

**MODEL KAUSALITAS *FINANCIAL WELL-BEING*: *SOCIAL INFLUENCE*, *FINANCIAL LITERACY*,
DAN *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* PADA GENERASI Z PENGGUNA PEMBAYARAN
DIGITAL DI JABODETABEK****Salma Rahmadani¹, Umi Widyastuti², Puji Yuniarti³**

Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta

salmarahmadani43@gmail.com

Abstract

This study examines the effects of social influence, financial literacy, and financial management behavior on financial well-being among Generation Z digital payment users in Jabodetabek. Using a quantitative approach and PLS-SEM analysis, the results show that financial literacy and social influence significantly affect financial management behavior, which in turn has a significant impact on financial well-being. However, social influence does not significantly affect financial literacy. Additionally, financial management behavior mediates the relationships between social influence, financial literacy, and financial well-being. These findings highlight the importance of financial literacy and proper financial management behavior in improving financial well-being among Generation Z.

Keywords: *Social Influence, Financial Literacy, Financial Management Behavior, Financial Well-Being, Generation Z*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis pengaruh *social influence*, *financial literacy*, dan *financial management behavior* terhadap *financial well-being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek. Dengan pendekatan kuantitatif dan analisis PLS-SEM, hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial literacy* dan *social influence* berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior*, yang selanjutnya berpengaruh signifikan terhadap *financial well-being*. Namun, *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial literacy*. Selain itu, *financial management behavior* memediasi hubungan antara *social influence* dan *financial literacy* terhadap *financial well-being*. Temuan ini menegaskan pentingnya literasi dan perilaku pengelolaan keuangan dalam meningkatkan kesejahteraan finansial Generasi Z.

Kata Kunci: *Social Influence, Financial Literacy, Financial Management Behavior, Financial Well-Being, Generasi Z*

Article history

Received: April 2026

Reviewed: April 2026

Published: April 2026

Plagirism checker no 80

Copyright : author**Publish by : musytari**

This work is licensed under
a [creative commons](#)
[attribution-noncommercial](#)
[4.0 international license](#)

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah mendorong transformasi signifikan dalam sektor keuangan melalui hadirnya *financial technology* (fintech). Layanan keuangan digital seperti e-wallet, pembayaran online, dan platform investasi telah mengubah cara masyarakat, khususnya Generasi Z, dalam mengakses dan mengelola keuangan (Subagja et al., 2024). Tingginya tingkat adopsi fintech menunjukkan bahwa layanan keuangan digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan finansial masyarakat modern (Ginting, 2024). Namun, kemudahan akses tersebut tidak selalu diikuti dengan kemampuan pengelolaan keuangan yang bijak.

Generasi Z sebagai *digital native* memiliki tingkat adopsi teknologi yang tinggi, namun hal tersebut tidak menjamin kualitas pengambilan keputusan finansial (Dimock, 2019). Meskipun indeks literasi keuangan di Indonesia mengalami peningkatan, kesenjangan antara literasi dan inklusi keuangan menunjukkan bahwa pemahaman finansial belum sepenuhnya diimplementasikan dalam perilaku keuangan (OJK, 2024). Dalam konteks ini, financial

literacy berperan penting dalam membentuk financial management behavior, yang pada akhirnya memengaruhi tingkat *financial well-being* (Huston, 2010; Dew & Xiao, 2011).

Selain faktor internal, pengaruh eksternal seperti *social influence* juga memiliki peran penting dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z. Lingkungan sosial, termasuk keluarga, teman sebaya, dan media sosial, menjadi sumber referensi utama dalam pengambilan keputusan finansial (Shim et al., 2010; Gudmunson & Danes, 2011). Paparan terhadap tren dan informasi finansial di platform digital dapat mendorong perilaku positif, seperti menabung dan berinvestasi, namun juga berpotensi memicu perilaku konsumtif (Safitri & Dewa, 2022; Nie, 2023).

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan, masih terdapat research gap. Sebagian besar penelitian sebelumnya belum mengintegrasikan secara komprehensif peran *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being* (Dewanti & Asandimitra, 2021; Putra et al., 2024). Selain itu, penelitian yang secara spesifik mengkaji Generasi Z pengguna layanan pembayaran digital di wilayah dengan tingkat adopsi tinggi seperti Jabodetabek masih terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social influence* dan *financial literacy terhadap financial management behavior* serta dampaknya terhadap *financial well-being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di wilayah Jabodetabek.

2. Tinjauan Pustaka

Social Influence

Social influence merupakan pengaruh yang berasal dari lingkungan sosial, seperti keluarga, teman sebaya, dan media digital, dalam membentuk perilaku individu. Park dan Lessig (1977) menyatakan bahwa pengaruh sosial dapat berupa pengaruh informasional, normatif, dan identifikasi dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks keuangan, Gudmunson dan Danes (2011) menjelaskan bahwa *social influence* berkaitan dengan proses *financial socialization*, yaitu bagaimana individu mempelajari nilai dan kebiasaan keuangan melalui interaksi sosial.

Indikator *social influence* meliputi pengaruh keluarga, teman sebaya, serta media dan teknologi digital (Shim et al., 2010). Dalam era digital, media sosial juga menjadi sumber utama dalam membentuk perilaku keuangan, terutama pada Generasi Z.

Financial Literacy

Financial Literacy merupakan kemampuan individu dalam memahami dan menggunakan informasi keuangan untuk mengambil keputusan yang tepat. Huston (2010) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan untuk memahami konsep keuangan serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

Otoritas Jasa Keuangan (2024) menyatakan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang mempengaruhi sikap serta perilaku individu dalam mengelola keuangan guna mencapai kesejahteraan finansial.

Menurut Dewi (2020), *financial literacy* dapat diukur melalui beberapa indikator, yaitu: (1) pengetahuan keuangan, (2) sikap keuangan, (3) kemampuan individu, dan (4) keterampilan keuangan. Tingkat literasi keuangan yang tinggi akan mendorong individu untuk berperilaku finansial secara lebih rasional dan terencana..

Financial Management Behavior

Financial management behavior merupakan perilaku individu dalam mengelola keuangan sehari-hari yang mencakup perencanaan, penganggaran, pengendalian, serta penyimpanan dana. Kholilah dan Iramani (2013) mendefinisikan perilaku ini sebagai kemampuan individu dalam mengatur keuangan secara efektif sesuai dengan pendapatan yang dimiliki.

Perry dan Morris (2005) menyatakan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, serta kepercayaan diri dalam mengambil keputusan finansial. Dengan

demikian, *financial management behavior* tidak hanya mencerminkan kemampuan teknis, tetapi juga kebiasaan dan tanggung jawab dalam mengelola keuangan.

Menurut Dew dan Xiao (2011), indikator *financial management behavior* meliputi: (1) konsumsi, (2) manajemen arus kas, (3) tabungan dan investasi, serta (4) pengelolaan kredit. Perilaku ini menjadi faktor penting dalam menentukan tingkat kesejahteraan finansial individu.

Financial Well-Being

Financial well-being merupakan kondisi di mana individu mampu memenuhi kebutuhan keuangan saat ini, memiliki ketahanan terhadap risiko finansial, serta dapat merencanakan masa depan secara berkelanjutan. Menurut *Consumer Financial Protection Bureau* (2015), *financial well-being* mencerminkan kemampuan individu untuk mengendalikan kondisi keuangan, menghadapi kejadian tak terduga, serta mencapai tujuan finansial jangka panjang.

Selain itu, Joo (2008) menyatakan bahwa *financial well-being* berkaitan dengan tingkat kepuasan individu terhadap kondisi keuangannya. Individu dengan tingkat kesejahteraan finansial yang tinggi cenderung memiliki kontrol keuangan yang baik, tingkat stres finansial yang rendah, serta perencanaan keuangan yang lebih matang.

Adapun indikator *financial well-being* meliputi kemampuan memenuhi kebutuhan sehari-hari, mengelola pengeluaran, memiliki rasa aman terhadap kondisi keuangan, serta kepuasan terhadap situasi finansial yang dimiliki.

3. Metodologi Penelitian

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian deskriptif dan kausal. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel secara objektif melalui analisis statistik. Sementara itu, desain kausal bertujuan untuk menganalisis pengaruh antara *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being*.

Penelitian kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menggambarkan fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat. Dalam penelitian ini, pendekatan tersebut digunakan untuk mendeskripsikan kondisi serta hubungan antarvariabel pada Generasi Z pengguna pembayaran digital.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Generasi Z pengguna layanan pembayaran digital yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya tingkat adopsi layanan keuangan digital di wilayah tersebut, sehingga relevan dengan tujuan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dalam periode tahun 2026 melalui penyebaran kuesioner secara daring.

Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian kuantitatif, populasi didefinisikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang akan dipelajari untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z, baik laki-laki maupun perempuan, yang merupakan pengguna pembayaran digital di wilayah Jabodetabek. Populasi ini dipilih karena dianggap mewakili kelompok masyarakat yang aktif menggunakan layanan keuangan digital dan memiliki tingkat adaptasi tinggi terhadap perkembangan teknologi keuangan.

Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang memenuhi kriteria tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*,

yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria khusus yang relevan dengan penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 260 responden. Jumlah ini dinilai telah memadai untuk analisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), sehingga mampu memberikan hasil yang representatif dalam menjelaskan hubungan antar variabel penelitian.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* sampling dengan metode *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena tidak semua anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk menjadi responden, melainkan disesuaikan dengan karakteristik yang relevan dengan tujuan penelitian..

Penentuan Jumlah Sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan mengacu pada pedoman dari Hair et al. (2022), yang menyatakan bahwa ukuran sampel ideal dalam penelitian kuantitatif dengan analisis multivariat, termasuk *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS), adalah sebesar 5-10 kali jumlah indikator yang digunakan dalam instrumen penelitian.

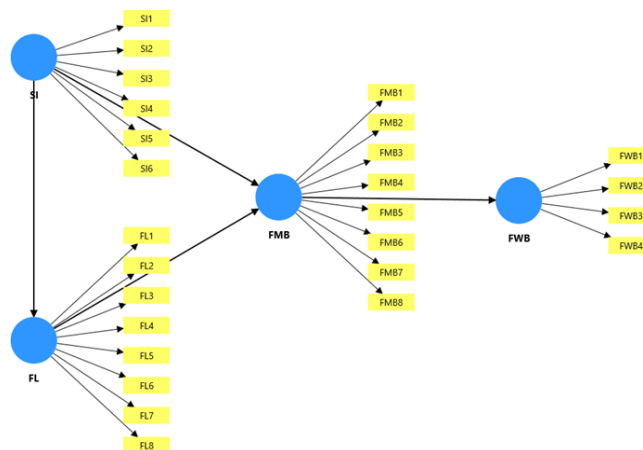
Berdasarkan jumlah indikator pada seluruh variabel penelitian, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 260 responden, yang telah memenuhi kriteria minimum dalam analisis SEM-PLS.

Pemilihan jumlah sampel tersebut diharapkan mampu memberikan estimasi yang stabil serta meningkatkan akurasi dalam menguji hubungan kausalitas antarvariabel dalam model penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat merepresentasikan kondisi perilaku keuangan Generasi Z pengguna layanan pembayaran digital secara lebih komprehensif.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Spesifikasi Model SEM-PLS



Gambar 1 Model Penelitian SEM-PLS

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2026)

Model penelitian ini dikembangkan menggunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS) untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten, yaitu *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being*.

Model terdiri atas dua bagian, yaitu model pengukuran (*outer model*) yang digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk, serta model struktural (*inner model*) yang digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel sesuai dengan hipotesis penelitian.

Dalam model ini, *social influence* dan *financial literacy* berperan sebagai variabel independen, *financial management behavior* sebagai variabel mediasi, serta *financial well-being* sebagai variabel dependen. Analisis dilakukan untuk menguji pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*) antarvariabel.

Evaluasi Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran (*outer model*) dilakukan untuk menilai sejauh mana indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini mampu mengukur konstruk laten secara valid dan reliabel. Dalam analisis PLS-SEM, evaluasi outer model umumnya dilakukan melalui tiga kriteria utama, yaitu *convergent validity*, *discriminant validity*, dan reliabilitas konstruk yang diukur menggunakan *composite reliability* (Putra & Yanti, 2024).

1) Uji *Convergent Validity*

Convergent validity bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel laten lainnya (Kurniatin & Mukhsin, 2023).

Outer Loading

Menurut Hair et al. (2022), indikator dinyatakan memiliki *convergent validity* yang baik apabila nilai *loading factor* $\geq 0,70$. Namun demikian, dalam penelitian yang bersifat eksploratif atau pengembangan model, nilai *loading factor* antara 0,50-0,70 masih dapat diterima selama tidak menurunkan kualitas reliabilitas dan validitas konstruk secara keseluruhan.

Tabel 1. Hasil Uji *Outer Loading Convergent Validity*

Variabel	<i>Social Influence</i>	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Management Behavior</i>	<i>Financial Well-Being</i>	<i>Keterangan</i>
SI1	0,825				Valid
SI2	0,833				Valid
SI3	0,783				Valid
SI4	0,853				Valid
SI5	0,822				Valid
SI6	0,774				Valid
FL1		0,759			Valid
FL2		0,811			Valid
FL3		0,787			Valid
FL4		0,799			Valid
FL5		0,800			Valid
FL6		0,805			Valid
FL7		0,828			Valid
FL8		0,783			Valid
FMB1			0,803		Valid
FMB2			0,793		Valid
FMB3			0,787		Valid
FMB4			0,797		Valid
FMB5			0,807		Valid
FMB6			0,794		Valid
FMB7			0,806		Valid
FMB8			0,784		Valid
FWB1				0,803	Valid
FWB2				0,777	Valid
FWB3				0,816	Valid
FWB4				0,847	Valid

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Convergent validity dievaluasi berdasarkan nilai *outer loading*, dengan kriteria $\geq 0,70$ (Hair et al., 2022). Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being* memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70.

Dengan demikian, seluruh indikator dinyatakan memenuhi kriteria *convergent validity* dan mampu merepresentasikan konstruk laten secara memadai. Oleh karena itu, tidak terdapat indikator yang dieliminasi dalam model penelitian ini.

Average Variance Extracted (AVE)

Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan seberapa besar varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Nilai AVE dianggap memenuhi *convergent validity* apabila memiliki nilai $\geq 0,50$, yang berarti konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Hair et al., 2022).

Tabel 2.

Hasil
*Average
Variance*

Variable	<i>Average Variance Extracted</i>	Keterangan
<i>Social Influence</i>	0,635	Valid
<i>Financial Literacy</i>	0,634	Valid
<i>Financial Management Behavior</i>	0,658	Valid
<i>Financial Well-Being</i>	0,665	Valid

Extracted

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Average Variance Extracted (AVE) menunjukkan seberapa besar varians indikator yang dapat dijelaskan oleh konstruk laten. Nilai AVE dianggap memenuhi *convergent validity* apabila memiliki nilai $\geq 0,50$, yang berarti konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya (Hair et al., 2022).

Berdasarkan Tabel 2, seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, yaitu *Social Influence* sebesar 0,635, *Financial Literacy* 0,634, *Financial Management Behavior* 0,658, dan *Financial Well-Being* 0,665. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk telah memenuhi kriteria *convergent validity*, sehingga indikator-indikator yang digunakan mampu menjelaskan varians konstruk dengan baik

2) Uji *Discriminant Validity*

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah suatu indikator lebih merepresentasikan konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain dalam model penelitian.

Cross Loading

Pada pengujian *discriminant validity*, indikator reflektif dapat dievaluasi melalui nilai *cross loading* antara indikator dengan konstruknya. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai loading pada konstruk yang diukurnya lebih tinggi dibandingkan dengan loading pada konstruk lainnya (Perkasa & Mulyanto, 2023).

Variabel	<i>Social Influence</i>	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Management Behavior</i>	<i>Financial Well-Being</i>	Keterangan
SI1	0.825	-0,089	0,426	-0,089	Valid
SI2	0.833	-0,103	0,483	-0,103	Valid
SI3	0.783	-0,055	0,413	-0,055	Valid
SI4	0.853	-0,061	0,465	-0,061	Valid
SI5	0.822	-0,102	0,413	-0,102	Valid
SI6	0.774	-0,052	0,387	-0,052	Valid
FL1	-0,074	0,759	0,270	0,161	Valid
FL2	-0,065	0,811	0,341	0,227	Valid
FL3	-0,112	0,787	0,332	0,198	Valid
FL4	-0,089	0,799	0,366	0,264	Valid
FL5	-0,099	0,800	0,323	0,224	Valid
FL6	-0,109	0,805	0,315	0,212	Valid
FL7	-0,024	0,828	0,391	0,268	Valid
FL8	-0,039	0,783	0,306	0,187	Valid
FMB1	0,417	0,350	0,803	0,515	Valid
FMB2	0,422	0,354	0,793	0,522	Valid
FMB3	0,440	0,317	0,787	0,537	Valid
FMB4	0,436	0,361	0,797	0,541	Valid
FMB5	0,423	0,355	0,807	0,602	Valid
FMB6	0,406	0,320	0,794	0,568	Valid
FMB7	0,427	0,329	0,806	0,601	Valid
FMB8	0,411	0,276	0,784	0,550	Valid
FWB1	0,361	0,204	0,578	0,803	Valid
FWB2	0,309	0,257	0,496	0,777	Valid
FWB3	0,362	0,177	0,584	0,816	Valid
FWB4	0,341	0,265	0,597	0,847	Valid

Tabel 3. Hasil Uji *Cross Loading Discriminant Validity*

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Pada *pengujian discriminant validity*, indikator reflektif dapat dievaluasi melalui nilai *cross loading* antara indikator dengan konstraknya. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai loading pada konstruk yang diukurnya lebih tinggi dibandingkan dengan loading pada konstruk lainnya (Perkasa & Mulyanto, 2023).

Berdasarkan Tabel 3, hasil pengujian *discriminant validity* melalui nilai *cross loading* menunjukkan bahwa seluruh indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya.

Indikator pada variabel *Social Influence* (SI) memiliki nilai loading antara 0,774-0,853, indikator pada variabel *Financial Literacy* (FL) memiliki nilai loading antara 0,759-0,828, indikator pada variabel *Financial Management Behavior* (FMB) memiliki nilai loading antara 0,784-0,807, sedangkan indikator pada variabel *Financial Well-Being* (FWB) memiliki nilai loading antara 0,777-0,847. Dengan demikian, seluruh indikator dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity* berdasarkan *cross loading*.

Fornell-Larcker Criterion

Suatu konstruk dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lain dalam model penelitian.

Tabel 4.
Fornell-
Criterion

<i>Variabel</i>	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Management Behavior</i>	<i>Financial Well-Being</i>	<i>Social Influence</i>
FL	0,797			
FMB	0,418	0,796		
FWB	0,277	0,697	0,811	
SI	-0,095	0,531	0,424	0,815

Hasil Uji
Larcker

Discriminant Validity

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Fornell-Larcker Criterion digunakan untuk menguji *discriminant validity* dengan membandingkan nilai akar *Average Variance Extracted* ($\sqrt{\text{AVE}}$) pada setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai $\sqrt{\text{AVE}}$ lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi dengan konstruk lain dalam model penelitian.

Berdasarkan Tabel 4, nilai akar *Average Variance Extracted* ($\sqrt{\text{AVE}}$) pada masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat diskriminasi yang baik dan mampu membedakan dirinya dengan konstruk lain dalam model. Dengan demikian, model penelitian telah memenuhi kriteria *discriminant validity* berdasarkan *Fornell-Larcker Criterion*.

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Suatu konstruk dinyatakan memenuhi *discriminant validity* apabila nilai HTMT berada di bawah batas 0,90. Nilai HTMT yang berada di bawah batas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk dalam model penelitian.

<i>Variabel</i>	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Management Behavior</i>	<i>Financial Well-Being</i>	<i>Social Influence</i>
FL				
FMB	0,452			
FWB	0,316	0,797		
SI	0,110	0,582	0,490	

Tabel 5. *Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)*

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh nilai *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) antar konstruk berada di bawah batas 0,90. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi tumpang tindih antar konstruk dalam model penelitian. Dengan demikian, masing-masing konstruk dapat dibedakan secara empiris satu sama lain, sehingga model penelitian telah memenuhi kriteria *discriminant validity* berdasarkan HTMT. Kondisi ini juga mengindikasikan bahwa setiap konstruk dalam penelitian memiliki keunikan konsep yang jelas dan mampu mengukur variabel yang dimaksud secara tepat.

3) *Reliability* (Konsistensi Konstruk)

Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* lebih besar dari 0,70. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) juga diperhatikan untuk memastikan bahwa konstruk mampu menjelaskan varians indikatornya dengan baik.

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	<i>Composite reliability (rho_c)</i>	<i>Average variance extracted (AVE)</i>
FL	0,918	0,933	0,635
FMB	0,918	0,933	0,634
FWB	0,827	0,885	0,658
SI	0,899	0,922	0,665

Tabel 5. Hasil Uji *Reliability*

Sumber: Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 5, seluruh konstruk dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* di atas 0,70. Variabel *Financial Literacy* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918 dan *Composite Reliability* sebesar 0,933. Variabel *Financial Management Behavior* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918 dan *Composite Reliability* sebesar 0,933. Variabel *Financial Well-Being* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,827 dan *Composite Reliability* sebesar 0,885, sedangkan variabel *Social Influence* memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,899 dan *Composite Reliability* sebesar 0,922. Selain itu, seluruh variabel juga memiliki nilai AVE di atas 0,50, yang menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan varians indikator dengan baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas konvergen.

Berdasarkan seluruh hasil pengujian pada model pengukuran (outer model), dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai outer loading yang berada di atas batas minimum yang disyaratkan, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang lebih besar dari 0,50, serta nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang berada di atas 0,70. Selain itu, hasil pengujian *discriminant validity* melalui cross loading, *Fornell-Larcker Criterion*, dan *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT) juga menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dapat dibedakan dengan baik satu sama lain dalam model penelitian.

Dengan demikian, seluruh indikator dan konstruk dinyatakan valid dan reliabel, sehingga model pengukuran telah memenuhi kriteria yang disyaratkan dan analisis dapat dilanjutkan pada tahap model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar konstruk serta hipotesis penelitian.

4) Model Struktural (Inner Model)

Model struktural (*inner model*) digunakan untuk menilai hubungan antar konstruk laten dalam penelitian. Evaluasi inner model dilakukan untuk menilai kekuatan dan arah hubungan antar variabel laten dengan menganalisis nilai R^2 serta koefisien jalur (path coefficients), yang selanjutnya digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antar konstruk dalam model (Silviani & Jaya, 2022).

Collinearity Variance Inflation Factor (VIF)

Uji *collinearity* dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang terlalu tinggi antar konstruk laten dalam model struktural. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing konstruk dalam model penelitian.

Tabel 6. Uji *Collinearity*

Variabel	VIF
FL1	1.964
FL2	2.309
FL3	2.124
FL4	2.115
FL5	2.177
FL6	2.350
FL7	2.411
FL8	2.089
FMB1	2.219
FMB2	2.167
FMB3	2.098
FMB4	2.160
FMB5	2.246
FMB6	2.155
FMB7	2.245
FMB8	2.104
FWB1	1.691
FWB2	1.695
FWB3	1.744
FWB4	1.987
SI1	2.222
SI2	2.200
SI3	1.901
SI4	2.487
SI5	2.230
SI6	1.876

Variance Inflation Factor (VIF)

Sumber : Data diolah
Berdasarkan Tabel 6, *Social Influence* (SI), *Management Behavior* (FWB) memiliki nilai VIF Nilai VIF pada indikator 2,487, yang menunjukkan multikolinearitas antar Dengan demikian, dapat penelitian telah memenuhi analisis dapat dilanjutkan berikutnya.

R-square (R²)

Nilai R^2 digunakan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin baik.

Tabel 7. Hasil Uji *R-square*

peneliti, 2026
seluruh indikator pada variabel *Financial Literacy* (FL), *Financial* (FMB), dan *Financial Well-Being* yang berada di bawah batas 5. berkisar antara 1,691 hingga bahwa tidak terdapat masalah indikator dalam model penelitian. disimpulkan bahwa model kriteria *collinearity*, sehingga pada tahap evaluasi *inner model*

<i>Variabel</i>	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
<i>FL</i>	<i>0,009</i>	<i>0,005</i>
<i>FMB</i>	<i>0,504</i>	<i>0,500</i>
<i>FWB</i>	<i>0,486</i>	<i>0,484</i>

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai *R-square* variabel *Financial Literacy* (*FL*) sebesar 0,009. Hal ini menunjukkan bahwa *Social Influence* hanya mampu menjelaskan *Financial Literacy* sebesar 0,9%, sedangkan 99,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021) nilai tersebut termasuk dalam kategori lemah.

Selanjutnya, nilai *R-square* variabel *Financial Management Behavior* (*FMB*) sebesar 0,504. Hal ini menunjukkan bahwa *Social Influence* dan *Financial Literacy* mampu menjelaskan *Financial Management Behavior* sebesar 50,4%, sedangkan 49,6% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021) nilai tersebut termasuk dalam kategori moderat.

Kemudian, nilai *R-square* variabel *Financial Well-Being* (*FWB*) sebesar 0,486. Hal ini menunjukkan bahwa *Financial Management Behavior* mampu menjelaskan *Financial Well-Being* sebesar 48,6%, sedangkan 51,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair et al. (2021) nilai tersebut termasuk dalam kategori moderat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang cukup baik, terutama pada variabel *Financial Management Behavior* dan *Financial Well-Being* yang berada pada kategori moderat.

Effect Size (f^2)

Effect size (f^2) digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh konstruk independen terhadap konstruk dependen dalam model penelitian.

Variabel	<i>Financial Literacy</i>	<i>Financial Management Behavior</i>	<i>Financial Well-Being</i>	<i>Social Influence</i>
FL		0,447		
FMB			0,947	
FWB				
SI	0,009	0,662	0,947	

Tabel 8. Hasil Uji *Effect Size*

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui bahwa *Social Influence* terhadap *Financial Literacy* memiliki nilai f^2 sebesar 0,009, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh kecil. Selanjutnya, *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* memiliki nilai f^2 sebesar 0,447, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut termasuk dalam kategori besar. Kemudian, *Social Influence* terhadap *Financial Management Behavior* memiliki nilai f^2 sebesar 0,662, sehingga dapat dikategorikan sebagai pengaruh besar. Selain itu, *Financial Management Behavior* terhadap *Financial Well-Being* memiliki nilai f^2 sebesar 0,947, yang menunjukkan bahwa pengaruh tersebut termasuk dalam kategori sangat besar. Hasil lainnya

menunjukkan bahwa Social Influence terhadap *Financial Well-Being* memiliki nilai f^2 sebesar 0,947, sehingga termasuk dalam kategori pengaruh besar.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar hubungan antar variabel dalam model penelitian memiliki pengaruh yang besar, terutama pada hubungan *Financial Management Behavior* terhadap *Financial Well-Being* serta *Social Influence* terhadap *Financial Management Behavior*.

Predictive Relevance (Q^2)

Predictive relevance digunakan untuk menilai kemampuan prediktif model dengan menggunakan teknik *blindfolding*

Variabel	SSO	SSE	$Q^2 (=1-SSE/SSO)$
FL	2080,000	2068,913	0,005
FMB	2080,000	1431,556	0,312
FWB	1040,000	711,673	0,316
SI	1560,000	1560,000	0,000

Tabel 9. Hasil Uji *Predictive Relevance*

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 9, variabel *Financial Literacy* memiliki nilai Q^2 sebesar 0,005, variabel *Financial Management Behavior* sebesar 0,312, dan variabel *Financial Well-Being* sebesar 0,316. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel *Financial Management Behavior* dan *Financial Well-Being* memiliki kemampuan prediktif model pada kategori sedang, sedangkan *Financial Literacy* memiliki kemampuan prediktif yang sangat kecil.

Sementara itu, variabel *Social Influence* memiliki nilai Q^2 sebesar 0,000 karena variabel tersebut merupakan variabel eksogen yang tidak diprediksi oleh konstruk lain dalam model.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian memiliki predictive relevance dan mampu menjelaskan hubungan antar konstruk dalam model penelitian.

Signifikansi Hipotesis (*Bootstrapping*)

Suatu hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai *T-Statistic* $\geq 1,96$ pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Selain itu, hipotesis juga dapat diterima apabila nilai *P-Value* $\leq 0,05$. Melalui metode ini, peneliti dapat menilai tidak hanya arah dan kekuatan hubungan antar variabel, tetapi juga tingkat signifikansi statistik dari hubungan tersebut.

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample means (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	Keterangan
SI -> FL	-0,095	-0,093	0,057	1,662	0,097	Ditolak
FL -> FMB	0,473	0,475	0,041	11,454	0,000	Diterima
FMB -> FWB	0,697	0,699	0,035	19,735	0,000	Diterima
SI -> FMB	0,576	0,578	0,037	15,395	0,000	Diterima

Tabel 10. Hasil Uji Signifikansi Hipotesis (*Bootstrapping*)

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan Tabel 4.22, hasil pengujian hipotesis menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa tidak semua hubungan antar variabel dalam model penelitian memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil pengujian masing-masing hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Financial Literacy*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Social Influence* terhadap *Financial Literacy* memiliki nilai original sample sebesar -0,095, dengan *t-statistic* sebesar 1,662 ($< 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,097 ($> 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *Social Influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *Financial Literacy*.

H1: *Social influence* berpengaruh positif terhadap *Financial Literacy*. Ditolak

2. Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara *Financial Literacy* terhadap *Financial Management Behavior* memiliki nilai original sample sebesar 0,473, dengan *t-statistic* sebesar 11,454 ($> 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Management Behavior*.

H2: *Financial Literacy* berpengaruh positif terhadap *Financial Management Behavior*.

Diterima

3. Pengaruh *Financial Management Behavior* terhadap *Financial Well-Being*

Hubungan antara *Financial Management Behavior* terhadap *Financial Well-Being* memiliki nilai original sample sebesar 0,697, dengan *t-statistic* sebesar 19,735 ($> 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa *Financial Management Behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Well-Being*.

H2: *Financial Management Behavior* berpengaruh positif terhadap *Financial*

Well-Being. Diterima

4. Pengaruh *Social Influence* terhadap *Financial Management Behavior*

Hubungan antara *Social Influence* terhadap *Financial Management Behavior* memiliki nilai original sample sebesar 0,576, dengan *t-statistic* sebesar 15,395 ($> 1,96$) dan *p-value* sebesar 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa *Social Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Financial Management Behavior*.

H4: *Social Influence* berpengaruh positif terhadap *Financial Management Behavior*.

Diterima

Berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian besar hipotesis dalam penelitian ini diterima, kecuali pada hubungan *Social Influence* terhadap *Financial Literacy* yang tidak menunjukkan pengaruh signifikan.

Uji Mediasi (*Indirect Effect*)

Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh tidak langsung antar variabel melalui variabel perantara (*mediator*), dengan melihat nilai *T-statistics* dan *P-values*. Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai *T-statistics* $> 1,96$ dan *P-values* $< 0,05$.

<i>Mediasi</i>	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample means (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	<i>Keterangan</i>
FL -> FMB-> FWB	0,330	0,332	0,034	9,645	0,000	Diterima
SI -> FMB-> FWB	0,402	0,404	0,036	11,309	0,000	Diterima

Tabel 11. Hasil Uji *Indirect Effect*

Sumber : Data diolah peneliti, 2026

Berdasarkan hasil pengujian pada Tabel 4.11, diketahui bahwa:

1. *Social Influence* terhadap *Financial Well-Being* melalui *Financial Management Behavior* memiliki nilai original sample sebesar 0,402, nilai *T-statistics* sebesar 11,309, dan *P-values* sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *T-statistics* > 1,96 dan *P-values* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Financial Management Behavior* mampu memediasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Financial Well-Being*. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

H5: *Financial Management Behavior* memediasi pengaruh *Social Influence* terhadap *Financial Well-Being*. Diterima

2. *Financial Literacy* terhadap *Financial Well-Being* melalui *Financial Management Behavior* memiliki nilai original sample sebesar 0,330, nilai *T-statistics* sebesar 9,645, dan *P-values* sebesar 0,000. Nilai tersebut menunjukkan bahwa *T-statistics* > 1,96 dan *P-values* < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa *Financial Management Behavior* mampu memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Well-Being*. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

H6: *Financial Management Behavior* memediasi pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Financial Well-Being*. Diterima

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Financial Management Behavior* berperan sebagai variabel mediator dalam meningkatkan *Financial Well-Being* pada Generasi Z pengguna pembayaran digital di Jabodetabek.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil uji menggunakan metode SEM-PLS, model penelitian ini telah memenuhi kriteria kelayakan untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil uji model pengukuran (*outer model*) menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel *social influence*, *financial literacy*, *financial management behavior*, dan *financial well-being* memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, serta nilai Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability, dan *Cronbach's Alpha* yang telah melampaui batas minimum yang disyaratkan. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel, sehingga mampu merepresentasikan variabel laten yang diukur secara baik dan konsisten. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, maka model pengukuran dinilai layak untuk digunakan dalam analisis model struktural.

Selanjutnya, hasil uji model struktural (*inner model*) menunjukkan bahwa tidak seluruh hubungan antarvariabel memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial literacy* ($B = -0,095$; $t = 1,662$; $p = 0,097 > 0,05$). Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan pada Generasi Z tidak secara langsung dipengaruhi oleh lingkungan sosial, melainkan lebih dipengaruhi oleh akses informasi digital serta proses pembelajaran mandiri yang didukung oleh perkembangan teknologi.

Di sisi lain, *financial literacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* ($B = 0,473$; $t = 11,454$; $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman individu terhadap konsep keuangan, maka semakin baik pula perilaku individu dalam mengelola keuangannya, seperti dalam hal perencanaan, pengendalian pengeluaran, serta pengambilan keputusan finansial. Selain itu, *social influence* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* ($B = 0,576$; $t = 15,395$; $p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial, baik keluarga, teman sebaya, maupun media digital, tetap memiliki peran dalam membentuk kebiasaan dan perilaku keuangan individu.

Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial management behavior* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being* ($B = 0,697$; $t = 19,735$; p

$< 0,05$). Hal ini menegaskan bahwa kesejahteraan finansial tidak hanya ditentukan oleh tingkat pengetahuan keuangan, tetapi lebih dipengaruhi oleh bagaimana individu mengimplementasikan pengetahuan tersebut dalam bentuk perilaku pengelolaan keuangan yang efektif. Dengan kata lain, kemampuan dalam mengatur keuangan sehari-hari menjadi faktor utama dalam mencapai kondisi keuangan yang stabil dan sejahtera.

Selain pengaruh langsung, hasil uji mediasi menunjukkan bahwa *financial management behavior* mampu memediasi pengaruh *financial literacy* terhadap *financial well-being* ($B = 0,330$; $t = 9,645$; $p < 0,05$), serta memediasi pengaruh *social influence* terhadap *financial well-being* ($B = 0,402$; $t = 11,309$; $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun pengaruh sosial tidak secara langsung meningkatkan kesejahteraan finansial, melainkan harus melalui perubahan perilaku keuangan individu. Dengan demikian, *financial management behavior* berperan sebagai mekanisme kunci yang menghubungkan faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan *financial well-being* pada Generasi Z.

5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *social influence* dan *financial literacy* terhadap *financial management behavior* serta implikasinya terhadap *financial well-being* pada Generasi Z pengguna layanan pembayaran digital. Berdasarkan hasil analisis menggunakan SEM-PLS, dapat disimpulkan bahwa *social influence* tidak berpengaruh signifikan terhadap *financial literacy*, yang menunjukkan bahwa literasi keuangan Generasi Z cenderung dibentuk secara mandiri melalui akses informasi digital. Sebaliknya, *financial literacy* dan *social influence* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*, sehingga baik faktor internal maupun eksternal memiliki peran dalam membentuk perilaku keuangan individu. Selanjutnya, *financial management behavior* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial well-being*, yang menegaskan bahwa kesejahteraan finansial lebih ditentukan oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan. Selain itu, *financial management behavior* juga terbukti memediasi pengaruh *financial literacy* dan *social influence* terhadap *financial well-being*, sehingga perilaku keuangan menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kesejahteraan finansial Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43-59.
- [2] Dewanti, V. P., & Asandimitra, N. (2021). Pengaruh Financial Socialization, Financial Knowledge, Financial Experience terhadap Financial Management Behavior dengan Locus of Control sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Paylater. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 863-875. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p863-875>
- [3] Dimock, M. (2019, January 17). Where Millennials end and Generation Z begin. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- [4] Ginting, K. (2024, Oktober 10). Lokadata ungkap 78% masyarakat dari milenial dan Gen Z gunakan aplikasi fintech. *The Iconomics*. <https://www.theiconomics.com/accelerated-growth/lokadata-ungkap-78-masyarakat-dari-milenial-dan-gen-z-gunakan-aplikasi-fintech/>
- [5] Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family Financial Socialization: Theory and Critical Review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644-667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- [6] Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). SAGE Publications, Inc.

- [7] Huston, S. J. (2010). Measuring Financial Literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296-316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- [8] Joo, S. (2008). Personal Financial Wellness. In *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 21-33). Springer New York. https://doi.org/10.1007/978-0-387-75734-6_2
- [9] Kholilah, N. Al, & Iramani, Rr. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69-80.
- [10] Kurniatin, E., & Mukhsin, M. (2023). Pengaruh Proses Rekrutmen Dan Seleksi Terhadap Kinerja Organisasi. *Journal of Social and Economics Research*, 5(2), 876-885. <https://doi.org/10.54783/jser.v5i2.186>
- [11] Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2024). Literasi keuangan. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>
- [12] Park, C. W., & Lessig, V. P. (1977). Students and Housewives: Differences in Susceptibility to Reference Group Influence. *Journal of Consumer Research*, 4(2), 102. <https://doi.org/10.1086/208685>
- [13] Perkasa, D. H., & Mulyanto, H. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Gaya Kepemimpinan dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Guru. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 149-161. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.85>
- [14] Perry, V. G., & Morris, M. D. (2005). Who Is in Control? The Role of Self-Perception, Knowledge, and Income in Explaining Consumer Financial Behavior. *Journal of Consumer Affairs*, 39(2), 299-313. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2005.00016.x>
- [15] Perkasa, D. H., & Mulyanto, H. (2023). Pengaruh Beban Kerja, Gaya Kepemimpinan dan Kedisiplinan Terhadap Kinerja Guru. *Revenue: Lentera Bisnis Manajemen*, 1(04), 149-161. <https://doi.org/10.59422/lbm.v1i04.85>
- [16] Putra, O. P. B., Sambeka, M. E. F., & Prisca. (2024). Promoting Financial well-being through Financial Literacy for Gen Z. *ECo-Buss*, 7(1), 756-767. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1532>
- [17] Putra, M. A., & Yanti, T. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Masyarakat pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Solok Selatan. *Jurnal Penelitian Multidisiplin Bangsa*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.59837/jpnmb.v1i1.21>
- [18] Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.6030>
- [19] Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2010). Financial Socialization of First-year College Students: The Roles of Parents, Work, and Education. *Journal of Youth and Adolescence*, 39(12), 1457-1470. <https://doi.org/10.1007/s10964-009-9432-x>
- [20] Subagja, G., Ihdalumam, A., & Vidiati, C. (2024). Peluang dan Tantangan Fintech di Indonesia. *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1), 185-195. <https://doi.org/10.59059/maslahah.v3i1.1994>
- [21] Sugiyono. (2022). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi 21). Bandung: Alfabeta.