerce

Social Commerce mengintegrasikan media sosial dengan aktivitas jual beli daring. Platform seperti TikTok Shop, Instagram Shopping, dan Facebook Marketplace memungkinkan interaksi sosial yang mendorong perilaku konsumtif melalui review, influencer, dan rekomendasi. Bagi Gen Z, *Social Commerce* dapat menimbulkan perilaku pembelian impulsif yang berdampak pada pengelolaan keuangan pribadi.

Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan memahami dan mengelola aspek keuangan pribadi, seperti perencanaan, utang, investasi, dan penggunaan produk keuangan. Literasi mencakup pengetahuan, perilaku, dan sikap keuangan yang membantu individu membuat keputusan finansial bijak. Individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih kritis dalam menggunakan *Fintech* maupun *Social Commerce* (Maris, Baptista, &

Dewi, 2021; Rabbani *et al.*, 2024; Siregar & Pratiwi, 2024). Berdasarkan penelitian terdahulu, *Fintech* secara umum memiliki pengaruh positif terhadap perilaku keuangan, meskipun dalam beberapa konteks hasilnya tidak signifikan. *Social Commerce* terbukti meningkatkan konsumsi impulsif dan gaya hidup konsumtif. Sementara itu, literasi keuangan konsisten berperan positif dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat, sehingga penting diteliti lebih lanjut sebagai variabel moderasi.

Hipotesis Penelitian

H1: *Financial Technology* berpengaruh terhadap perilaku keuangan Gen Z.

Fintech memberi kemudahan dalam transaksi, pengelolaan anggaran, dan investasi, sehingga semakin baik penggunaan *Fintech*, semakin baik perilaku keuangan Gen Z (Elsadonika & Ida, 2025; Rukoyah, 2025).

H2: *Social Commerce* berpengaruh terhadap perilaku keuangan Gen Z.

Social Commerce mendorong perilaku konsumtif melalui interaksi sosial, rekomendasi, dan influencer. Gen Z cenderung terdorong melakukan pembelian impulsif akibat konten media sosial (Nasution, Indria, & Febriaty, 2022; Saragih *et al.*, 2024).

H3: Literasi Keuangan memoderasi hubungan antara *Fintech* dan perilaku keuangan Gen Z.

Gen Z dengan literasi keuangan tinggi lebih mampu memanfaatkan *Fintech* secara efektif, sehingga memperbaiki perilaku keuangan mereka (Maharani & Kusuma, 2025; Rabbani *et al.*, 2024).

H4: Literasi Keuangan memoderasi hubungan antara *Social Commerce* dan perilaku keuangan Gen Z.

Kombinasi penggunaan *Fintech* dan *Social Commerce* secara bersama-sama diperkirakan memberi pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, lebih besar dibandingkan pengaruh parsial (Zahra & Rahadi, 2023).

METODE PENELITIAN

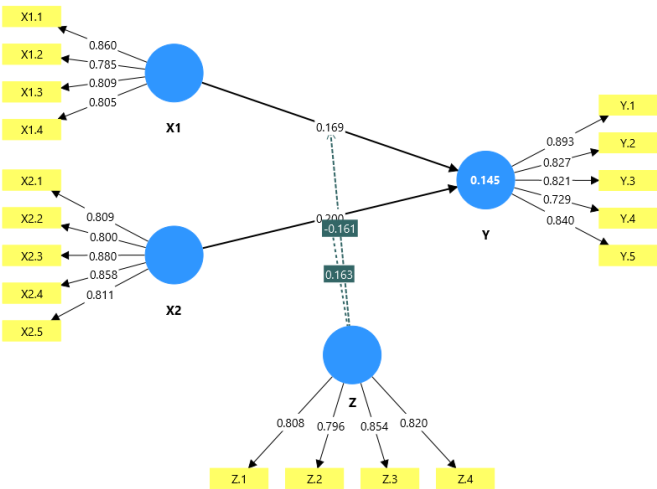
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sifat eksplanatif, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti (Sugiyono, 2019). Metode survei dipilih dengan instrumen berupa kuesioner online yang disebarakan kepada responden Generasi Z di wilayah Ciayumajakuning (Cirebon, Indramayu, Majalengka, dan Kuningan). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada keragaman karakteristik sosial-ekonomi yang mencerminkan perilaku keuangan di daerah semi-perkotaan maupun pedesaan.

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang lahir antara tahun 1997–2012, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Dari 300 kuesioner yang disebarakan, sebanyak 250 data dinyatakan layak diolah. Jumlah ini memenuhi syarat kecukupan sampel dalam penelitian *PLS-SEM* sebagaimana disarankan oleh Hair *et al.* (2017). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari: *Financial Technology* (X1) dan *Social Commerce* (X2) sebagai variabel independen, Perilaku Keuangan (Y) sebagai variabel dependen, serta Literasi Keuangan (Z) sebagai variabel moderasi.

Instrumen kuesioner diukur menggunakan skala likert 1–5, dengan definisi operasional variabel disusun berdasarkan kajian literatur sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) menggunakan *software SmartPLS* versi 4.1.0.6. Teknik ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar konstruk dengan sampel relatif kecil serta model penelitian yang kompleks (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2017). Tahapan analisis meliputi evaluasi outer model untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen (melalui nilai *loading factor*, AVE, composite reliability), serta evaluasi inner model untuk menilai hubungan struktural antar variabel (dengan uji R^2 , f^2 , Q^2 , dan *path coefficient*). Dengan metodologi ini, penelitian bertujuan menguji lima hipotesis utama terkait pengaruh *Fintech* dan *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan Gen Z, serta peran literasi keuangan dalam memoderasi hubungan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)



Sumber: Data Olah PLS-SEM Algorithm, 2025

Gambar. 1
Outer Model
Validitas Konvergen (Convergent Validity)

Tabel 1
Nilai Loading factor

Variabel	Kode	Loading factor
Financial Technology (X1)	X1.1	0.860
	X1.2	0.785
	X1.3	0.809
	X1.4	0.805
Social Commerce (X2)	X2.1	0.809
	X2.2	0.800
	X2.3	0.880
	X2.4	0.858
	X2.5	0.811
Perilaku Keuangan Gen Z (Y)	Y.1	0.893
	Y.2	0.827
	Y.3	0.821
	Y.4	0.729
	Y.5	0.840
Literasi Keuangan (Z)	Z.1	0.80
	Z.2	0.796
	Z.3	0.854
	Z.4	0.820

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel *Financial Technology* (X1) yang terdiri dari 3 indikator dan 4 pernyataan memiliki nilai *loading factor* antara 0.860- 0.805, Variabel *Social Commerce* (X2) terdiri dari 5 Indikator dan 5 item pernyataan memiliki nilai *loading factor* antara 0.809 – 0.811, Variabel Perilaku Keuangan Gen Z (Y) terdiri dari 5 indikator dan 5 item pernyataan memiliki nilai *loading factor* antara 0.893 – 0.840, dan variabel Literasi Keuangan (Z) terdiri dari 4 indikator dan 4 pernyataan memiliki nilai *loading factor* antara 0.808 – 0.820, semua indikator yang masuk ke dalam variabel penelitian ini memiliki nilai *loading factor* > 0,50. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada indikator yang dikeluarkan dan memenuhi persyaratan validitas konvergen.

1. Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 2
Nilai Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Technology (X1)	0.665
Social Commerce (X2)	0.693
Perilaku Keuangan Gen Z(Y)	0.679
Literasi Keuangan (Z)	0.672

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50 (*Fintech* = 0,665; *Social Commerce* = 0,693; Perilaku Keuangan = 0,679; Literasi Keuangan = 0,672). Hal ini sesuai dengan rekomendasi Ghazali *et al* (2023), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi syarat validitas konvergen dan indikator yang digunakan layak untuk penelitian lebih lanjut.

2. Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Tabel 3
Nilai Cross Loading

Kode Item Pertanyaan	Financial Technology	Social Commerce	Perilaku Keuangan Gen Z	Literasi Keuangan
X1.1	0.860	0.215	0.223	0.235
X1.2	0.785	0.198	0.207	0.228
X1.3	0.809	0.291	0.223	0.249
X1.4	0.805	0.075	0.199	0.156
X2.1	0.177	0.809	0.137	0.195
X2.2	0.169	0.800	0.150	0.201
X2.3	0.218	0.880	0.262	0.247
X2.4	0.237	0.858	0.189	0.255
X2.5	0.196	0.811	0.164	0.241
Y.1	0.206	0.197	0.893	0.206
Y.2	0.234	0.190	0.827	0.163
Y.3	0.244	0.192	0.821	0.218
Y.4	0.171	0.162	0.729	0.197
Y.5	0.216	0.196	0.840	0.131
Z.1	0.175	0.219	0.108	0.808
Z.2	0.183	0.252	0.213	0.796
Z.3	0.277	0.168	0.211	0.854
Z.4	0.223	0.277	0.158	0.820

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil uji Fornell-Larcker menunjukkan bahwa nilai akar kuadrat AVE setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasi antar konstruk. Misalnya, variabel *Financial Technology* (X1) memiliki nilai AVE 0,665 dengan akar AVE 0,815, yang lebih besar dibandingkan korelasinya dengan *Social Commerce* (0,243), Perilaku Keuangan (0,262), dan Literasi Keuangan (0,268). Pola serupa juga terlihat pada konstruk lainnya. Dengan demikian, seluruh variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas diskriminan dan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Keterangan
Financial Technology (X1)	0.832	0.834	0.888	Reliabel
Social Commerce (X2)	0.891	0.936	0.918	Reliabel
Perilaku Keuangan Gen Z (Y)	0.880	0.885	0.913	Reliabel
Literasi Keuangan (Z)	0.841	0.865	0.891	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian, yaitu *Financial Technology* (X1), *Social Commerce* (X2), Perilaku Keuangan Gen Z (Y), dan Literasi Keuangan (Z) memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dengan demikian, semua item pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan layak digunakan untuk tahap analisis model struktural.

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

Tabel 3
Nilai *Cross Loading*

Variabel	R-square	R-square adjusted
Perilaku Keuangan Gen Z (Y)	0.145	0.127

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Hasil analisis menunjukkan nilai R-square sebesar 0,145 dan adjusted R-square sebesar 0,127, yang berarti *Fintech* (X1) dan *Social Commerce* (X2) dengan Literasi Keuangan (Z) sebagai moderator hanya mampu menjelaskan 14,5% variasi perilaku keuangan Gen Z. Nilai ini tergolong lemah, sehingga masih terdapat variabel lain di luar model yang lebih dominan memengaruhi perilaku keuangan. Selain itu, peran Literasi Keuangan sebagai moderator dalam memperkuat pengaruh simultan *Fintech* dan *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan juga belum optimal.

Pengujian Hipotesis Penelitian

Tabel 5
Nilai Koefisien Jalur Pada Pengujian Struktural

Konstruk	Original Sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P Values	Hasil
X1 > Y	0.169	0.174	0.066	2.555	0.011	Signifikan
X2 > Y	0.200	0.210	0.065	3.063	0.002	Signifikan
Z > Y	0.161	0.167	0.076	2.130	0.033	Signifikan
Z x X1 > Y	-0.161	-0.153	0.072	2.243	0.025	Signifikan
Z x X2 > Y	0.163	0.160	0.066	2.476	0.013	Signifikan

Sumber: Data Primer yang diolah, 2025

Pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis bootstrapping pada taraf signifikansi 5% (*one-tailed*). Hasil menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* < 0,05 (Ghozali *et al*, 2023). Berdasarkan hasil analisis, beberapa hubungan antar variabel dalam penelitian ini terbukti signifikan, sehingga

mendukung sebagian besar hipotesis yang diajukan.

Analisis Hipotesis

1. Analisis H1: *Financial Technology* memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan Gen Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fintech* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z (*path coefficient* 0.169; *p-value* 0.011). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), pengaruh ini tercermin dari sikap positif terhadap kemudahan *Fintech*, dorongan sosial dari lingkungan digital, serta persepsi kontrol keuangan yang lebih mudah. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *Fintech* berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan Gen Z (Sulistyaningrum, 2025; Elsalonika & Ida, 2025).

2. Analisis H2: *Social Commerce* memiliki pengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan Gen Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z (*path coefficient* = 0.200; *p-value* = 0.002). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *Social Commerce*, semakin terbentuk pula pola perilaku keuangan Gen Z dalam pengelolaan, perencanaan, maupun pengambilan keputusan keuangan secara daring. Berdasarkan kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), hal ini dapat dijelaskan melalui sikap positif terhadap kemudahan berbelanja online, dorongan sosial dari komunitas/teman sebaya, serta persepsi kontrol yang tinggi dalam bertransaksi. Hasil ini konsisten

dengan penelitian Saragih *et al.* (2024) yang menemukan bahwa media sosial secara signifikan mendorong perilaku konsumtif. Penelitian Nasution, Indria, dan Febriaty (2022) juga menegaskan bahwa *Social Commerce* melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp mampu memengaruhi interaksi jual-beli dan perilaku keuangan generasi muda.

3. Analisis H3: Literasi Keuangan memoderasi hubungan antara *Fintech* dan Perilaku Keuangan Gen Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai variabel moderator yang signifikan dalam hubungan antara *Fintech* dan perilaku keuangan Gen Z (koefisien = -0.161; $p\text{-value}$ = 0.025). Namun, pengaruh moderasi bersifat negatif, yang berarti semakin tinggi literasi keuangan, maka pengaruh *Fintech* terhadap perilaku keuangan justru melemah. Hal ini mengindikasikan bahwa individu dengan literasi keuangan tinggi cenderung lebih kritis, rasional, dan selektif dalam menggunakan layanan *Fintech*, sehingga keputusan keuangan mereka tidak semata-mata dipengaruhi oleh kemudahan teknologi. Temuan ini berbeda dengan penelitian Maharani & Kusuma (2025) yang menyatakan bahwa *Fintech* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z tanpa adanya pelemahan akibat literasi keuangan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan memengaruhi *perceived behavioral control* dan *attitude*, sehingga Gen Z dengan literasi tinggi memiliki kontrol lebih kuat atas keputusan finansial dan lebih berhati-hati dalam memanfaatkan *fintech*.

4. Analisis H4: Literasi Keuangan memoderasi hubungan antara *Social Commerce* dan Perilaku Keuangan Gen Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memoderasi secara signifikan hubungan antara *Social Commerce* dan perilaku keuangan Gen Z (koefisien = 0.163; $p\text{-value}$ = 0.013). Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki individu, maka semakin bijak dan bertanggung jawab mereka dalam memanfaatkan *Social Commerce*, sehingga menghasilkan perilaku keuangan yang lebih terarah. Dengan demikian, hipotesis empat diterima karena literasi keuangan terbukti memperkuat pengaruh *Social Commerce* terhadap perilaku keuangan Gen Z. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan memperkuat sikap rasional Gen Z, membantu mereka mengendalikan pengaruh tren maupun tekanan sosial, serta menjaga keputusan belanja agar tetap bijak. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Nasution, Indria, dan Febriaty (2022) yang menemukan bahwa *Social Commerce* berdampak signifikan terhadap perilaku impulse buying pada Gen Z.

5. Analisis H5: Literasi Keuangan memoderasi hubungan antara *Social Commerce* dan Perilaku Keuangan Gen Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fintech* dan *Social Commerce* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z, dengan nilai R-square sebesar 0.145 yang berarti kedua variabel tersebut mampu menjelaskan 14,5% variasi perilaku keuangan. Uji koefisien jalur juga mendukung hasil ini, dimana *Fintech* berpengaruh

signifikan terhadap perilaku keuangan ($\beta = 0.169$; $p = 0.011$) dan *Social Commerce* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan ($\beta = 0.200$; $p = 0.002$). Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), pengaruh simultan tersebut terbentuk melalui sikap positif atas kemudahan teknologi, dorongan norma sosial dalam budaya digital, serta persepsi kontrol perilaku yang lebih kuat melalui layanan finansial modern. Hasil ini konsisten dengan penelitian Andiani dan Maria (2023) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan *Fintech* meningkatkan literasi dan perilaku keuangan generasi muda, serta selaras dengan bukti bahwa *Social Commerce* berkontribusi terhadap pola konsumsi dan perilaku keuangan Gen Z melalui intensitas transaksi digital yang semakin tinggi. Dengan demikian, hipotesis lima diterima.

KESIMPULAN

Penelitian ini membuktikan bahwa *Financial Technology* dan *Social Commerce* berpengaruh positif terhadap Perilaku Keuangan Gen Z, dengan Literasi Keuangan berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat hubungan tersebut. Secara simultan, *Fintech* dan *Social Commerce* juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Gen Z. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah yang hanya terfokus di Ciayumajakuning, penggunaan satu teori utama yaitu *Theory of Planned Behavior* (TPB), serta variabel independen yang masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah penelitian, menggunakan pendekatan metode campuran (*mixed methods*),

menambahkan kerangka teori lain seperti TAM, *Behavioral Economics*, dan *Theory of Reasoned Action* (TRA), serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti Gaya Hidup Konsumtif (FOMO), Efikasi Diri Keuangan, dan *Digital Financial Attitude* agar hasil penelitian lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Andiani, P., & Maria, D. (2023). Pemanfaatan *Financial Technology* dalam meningkatkan literasi dan perilaku keuangan generasi muda. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 5(2), 112–124.
- Bank Indonesia. (2024). *Laporan Perkembangan Ekonomi Digital Indonesia 2024*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Elsadonika, A., & Ida, I. (2025). Pengaruh *Financial Technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis*, 10(1), 55–66.
- Ghozali, I., Latan, H., & Hadi, F. (2023). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): A primer* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hariyani, F. (2024). Literasi keuangan sebagai moderator pengaruh *Social Commerce* terhadap perilaku konsumtif Gen Z. *Jurnal Manajemen Keuangan*, 12(1), 75–88.

- Herawati, N. T., & Tarmizi, R. (2021). *Theory of Planned Behavior* dan literasi keuangan mahasiswa. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(3), 421–433.
- Maharani, N., & Kusuma, H. (2025). Pengaruh *Fintech* terhadap perilaku keuangan generasi Z dengan literasi keuangan sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ekonomi Modern*, 15(1), 33–44.
- Maris, M., Baptista, J., & Dewi, R. (2021). Financial literacy and youth financial behavior in digital era. *Journal of Finance and Education*, 9(2), 201–215.
- Nasution, R., Indria, R., & Febriaty, H. (2022). Pengaruh *Social Commerce* terhadap perilaku impulse buying generasi Z. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Online*, 7(3), 145–157.
- Oktaviani, M., & Dwirandra, A. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan generasi milenial dan Z. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 18(2), 233–247.
- Rabbani, M., Pratama, R., & Nugraha, D. (2024). Literasi keuangan, financial attitude, dan financial behavior mahasiswa. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(1), 65–78.
- Rukoyah. (2025). Dampak penggunaan *Financial Technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa di era digital. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 14(1), 55–70.
- Saragih, S., Putri, A., & Handayani, D. (2024). *Social Commerce* dan perilaku konsumtif mahasiswa: Studi pada pengguna TikTok Shop. *Jurnal Ekonomi Digital*, 6(1), 89–101.
- Sheda, R. (2023). Analisis literasi keuangan sebagai variabel moderasi dalam penggunaan *Social Commerce*. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 121–132.
- Siregar, R., & Pratiwi, S. (2024). Literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 9(1), 41–50.
- Sulistyaningrum, D. (2025). Pengaruh penggunaan e-wallet terhadap perilaku keuangan mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 211–223.
- Tang, N., Baker, A., & Peter, P. C. (2018). Investigating the disconnect between financial knowledge and behavior: The role of self-efficacy. *Journal of Behavioral Finance*, 19(2), 208–217. <https://doi.org/10.1080/15427560.2017.1373640>