

## PERAN *LIFESTYLE*, *SELF-CONTROL* DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* DALAM MEMBENTUK PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA GENERASI Z DI ERA *CASHLESS SOCIETY*

Wahyu Kinasih<sup>1</sup>; Diana Puspitasari<sup>2</sup>; Dian Prawitasari<sup>3</sup>; Amalia Nur Chasanah<sup>4</sup>

Universitas Dian Nuswantoro, Kota Semarang<sup>1,2,3,4</sup>

Email : 211202207825@mhs.dinus.ac.id<sup>1</sup>; dianapuspitasari718@dsn.dinus.ac.id<sup>2</sup>;  
sari.dianprawita@dsn.dinus.ac.id<sup>3</sup>; amalia.nurchasanah@dsn.dinus.ac.id<sup>4</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud guna menguji pengaruh *lifestyle*, *self-control* maupun *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap *financial behavior* pada mahasiswa Generasi Z di era *cashless society*. Studi mempergunakan pendekatan kuantitatif metode deskriptif. Teknik *purposive sampling* dipergunakan untuk memperoleh 155 responden mahasiswa Generasi Z dari berbagai universitas di Kota Semarang. Data dihimpun mempergunakan kuesioner daring berskala Likert 1–5 dan dianalisis mempergunakan *SEM-PLS* melalui *SmartPLS* versi 4.1.1. Hasil studi memperlihatkan bahwasannya *lifestyle* berdampak negatif dan signifikan pada *financial behavior*, *self-control* berdampak positif maupun signifikan, sedangkan *FoMO* berdampak negatif dan signifikan pada perilaku keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwasannya gaya hidup konsumtif dan rasa takut tertinggal menurunkan kualitas pengelolaan keuangan, sedangkan pengendalian diri memperbaikinya. Penelitian ini mengintegrasikan tiga faktor utama, yaitu *lifestyle*, *self control*, dan *FoMO*, dalam satu model untuk menjelaskan perilaku keuangan Generasi Z di era *cashless society*. Pendekatan *SEM-PLS* digunakan secara simultan untuk memberikan kontribusi empiris baru terhadap literatur perilaku keuangan generasi muda di Indonesia.

Kata Kunci : Gaya Hidup; Pengendalian Diri; *Fear Of Missing Out (Fomo)*; Generasi Z; *Cashless Society*

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the influence of lifestyle, self-control, and Fear of Missing Out (FoMO) on financial behavior among Generation Z students in a cashless society. The study employed a quantitative descriptive approach. A purposive sampling technique was employed to obtain 155 Generation Z student respondents from various universities in Semarang City. Data were collected using a Likert scale questionnaire with a scale of 1–5 and processed using SEM-PLS through SmartPLS version 4.1.1. The results showed that lifestyle had a negative and significant impact on financial behavior, self-control had a positive and significant impact, while FoMO had a negative and significant impact on financial behavior. This indicates that a consumptive lifestyle and fear of missing out reduce the quality of financial management, while self-control improves it. This study integrates three main factors, namely lifestyle, self-control, and FoMO, in one model to explain the financial behavior of Generation Z in a cashless society. The SEM-PLS approach was used simultaneously to provide a new empirical contribution to the literature on financial behavior of young people in Indonesia.*

*Keywords : Lifestyle; Self-Control; Fear of Missing Out (FoMO); Generation Z; Cashless Society*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital sudah membawa dampak besar pada *lifestyle* dan perilaku masyarakat modern. Inovasi teknologi menjadikan aktivitas sehari-hari lebih efisien dan praktis, serta turut memengaruhi pola pengeluaran dan kebiasaan menabung masyarakat

(Bai et al., 2025). Kemajuan teknologi juga telah membawa perubahan signifikan dalam industri jasa keuangan, terutama dengan hadirnya sistem pembayaran digital seperti mobile payment dan e-wallet yang menawarkan kemudahan serta efisiensi dalam bertransaksi (Goel & Rana, 2025).

Menurut laporan (Worldank, 2022), pandemi COVID-19 mempercepat transisi masyarakat menuju sistem pembayaran non-tunai atau *cashless society*, di mana transaksi digital menjadi pilihan utama. Asia, termasuk Indonesia, menjadi salah satu wilayah dengan tingkat adopsi layanan keuangan digital tertinggi (Qian & Palvia, 2022). Bank Indonesia dari GNNT juga mendorong penggunaan alat pembayaran non-tunai untuk meningkatkan efisiensi dan keamanan transaksi. Generasi Z menjadi kelompok yang cukup dominan dalam mendukung gerakan ini, terbukti dengan tingkat penggunaan digital payment yang mencapai 20,6% (Ali et al., 2020).

Generasi Z ialah kelompok lahir tahun 1996 hingga 2010 (McKinsey, 2024) dan tumbuh dalam era digital dicirikan oleh kemajuan teknologi, keterbukaan informasi, beserta penggunaan media sosial yang intensif. Generasi ini dikenal sebagai *digital natives* karena tidak pernah lepas dari teknologi dan internet sejak usia dini (Alruthaya et al., 2021). Generasi ini dikenal memiliki karakteristik terbuka terhadap perubahan, mandiri, dan berani mengekspresikan pendapatnya di ruang digital, termasuk dalam hal mengelola dan memanfaatkan teknologi keuangan (Dangmei, 2016). Di era saat ini perilaku keuangan ialah sebuah hal vital yang mesti diperhatikan. Bagi Generasi Z, tantangan dalam mengelola perilaku keuangan semakin kompleks karena gaya hidup digital yang serba cepat, keterhubungan sosial yang tinggi, serta paparan informasi yang terus-menerus melalui media sosial (Chang et al., 2023; Liu et al., 2024). Perilaku keuangan mencakup berbagai aktivitas pengelolaan keuangan individu, seperti penganggaran, pengendalian pengeluaran, kebiasaan menabung, pengelolaan utang, serta pengambilan keputusan investasi. Aspek-aspek ini mencerminkan sejauh mana seseorang mampu merencanakan dan mengatur keuangannya secara efektif untuk mencapai kesejahteraan finansial (Tan & Meng, 2025). (Dew & Xiao, 2013) menyebutkan indikator perilaku keuangan (*financial behavior*) dapat diukur dari konsumsi, manajemen arus kas, tabungan maupun investasi (*saving and investment*), serta manajemen kredit.

Survei (GoodStats, 2024) menemukan bahwasannya hanya 30,1% Gen Z yang memiliki tabungan pribadi secara rutin dan 69,9% sisanya tidak. Kondisi ini diperburuk dengan laporan Katadata Insight Center (2021) yang mengungkapkan bahwa 59,4% Gen Z mengaku pengeluaran mereka melebihi pendapatan, selain itu, 26,5% pengguna layanan *PayLater* di Indonesia dari kelompok Gen Z. Selanjutnya, kebutuhan rutin Generasi Z menurut survei Katadata Insight Center memperlihatkan sekitar 26,7% Generasi Z mengalokasikan dananya untuk belanja komunikasi, 6,5% untuk jajan, 4,1% fashion, 1,2% untuk hiburan, 0,8% untuk

liburan (*healing*). Berdasarkan data dari Katadata Insight Center dapat digambarkan perkembangan perilaku keuangan (*financial behavior*) Generasi Z di Indonesia yang tertera dalam Gambar 1.

Fenomena tersebut menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kesadaran finansial dan praktik keuangan aktual. Meski sebagian besar Gen Z memahami pentingnya menabung, kenyataannya mereka masih sering menggunakan pendapatan untuk konsumsi non-esensial, terutama akibat dorongan sosial digital dan gaya hidup modern. Laporan (Sun Life, 2025) juga memperlihatkan hanya 49% Gen Z di Indonesia merasa aman dari sisi finansial, menandakan masih lemahnya ketahanan ekonomi generasi ini.

Gambar 1 menunjukkan bahwa Generasi Z, yang tumbuh dengan teknologi yang serba cepat dan canggih, lebih terpengaruh oleh persaingan media sosial untuk kehidupan kelas atas. (Amelia et al., 2023) menemukan bahwa media sosial dan tren global meningkatkan konsumsi berlebihan mahasiswa, menciptakan pemborosan dan ketergantungan konsumen. Sebagai pusat pendidikan tinggi di Jawa Tengah, Semarang memiliki banyak mahasiswa yang beragam. Karakteristik kehidupan perkotaan modern, aksesibilitas terhadap fasilitas komersial, dan gaya hidup metropolitan menciptakan tantangan tersendiri bagi mahasiswa manajemen keuangan Semarang. Studi yang telah dilakukan (Kholkina et al., 2025) menegaskan bahwa kecenderungan *novelty seeking* pada Generasi Z berkaitan dengan preferensi mereka terhadap tren baru dan pengalaman unik, yang sering kali berwujud dalam konsumsi barang dan aktivitas bergaya hidup tinggi. Karakter ini membuat Generasi Z lebih rentan terhadap pola pengeluaran yang berorientasi pada aktualisasi diri melalui konsumsi, yang kemudian mengakibatkan seseorang memiliki perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme. Gaya ini ialah seseorang berkecenderungan mencari kesenangan dan kepuasan, biasanya mereka melaksanakan beragam cara guna mendapat perasaan bahagia dan puas meski harus dengan perilaku yang negatif ataupun salah (Sholeh, 2017). Individu yang mempunyai kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas cenderung bersikap konsumtif apabila tidak dapat mengatur keuangannya dengan baik. Pentingnya mengatur perilaku keuangan di kehidupan sehari-hari secara efisien harus direncanakan dengan cermat untuk mencapai kehidupan finansial yang stabil. Perilaku keuangan yang cenderung konsumtif menunjukkan kurangnya perencanaan dan penganggaran dana darurat demi masa depan, yang sering kali menimbulkan masalah seperti tidak memiliki tabungan maupun dana investasi (Nabila et al., 2023).

Perilaku konsumtif sebagai bentuk dari gaya hidup hedonisme dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang atau sekelompok individu untuk membeli dan menggunakan barang, jasa, atau merek tertentu secara berlebihan, baik dengan kesadaran penuh maupun tanpa disadari, bahkan sering kali melebihi kebutuhan sebenarnya dan berlangsung pada jangka waktu yang

panjang (Fungky et al., 2023). Studi yang dilakukan oleh (Azizah, 2020) Hubungan antara gaya hidup dan perilaku keuangan menunjukkan bahwa pengelolaan gaya hidup yang baik dapat meningkatkan perilaku keuangan. Sebaliknya, (Muntahanah et al., 2021) menemukan bahwa gaya hidup tidak memengaruhi perilaku pengelolaan keuangan.

Keuangan sendiri merupakan aspek penting dalam menjaga kestabilan ekonomi individu (Kadarningsih et al., 2021). Oleh sebab itu, setiap orang perlu memahami perbedaan fungsi antara tabungan, investasi maupun utang, serta memiliki kemampuan mengatur keuangan secara bijak. Selain gaya hidup, faktor lainnya yang berdampak akan perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z adalah fenomena *FoMO*. Hal ini sering dikaitkan dengan perilaku konsumen atau pengeluaran yang tidak perlu karena menyampaikan kekhawatiran atau ketakutan akan kehilangan pengalaman hebat orang lain (Xi et al., 2022). Generasi muda saat ini memiliki tingkat interaksi yang tinggi dengan media sosial, dan hubungan antara *FoMO* dan penggunaan media sosial juga sangat kuat. Hal ini memperlihatkan *FoMO* lebih sering dialami oleh remaja dan dewasa awal (Apolo, 2023). Rasa takut tertinggal dari tren menjadi hal penting bagi Generasi Z untuk mendapatkan pengakuan dari kelompok sosialnya. Efek *FoMO* merupakan salah satu manifestasi berbahaya dari perbandingan sosial antarindividu. Ketakutan kehilangan hal-hal penting atau menarik membuat seseorang semakin sering membandingkan kehidupan pribadi, kesuksesan, dan pencapaiannya dengan orang lain, sehingga memengaruhi perilaku, termasuk perilaku keuangan (Ivantchev & Ivantcheva, 2024).

Selain gaya hidup (*lifestyle*) dan fenomena *fear of missing out (FoMO)*, kemampuan seseorang dalam mengontrol diri (*self-control*) juga berperan memengaruhi bagaimana individu berperilaku dalam mengelola keuangannya. Gaya hidup konsumtif dan dorongan *FoMO* sering menjadi pemicu munculnya perilaku pengeluaran yang tidak terencana, terutama di kalangan generasi muda yang ingin mengikuti tren atau memperoleh pengakuan sosial. Sementara itu, *self-control* berfungsi sebagai kemampuan personal yang berhubungan dengan cara seseorang mengatur perilakunya sendiri, termasuk dalam konteks keuangan. *Self-control* tidak dimaksudkan untuk menjelaskan atau mengubah pengaruh *lifestyle* dan *FoMO*, melainkan menjadi faktor independen yang dapat mendorong individu membuat keputusan keuangan yang lebih rasional. Individu yang mempunyai level pengendalian diri yang tinggi berkecenderungan mampu memprioritaskan manfaat jangka panjang daripada kepuasan sesaat, sehingga lebih bijak dalam mengelola keuangannya (Septyaningtyas & Laely, 2024). Studi yang dilaksanakan (Sulhan & Putri, 2023) juga memperlihatkan bahwasannya *self-control* berdampak positif dan signifikan pada perilaku perencanaan keuangan pribadi. Seseorang yang mempunyai kemampuan pengendalian diri yang baik mampu mengelola emosi, menahan dorongan guna berperilaku impulsif, serta membuat keputusan keuangan secara rasional. Kemampuan ini

membantu seseorang memprioritaskan tujuan keuangan jangka panjang dan menghindari pengeluaran yang tidak perlu akibat tekanan sosial maupun tren yang sedang berkembang.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait pengaruh gaya hidup, *fear of missing out* (FoMO), dan *self-control* pada perilaku keuangan individu. Misalnya, penelitian oleh (Julito & Rafi, 2023) mengungkapkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*, sedangkan studi oleh (Nuraini et al., 2023) mengatakan bahwasannya *lifestyle* berdampak negatif dan signifikan pada *financial behavior* mahasiswa. Selanjutnya, (Hussain et al., 2023) menjelaskan *FoMO* berkontribusi terhadap perilaku pembelian kompulsif dan keputusan finansial yang impulsif, selain itu (Habib & Almamy, 2025) menemukan bahwa *FoMO* memperkuat keterlibatan di media sosial dan mendorong *impuls buying* produk, dan penelitian oleh (Widiantari & Dewi, 2024) mengungkapkan bahwa *FoMO* berpengaruh negatif pada *financial behavior*, disisi lain studi oleh (Prawitasari et al., 2025) mengungkapkan bahwasannya *FoMO* tidak berdampak akan perilaku keuangan Generasi Z. Studi (Strömbäck et al., 2017) memperlihatkan bahwasannya *self-control* mempunyai peran positif yang signifikan dalam meningkatkan perilaku keuangan dan kesejahteraan finansial individu. Inkonsistensi hasil tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (*research gap*) yang perlu ditelusuri lebih lanjut, terutama pada generasi Z yang hidup di era digital dan rentan akan efek gaya hidup modern serta media sosial. Oleh sebabnya, studi ini bermaksud guna mengisi kesenjangan itu melalui menguji pengaruh gaya hidup (*lifestyle*), *self control* maupun *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku keuangan (*financial behaviour*) mahasiswa Generasi Z di era *cashless society*. Studi ini harapannya bisa memberi kontribusi teoretis dan empiris bagi literatur terkait kesejahteraan finansial dan psikologis mahasiswa dalam menghadapi tekanan sosial digital yang semakin kuat.

*State of the art* dari studi ini ada pada integrasi tiga variabel utama *lifestyle*, *self-control*, dan *fear of missing out (FoMO)* dalam menjelaskan perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di era *cashless society*. Ketiga variabel ini merepresentasikan aspek psikologis dan sosial digital yang saling berinteraksi dalam membentuk perilaku keuangan individu muda di tengah transformasi ekonomi digital. Berbeda dari sebagian besar penelitian sebelumnya yang hanya menyoroti satu atau dua faktor, penelitian ini menggabungkan ketiganya secara simultan mempergunakan pendekatan *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)*, sehingga memberi gambaran empiris yang lebih komprehensif terkait perilaku finansial generasi muda di Indonesia.

## TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Theory of Planned Behavior (TPB)

Teori Perilaku Terencana (TPB) oleh Ajzen (1991) mendasari penelitian ini. Menurut gagasan ini sikap, kontrol perilaku yang dirasakan, dan standar subjektif memengaruhi perilaku. Tiga faktor memengaruhi niat perilaku, yang menentukan tindakan seseorang (Irawati & Kasemetan, 2023). Dalam konteks penelitian ini, *attitude toward behavior* tercermin melalui gaya hidup (*lifestyle*) mahasiswa dalam mengatur konsumsi; *subjective norms* berhubungan dengan tekanan sosial digital yang memicu fenomena *FoMO*; sedangkan *perceived behavioral control* direpresentasikan oleh tingkat *self-control* individu dalam mengatur pengeluaran dan keputusan finansial. Dengan mengadopsi kerangka TPB, penelitian ini berupaya menjelaskan bagaimana interaksi antara ketiga faktor tersebut membentuk perilaku keuangan mahasiswa di era digital.

### **Hubungan *Lifestyle* Terhadap *Financial Behavior***

Gaya hidup mencakup manajemen waktu, hobi, dan pengeluaran. Gaya hidup adalah bagaimana seseorang menjalani hidup, termasuk hobi, nilai-nilai, dan pandangan mereka tentang diri sendiri dan dunia (Lazuardy, 2023). Gaya hidup menggambarkan kebiasaan konsumsi serta pola perilaku seseorang yang dapat memengaruhi cara mereka dalam mengelola keuangan (Wahyuni, 2024). Pada generasi Z, gaya hidup banyak dipengaruhi oleh tren yang berkembang, iklan digital, serta tekanan dari lingkungan pertemanan. Individu yang lebih berorientasi pada kesenangan cenderung menghabiskan waktu untuk aktivitas sosial. Kotler dan Keller (Keller, 2016) menyatakan bahwa gaya hidup dapat diukur berdasarkan indikator aktivitas (*activity*), ketertarikan atau minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*) yang menggambarkan keseluruhan diri individu saat berinteraksi bersama lingkungan. (Hadi et al., 2022) menerangkan bahwasannya *lifestyle* bisa tampak melalui perilaku individu terkait bagaimanakah hidupnya, bagaimanakah cara mempergunakan uangnya dan bagaimanakah cara memanfaatkan waktu yang dimiliki. Menurut penelitian (Sampoerno & Haryono, 2021) *hedonism lifestyle* berdampak pada variabel *financial behavior* pada generasi milenial di Kota Surabaya. *Hedonism lifestyle* mempengaruhi *financial behavior*. Pengaruh yang dimaksud ialah pengaruh negatif, maknanya makin *hedonistic* seseorang menjadikannya akan semakin buruk pula *financial behavior*. Penelitian oleh (Gupta & Mukherjee, 2024) juga memperlihatkan konsumsi hedonis dapat menggeser perilaku tabungan individu, dengan gaya hidup hedonis cenderung mengarah pada konsumsi jangka pendek daripada akumulasi aset.

H1: *Lifestyle* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

### **Hubungan *Self-Control* Terhadap *Financial Behavior***

*Self-control* ialah kemampuan seseorang guna mengendalikan dorongan atau perilakunya guna mencapai tujuan yang diinginkan. Kemampuan ini menggambarkan proses pertimbangan sebelum mengambil tindakan, di mana individu menilai terlebih dahulu apa yang

dianggap benar dan sesuai dengan situasi yang dihadapi (Rakhman & Pertiwi, 2023). Menurut (Widyaningrum & Susilarini, 2021), indikator dari *self-control* terdiri atas tiga komponen utama, yaitu *cognitive control* (pengendalian kognitif), *decisional control* (pengendalian keputusan), dan *behavior control* (pengendalian perilaku).

Tingkat *self-control* yang tinggi berkecenderungan menghasilkan perilaku keuangan yang lebih baik (Trivani & Soleha, 2023). Hal ini diperkuat penelitian (Siswanti & Halida, 2020) yang menemukan bahwa *self-control* berpengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Sesuai (Strömbäck et al., 2017) didapatinya efek positif *self-control* pada perilaku keuangan secara umum. Penelitian lain oleh (Putri & Andarini, 2022) juga menemukan hasil serupa, yaitu adanya pengaruh *self-control* pada perilaku pengelolaan keuangan pada individu di Surabaya.

H2: *Self-control* berpengaruh positif terhadap *financial behavior*.

### **Hubungan *Fear of Missing Out (FoMO)* Terhadap *Financial Behavior***

*FoMO* digambarkan para peneliti sebagai perasaan cemas atau tidak nyaman yang dirasakan konsumen saat mereka melihat orang lain terlibat dalam pengalaman yang diinginkan namun mereka tidak dapat ikut serta di dalamnya (Xi et al., 2022). Dorongan untuk diakui dan diterima dalam lingkungan sosial juga memperkuat keinginan seseorang guna mengikuti tren ataupun suatu kegiatan supaya tidak merasa tersisih (Nizar, 2024). Indikator *Fear of Missing Out (FoMO)* dari (Przybylski et al., 2013) yaitu ketakutan (*fear*), kekhawatiran (*worry*), dan kecemasan (*anxiety*).

Menurut (Xi et al., 2022), *FoMO* berdampak pada preferensi konsumen dalam memposting produk yang relevan dengan identitas diri mereka di media sosial. (Tandon et al., 2021) ungkap *FoMO* menyebabkan penggunaan media sosial yang berlebihan, yang dapat menyebabkan pembelian impulsif dan tak terduga. Di sisi lain, (Yulianto et al., 2024) menemukan bahwa *FoMO* berkontribusi pada masalah keuangan Generasi Z.

H3: *Fear of Missing Out (FoMO)* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian kausal (eksplanatoris). (Hair et al., 2014) mendefinisikan pendekatan kuantitatif sebagai pengumpulan data numerik dan analisis statistik variabel tertentu pada skala tertentu. Analisis deskriptif dipergunakan sebagai analisis pendukung untuk memberikan gambaran karakteristik responden. Pendekatan deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran secara teratur dan

menyeluruh mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan hasil data yang diperoleh di lapangan. Variabel yang terlibat di studi ini mencakup variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen mencakup *lifestyle* (gaya hidup), *self-control*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)*. Sementara variabel dependennya adalah *financial behavior* (perilaku keuangan). Studi ini bermaksud guna menganalisis pengaruh gaya hidup, pengendalian diri (*self-control*), dan *Fear of Missing Out (FoMO)* terhadap perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z. Gambar 2. memperlihatkan gambaran model penelitian yang dilakukan. Model penelitian menggambarkan hubungan kausal antar variabel independen dan dependen. Model ini dibangun berdasarkan landasan teoritis dan temuan empiris sebelumnya yang menyatakan bahwasannya pola konsumsi dan gaya hidup, kemampuan pengendalian diri, serta tekanan sosial akibat ketakutan ketinggalan tren berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan individu.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* untuk memilih responden berdasarkan kriteria penelitian. Teknik *purposive sampling* dipilih karena penelitian ini memerlukan responden dengan karakteristik tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa yang memiliki pengalaman dan keterlibatan langsung dalam pengelolaan keuangan pribadi. Namun, Teknik *purposive sampling* memiliki implikasi berupa keterbatasan dalam generalisasi hasil penelitian, sehingga temuan ini berlaku pada kelompok responden dengan karakteristik serupa. Survei ini mencakup mahasiswa Generasi Z dari perguruan tinggi di Kota Semarang. Sesuai dengan peraturan (Hair & Alamer, 2022), ukuran sampel minimum adalah 5-10 kali indikator penelitian. Karena survei ini mencakup 13 faktor, dibutuhkan min 130 responden. Kriteria seleksi adalah (1) mahasiswa generasi Z yang berusia minimal 17 tahun, (2) sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yang ada di Kota Semarang, serta (3) pernah mempergunakan *e-wallet* maupun *Qriss* dalam transaksi sehari-hari. Hal ini memastikan bahwa tanggapan relevan dengan penelitian tentang perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z di Kota Semarang.

Penyebaran kuesioner *G-Form* dengan skala Likert dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju) digunakan untuk mengumpulkan data. Alat ini secara statistik dan struktural mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian. Kuesioner online dikirimkan pada November 2025. Untuk menghubungi responden di Kota Semarang secara lebih efektif, WhatsApp dan Instagram digunakan untuk penyebaran. Penelitian ini juga mempertimbangkan prinsip-prinsip etika penelitian. Partisipasi responden bersifat sukarela dan didahului dengan pemberian informasi mengenai tujuan penelitian. Seluruh data yang dikumpulkan dijaga kerahasiaannya, dan data yang diperoleh hanya dipergunakan untuk tujuan penelitian dan kepentingan akademik. Pengumpulan data yang dilakukan secara *online* tersebut berpotensi menimbulkan *self-selection bias*, dimana responden yang berpartisipasi merupakan individu

yang memiliki akses internet dan tingkat keaktifan tertentu di media sosial. Kondisi tersebut dapat memengaruhi keterwakilan responden, sehingga hasil penelitian ini perlu dipahami dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut.

*SEM-PLS* digunakan untuk mengevaluasi data di *SmartPLS* versi 4.1.1. *SEM* dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh beberapa variabel laten yang diukur melalui sejumlah indikator. *SEM* memungkinkan pengujian hubungan antar variabel secara simultan dalam satu model analisis. Selain itu, metode ini sesuai digunakan pada penelitian dengan ukuran sampel yang relatif terbatas serta tidak menuntut asumsi normalitas data yang ketat. Dibandingkan dengan regresi berganda yang hanya menganalisis hubungan antar variabel secara terpisah, *SEM-PLS* memberikan hasil analisis yang lebih komprehensif sesuai dengan tujuan penelitian ini. Teknik analisis *SEM* memiliki dua tahap; penilaian *outer model* juga *inner model*. Tahap pertama penilaian *outer model* yang bertujuan untuk mengevaluasi kualitas pengukuran konstruk, termasuk validitas konvergen dan diskriminan serta *alpha Cronbach* dan reliabilitas komposit. Tahap kedua adalah penilaian *inner model* yang digunakan untuk menilai hubungan atau asosiasi konstruk laten. Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis guna menentukan besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

#### HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 156 responden yang merupakan mahasiswa Generasi Z di Kota Semarang dari berbagai Universitas. Seorang mahasiswa dari universitas di luar Kota Semarang dikeluarkan karena tidak memenuhi kriteria, sehingga tersisa 155 responden. Investigasi menunjukkan bahwa 121 responden yaitu 78,1% adalah perempuan. Responden laki-laki berjumlah 34 (21,9%). Tidak ada responden yang berusia lebih tua dari Generasi Z, yaitu antara 17 hingga 28 tahun, dengan sebagian besar berusia 21-24 tahun sebanyak 145 orang atau 93,5%, dan 17-20 tahun sebanyak 8 orang atau 5,2%, serta sisanya berusia 25–28 tahun sebanyak 2 orang atau 1,3%. Data lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

#### Uji Validitas

Validitas dan reliabilitas dinilai menggunakan analisis *SEM outer model*. Tes validitas konvergen dan diskriminan dilakukan. Tes validitas konvergen menilai kemampuan suatu konstruk untuk menjelaskan asosiasi indikator-item. Nilai *loading factor* yang diharapkan untuk penelitian konfirmatori adalah 0,7 atau lebih tinggi, sedangkan nilai antara 0,6 dan 0,7 sesuai untuk penelitian eksploratif (Hair et al., 2019). Analisis validitas konvergen juga dievaluasi menggunakan *AVE*, yang harus lebih besar dari 0,5.

Gambar 3 mengilustrasikan bahwa semua indikator penelitian adalah valid. Hal ini karena setiap indikator memiliki *loading facctor* lebih besar dari 0,7. Ini menunjukkan bahwa

setiap indikator mengukur konstruk variabel yang diinginkan dengan baik. Pada Tabel 2, nilai *AVE* untuk setiap variabel melebihi kriteria minimum 0,5. Ini menunjukkan bahwa semua indikator memenuhi standar validitas konvergen dan secara konsisten mencerminkan konstruk yang diuji.

Seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3, Kriteria *Fornell-Larker* mensyaratkan variabel pertama harus lebih besar pada setiap konstruk variabel. Tabel 3 menunjukkan bahwa indikator *Fear of Missing Out (FoMO)* mencerminkan konstruk ini lebih kuat daripada gaya hidup atau pengendalian diri. Indikator gaya hidup dan pengendalian diri pun memiliki hubungan yang rendah dengan konstruk lainnya. Termasuk juga *financial behavior* (perilaku keuangan) sebagai variabel dependen memiliki indikator valid secara diskriminan. Sehingga bisa diambil kesimpulan bahwasannya konstruk seluruh variabel sudah memenuhi persyaratan uji validitas diskriminan.

### Uji Reliabilitas

Uji selanjutnya adalah uji reliabilitas, suatu variabel sudah memenuhi syarat uji reliabilitas apabila nilai *Cronbach's Alpha* melampaui 0,6. Selain *Cronbach's Alpha*, *composite reliability* juga komponen guna menguji nilai reliabilitas suatu indikator yang ada di variabel. Bila mempunyai nilai *composite reliability* melebihi 0,7 menjadikan sebuah variabel bisa dianggap memenuhi uji reliabilitas. Tabel 4. memperlihatkan nilai *composite reliability* dan *Cronbach's Alpha* melampaui 0,7 dengan ini, indikator pada tiap variabel konstruk yang digunakan sudah memenuhi asumsi reliabilitas.

### Uji Goodness of Fit

Berdasarkan uji yang memenuhi validitas dan reliabilitas, dilakukan analisis *inner model*. Validasi model struktural secara menyeluruh menggunakan *Goodness of Fit (GoF)*. Indeks *GoF* memvalidasi kinerja model struktural dan pengukuran. Dengan mengalikan nilai  $R^2$  model dengan indeks komunalitas rata-rata (*AVE*) kemudian di akarkan, *GoF* dapat dihitung. Dalam (Hair et al., 2021), nilai *GoF* berkisar dari 0 hingga 1, dengan interpretasi 0,1 (rendah), 0,25 (sedang), dan 0,36 (tinggi).

Tabel 5 menunjukkan indeks komunalitas rata-rata sebesar 0,766. Angka tersebut dikalikan dengan  $R^2$  dan dikuadratkan. Tabel tersebut mengilustrasikan bahwa model dapat menggambarkan data empiris dengan baik karena nilai *GoF* adalah 0,712, yang lebih tinggi dari 0,36.

### R-Square

R-square mengukur persentase variasi nilai endogen yang dijelaskan oleh faktor-faktor eksogen. Model yang baik atau buruk dapat dijelaskan menggunakan ini. Nilai *r-square* variabel laten endogen sebesar 0,75 menunjukkan model yang cukup baik (sangat baik), 0,50 model

sedang, dan 0,25 model lemah (Juliandi, 2018). Nilai *R-square* untuk variabel perilaku keuangan adalah 0,663, menunjukkan bahwa gaya hidup, pengendalian diri, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* menjelaskannya sebesar 66,3% dan faktor lain yang mungkin memengaruhi 33,7% tidak diteliti.

### ***F-Square***

Selain itu, *F-Square* membandingkan efek variabel eksogen terhadap endogen. Nilai  $F^2$  sebesar 0,02 menunjukkan pengaruh yang kecil (lemah), 0,15 menunjukkan pengaruh yang sedang (sedang), dan 0,35 menunjukkan pengaruh yang besar (sangat baik) dari variabel tersebut (Juliandi, 2018).

Tabel 7. menunjukkan variabel *FoMO* memberi pengaruh pada variabel *financial behavior* yakni 0,198 (moderat). Variabel *lifestyle* memberi pengaruh pada variabel *financial behavior* yakni 0,256 (moderat). Dan variabel *self-control* memberi pengaruh pada variabel *financial behavior* yakni 0,169 (moderat).

### **Uji Hipotesis**

Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Uji ini menggunakan metode bootstrapping dengan keputusan guna menerima atau menolak hipotesis berdasarkan nilai signifikansi (*p-value*) dan *T-statistics*. Pada Tabel 8. *Path Coefficients* terlihat bahwa seluruh variabel independen yakni *lifestyle*, *self-control*, dan *Fear of Missing Out (FoMO)* mendapatkan hasil berpengaruh secara signifikan pada variabel perilaku keuangan (*financial behavior*). Ketentuan uji hipotesis yang menjadi dasar penentuan didukung atau berpengaruh secara signifikan bila nilai *probability (p-value)* kurang dari 0,05 dan *t-statistics* melebihi 1,96. Dengan demikian seluruh variabel berpengaruh signifikan pada perilaku keuangan (*financial behavior*).

### **Pembahasan**

#### ***Lifestyle* berpengaruh negatif terhadap *Financial Behavior***

Berdasarkan hasil analisis di studi ini, ditemukan temuan bahwasannya *lifestyle* (gaya hidup) berpengaruh negatif pada perilaku keuangan (*financial behavior*), bernilai *p-value* < 0,05 dan koefisien jalur yakni -0,356. Maknanya, makin tinggi *lifestyle* seseorang justru berkorelasi negatif dengan kualitas perilakunya. Dalam perspektif perilaku konsumen, gaya hidup hedonis mendorong individu untuk mengejar kepuasan instan (*immediate gratification*) daripada mempertimbangkan kebutuhan dan kondisi finansial jangka panjang. Fenomena ini didukung oleh teori *social comparison* yang menyatakan bahwa individu akan berusaha menyesuaikan gaya hidupnya dengan lingkungan sosial atau tren di media sosial, sehingga mereka terdorong melakukan pengeluaran untuk tujuan simbolik seperti pembelian barang bermerek, aktivitas rekreasi yang mahal, atau mengikuti gaya hidup teman sebayanya. Kondisi inilah yang pada

akhirnya menurunkan kualitas pengelolaan keuangan, termasuk perencanaan, pengendalian pengeluaran, dan pengambilan keputusan finansial.

Temuan ini selaras akan studi (Syahwildan et al., 2022) dan (Wahyuni & Setiawati, 2022) yang memperlihatkan bahwasannya gaya hidup konsumtif secara konsisten memberikan dampak negatif terhadap perilaku keuangan, khususnya generasi muda yang lebih rentan akan pengaruh sosial dan tren digital. Kesamaan ini memperkuat bukti empiris bahwasannya *lifestyle* ialah salah satu faktor penentu buruknya perilaku keuangan.

#### ***Self-Control* berpengaruh positif terhadap *Financial Behavior***

Berdasar perolehan uji hipotesis, didapat temuan bahwasannya *self-control* berpengaruh positif pada perilaku keuangan (*financial behavior*), dengan nilai p-value < 0,05 dan koefisien jalur yakni 0,294. Hal ini menegaskan pentingnya pengendalian diri dalam pembentukan perilaku keuangan yang sehat. Berdasarkan teori *self-regulation*, *self-control* merupakan kemampuan psikologis untuk menahan dorongan emosional, menunda kepuasan, dan mengatur perilaku sesuai tujuan jangka panjang. Individu dengan *self-control* yang baik berkecenderungan mampu meminimalisir pembelian impulsif, menilai risiko keuangan secara lebih rasional, serta menyusun perencanaan keuangan yang konsisten. Mereka juga lebih mampu memprioritaskan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta lebih disiplin guna menyisihkan sebagian pendapatan untuk investasi ataupun tabungan. Secara psikologis, *self-control* juga berperan dalam mengurangi kecenderungan perilaku berisiko, seperti penggunaan kredit konsumtif atau pengeluaran berlebihan.

Temuan ini mendukung penelitian (Septyaningtyas & Laely, 2024) yang menerangkan bahwasannya *self-control* berpengaruh positif pada perencanaan keuangan personal mahasiswa, serta temuan (Candy & Vira, 2024) yang menemukan hubungan positif signifikan antara *self-control* dan perilaku keuangan. Konsistensi hasil ini mengindikasikan bahwasannya *self-control* ialah faktor protektif yang sangat penting, yang tidak hanya memperbaiki perilaku keuangan tetapi juga dapat mengurangi dampak negatif gaya hidup dan tekanan sosial yang dihadapi oleh generasi muda.

#### ***Fear of Missing Out (FoMO)* berpengaruh negatif terhadap *Financial Behavior***

Temuan uji hipotesis memperlihatkan bahwasannya *Fear of Missing Out (FoMO)* berpengaruh negatif pada perilaku keuangan (*financial behavior*), bernilai p-value < 0,05 dan koefisien jalur yakni -0,339. Temuan ilmiah ini memperlihatkan bahwasannya *FoMO* ialah salah satu faktor psikologis yang paling kuat guna mendorong perilaku keuangan yang tidak sehat. *FoMO* erat kaitannya dengan kecemasan sosial, kebutuhan akan penerimaan sosial, dan keinginan untuk selalu terlibat dalam aktivitas atau tren yang sedang populer. Media sosial memperkuat dinamika ini melalui tampilan *highlight* kehidupan orang lain yang sering kali tidak

mencerminkan kondisi nyata, tetapi membuat ilusi bahwasannya orang lain mempunyai kehidupan yang lebih baik. Kondisi ini memicu *impulsive consumption*, yaitu perilaku membeli karena tekanan emosional dan keinginan untuk tidak tertinggal dari lingkungan sosial. Individu dengan *FoMO* tinggi cenderung melakukan pengeluaran tanpa perencanaan, mengikuti tren konsumsi, serta berpartisipasi dalam kegiatan yang melampaui kemampuan finansialnya.

Temuan ini konsisten dengan penelitian (Hemayanti & Nurabiah, 2025), (Agustini et al., 2023), (Yulianto et al., 2024), dan (Mukti et al., 2024) yang menerangkan bahwasannya *FoMO* berdampak negatif pada kesehatan keuangan generasi Z. Adanya kesesuaian ini menguatkan bukti bahwasannya *FoMO* ialah fenomena psikologis yang signifikan pada konteks perilaku keuangan modern, terutama pada generasi muda yang begitu terhubung akan teknologi digital dan mempunyai tingkat eksposur tinggi akan konten sosial berbasis perbandingan.

### KESIMPULAN

Berdasar perolehan analisis yang telah dilakukan, studi ini memperlihatkan bahwasannya variabel *lifestyle* dan *FoMO* mempunyai pengaruh negatif pada *financial behavior* mahasiswa Gen Z, sementara *self-control* terbukti berdampak positif pada *financial behavior*. Temuan ini mengindikasikan bahwasannya makin konsumtif gaya hidup seseorang dan semakin tinggi tingkat kecemasan sosial akibat ketertinggalan informasi atau tren (*Fear of Missing Out*), menjadikan kualitas perilaku keuangan yang diperlihatkan makin rendah. Sebaliknya, mahasiswa yang mempunyai tingkat pengendalian diri yang kuat berkecenderungan mampu mengelola keuangan secara lebih bijak, terstruktur, dan bertanggung jawab dalam menghadapi berbagai godaan konsumsi di era digital.

Pengaruh negatif gaya hidup terhadap *financial behavior* memperlihatkan pola konsumsi berlebihan yang berorientasi pada tren, penampilan, dan kesenangan sesaat telah menjadi faktor penting yang melemahkan kemampuan mahasiswa dalam mengatur keuangannya. Fenomena ini diperkuat oleh mudahnya akses belanja *online*, *e-wallet*, dan sistem *pay later* yang mendorong perilaku konsumtif. Sementara itu, pengaruh negatif *FoMO* menegaskan bahwa tekanan sosial untuk mengikuti gaya hidup teman sebaya, tren media sosial, serta keinginan untuk selalu terlihat *update* membuat sebagian mahasiswa tidak mampu menahan diri dalam melakukan pengeluaran. Kedua faktor ini memperlihatkan perilaku keuangan generasi muda saat ini lebih rentan dipengaruhi faktor eksternal berbasis gaya hidup dan tekanan sosial digital. Namun, variabel *self-control* yang berpengaruh positif membuktikan bahwa kemampuan individu dalam mengatur emosi, mengendalikan impuls, serta membuat keputusan rasional mampu menjadi penyeimbang penting dalam menjaga perilaku keuangan tetap sehat.

Dari sisi praktis, temuan studi ini memberi beberapa implikasi yang penting. Perguruan tinggi dan lembaga pendidikan perlu memperkuat edukasi literasi keuangan yang tidak hanya berfokus pada konsep dasar keuangan, tetapi juga menekankan aspek psikologis yang memengaruhi perilaku mahasiswa, seperti pengendalian diri dan manajemen impuls. Program pendampingan keuangan, seminar literasi digital, serta kampanye anti-*FoMO* dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap risiko perilaku konsumtif. Pemerintah dan lembaga keuangan juga perlu mengembangkan program edukasi keuangan yang lebih relevan bagi generasi muda, terutama yang berkaitan dengan penggunaan *e-wallet*, *pay later*, dan transaksi digital lainnya. Di tingkat individu, mahasiswa perlu meningkatkan kapasitas pengendalian diri, membentuk prioritas keuangan yang lebih rasional, serta mengurangi ekspos terhadap konten media sosial yang memicu perilaku konsumtif.

Studi ini mempunyai sejumlah keterbatasan. Pertama, variabel psikologis yang dipergunakan masih terbatas pada *self-control* dan *FoMO*, sehingga penelitian selanjutnya disarankan guna menambah variabel lain misalnya *financial literacy*, *financial attitude*, atau pengaruh *peer group* selaku faktor tambahan. Kedua, responden penelitian yang hanya berfokus pada mahasiswa Gen Z di wilayah tertentu bisa membatasi generalisasi hasil ke populasi yang lebih luas. Ketiga, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* belum mampu menggambarkan perubahan perilaku keuangan secara jangka panjang. Oleh sebabnya, studi berikutnya direkomendasikan guna memperluas cakupan responden serta menambah variabel lain yang diduga mempengaruhi *financial behavior* yang belum dimasukkan ke studi ini misalnya *financial self-efficacy*, *locus of control*, ataupun *financial knowledge*.

Secara garis besar, temuan studi ini menegaskan bahwasannya *financial behavior* mahasiswa Gen Z sangat dipengaruhi oleh dinamika psikologis dan gaya hidup digital yang berkembang cepat. Untuk menciptakan generasi yang lebih cerdas secara finansial, pendekatan edukasi perlu mempertimbangkan aspek perilaku dan psikologi, tidak hanya aspek ekonomi. Upaya kolektif antara individu, lingkungan pendidikan, dan sistem ekonomi digital sangat diperlukan untuk mengarahkan generasi muda menuju perilaku keuangan yang lebih sehat, rasional, dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, A. P., Oktapiani, R., Septrianingsih, H., & Zuhri, N. (2023). From financial literacy to FoMO: Menggali keterkaitan literasi keuangan, social media influencer, dan fear of missing out dalam minat berinvestasi di pasar modal. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(4), 145–156. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4305>
- Ali, H., Lilik, P., Nugroho, H., Halim, T., Firdaus, K., & Huda, N. (2020). *Indonesia Gen Z And Millennial Report 2020: The Battle Of Our Generation*. In PT Alvara Strategi Indonesia.
- Alruthaya, A., Nguyen, T.-T., & Lokuge, S. (2021). The Application of Digital Technology and the Learning Characteristics of Generation Z in Higher Education. *ACIS 2021* -

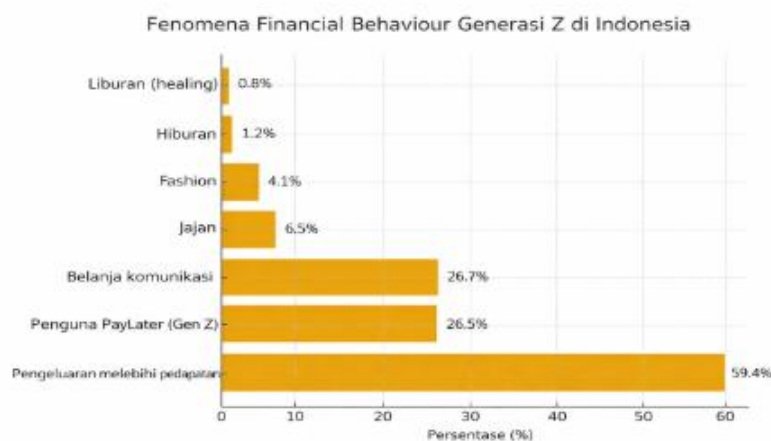
- Australasian Conference on Information Systems, Proceedings*, 1–7. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2111.05991>
- Amelia, C., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Jurnal Economina*, 2(10), 2842–2859. <https://doi.org/https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.908>
- Apolo Michelle, M. K. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP. 3(6), 3847–3858. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6424>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup pada Perilaku Keuangan pada Generasi Milenial. 1(2), 92–101. Retrieved from <https://ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/422>
- Bai, Z., Xu, M., & Hu, J. (2025). Swipe, spend and splurge: exploring how mobile pay affects consumer overspending amid economic downturn and gender difference. *International Journal of Bank Marketing*, 43(8), 1684–1704. <https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2024-0519>
- Candy, & Vira. (2024). Financial Behavior as Key Factors Affecting Indonesian Gen-Z Entrepreneurial Intention. *International Journal Of Applied Business Research*, 6(2), 152–172. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v6i02.363>
- Chang, T.-Z. (Donald), Kong, W. H., & Bahl, A. (2023). Personal values and travel social media use among Generation Z Available to Purchase. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(1), 49–65. <https://doi.org/10.1108/CBTH-11-2021-0263>
- Dangmei, J. (2016). *Understanding The Generation Z: The Future Workforce*. 3(3), 1–6. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/305280948\\_UNDERSTANDING\\_THE\\_GENERATION\\_Z\\_THE\\_FUTURE\\_WORKFORCE](https://www.researchgate.net/publication/305280948_UNDERSTANDING_THE_GENERATION_Z_THE_FUTURE_WORKFORCE)
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2013). The Financial Management Behavior Scale: Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/256019544\\_The\\_Financial\\_Management\\_Behavior\\_Scale\\_Development\\_and\\_Validation](https://www.researchgate.net/publication/256019544_The_Financial_Management_Behavior_Scale_Development_and_Validation)
- Dian Ayu Nabila, Umi Masitoh, V. A. (2023). Dampak Media Sosial akan Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Tulungagung. 13(1), 9–16. <https://doi.org/10.38156/gjkmp.v13i1.137>
- Fungky, T., Sari, T. P., & Sanjaya, V. F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi. 01(01), 1–15. Retrieved from <https://ejournal.tamanlitera.id/index.php/ierj/article/view/21>
- Goel, P., & Rana, N. P. (2025). *I won 't touch money because it is dirty : examining customer 's loyalty toward M-payment*. <https://doi.org/10.1108/IJBM-06-2021-0272>
- Gupta, A. S., & Mukherjee, J. (2024). Exploring personal savings versus hedonic consumption in the new normal. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 52(1), 107–124. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-07-2023-0422>
- Habib, S., & Almamy, A. (2025). Impact of FOMO on social media engagement and impulse buying of lifestyle products: mediation analysis. *Journal of Innovative Digital Transformation*, 2(2), 176–195. <https://doi.org/10.1108/jidt-01-2025-0004>
- Hadi, Y. A., Tambunan, D. B., & Sumaji, Y. M. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Produk Kayu Tree-X. *Performa*, 7(2), 216–226. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i2.2016>
- Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM) in Second Language and Education Research: Guidelines Using an Applied Example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least (PLS-SEM) Using R Equation Modeling Squares Structural : A Workbook*. Springer.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM Available to Purchase. *European Business Review*, 31(1), 2–24. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Hair, Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. Pearson New International Edition. Retrieved from chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate Data Analysis.pdf
- Hemayanti, N., & Nurabiah. (2025). The Influence of Financial Literacy, Financial Technology and Fear of Missing Out on the Financial Behavior of Generation Z. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research (EAJMR)*, 4(1), 301–318. <https://doi.org/https://doi.org/10.55927/eajmr.v4i1.13276>
- Hussain, S., Raza, A., & Haider, A. (2023). Fear of missing out and compulsive buying behavior: The moderating role of mindfulness. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103512>
- Irawati, R., & Kasemetan, S. L. E. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Jurnal EMA*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.312>
- Ivantchev, B., & Ivantcheva, M. (2024). FOMO effect: social media and online traders. *Journal of Management and Financial Sciences*, XVI(48). <https://doi.org/10.33119/jmfs.2023.48.4>
- Juliandi, A. (2018). *Structural equatuion model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.1243777>
- Julito, K. A., & Rafi, M. (2023). Pengaruh Judi Online dan Lifestyle Terhadap perilaku keuangan. 8(2), 34–45. <https://doi.org/https://doi.org/10.52447/jam.v8i2.7351>
- Kadarningsih, A. N. A., Oktavia, V., Falah, T. R. F., & Sari, Y. S. (2021). *Profitability As Determining Factor to Anticipate Company Bankruptcy*. 39(November). <https://doi.org/10.25115/eea.v39i12.6171>
- Katadata, I. C. (2021). *Perilaku Keuangan Generasi Z & Y*.
- Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kholkina, V., Chesnokova, E., & Zalenskaya, E. (2025). Virtual or human? The impact of the influencer type on Gen Z consumer outcomes. *Journal of Product & Brand Management*, 34(1), 104–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JPBM-12-2023-4885>
- Lazuardy, I. T. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Life Style, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(2), 31. <https://doi.org/10.35917/cb.v4i2.452>
- Liu, H., Meng-Lewis, Y., & Liu, W. (2024). Excessive information on social media and Generation Z's long-term COVID-19 vaccine advocacy: a post-pandemic perspective. In *Information Technology and People*. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2023-0622>
- McKinsey. (2024). What is Gen Z? Retrieved October 31, 2025, from McKinsey & Company website: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>
- Mukti, A. H., Sastrodiharjo, I., & Hariyanto, O. I. . (2024). Financial Literacy, Financial Management, Social Legitimacy and Being FOMO on Impulsive Buying: Evidence on Leisure Activity Coldplay Concert Euphoria on Indonesian Gen Z Generation. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 7(1), 639–660. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i1.843>
- Muntahanah, S., Cahyo, H., Setiawan, H., & Rahmah, S. (2021). *Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan di Masa Pandemi*. 21(3), 1245–1248. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v21i3.1647>
- Nizar, M. (2024). *The Impact Of Availability Bias And Representative Bias On Investment Decisions And Performance: The Role Of Fomo As An Intervening Variable*. 12(1), 71–89. <https://doi.org/10.31846/jae.v12i1.730>
- Nuraini, Y., Indriasari, I., & Meiriyanti, R. (2023). No TitlePengaruh Gaya Hidup, Locus Of Control, Dan Pendapatan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(4). <https://doi.org/https://doi.org/10.54259/manabis.v2i4.2319>

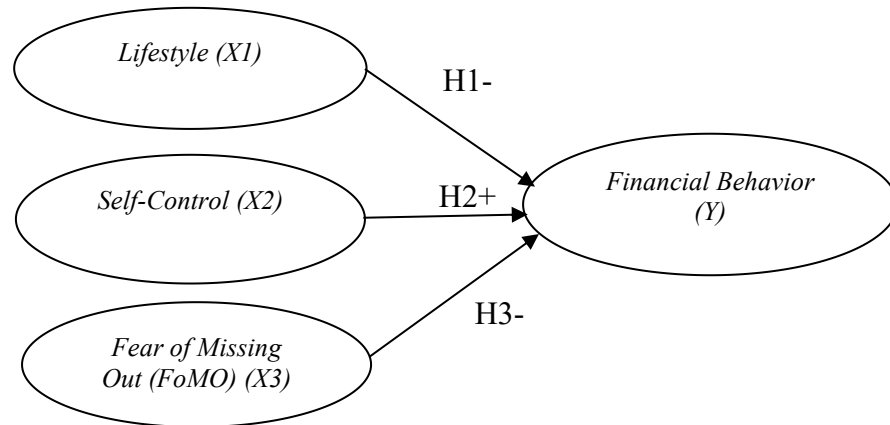
- Prawitasari, D., Kadarningsih, A., & Ahmad, M. (2025). Financial Behavior of Gen Z Students: Digital Lifestyle, FoMo, and Financial Literacy. *Solusi*, 23(3), 475–487. <https://doi.org/10.26623/slsi.v23i3.12359>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control Dan Financial Attitude Terhadap Financial Management Behavior Pengguna Layanan Buy Now Pay Later. 21(1), 60–74. <https://doi.org/10.19184/jeam.v21i1.30594>
- Qian, R., & Palvia, P. (2022). AIS Electronic Library ( AISel ) The Impact of Mobile Payment on Consumer Behavior : A Unified Model The Impact of Mobile Payment on Consumer Behavior : A Unified Model.
- Rakhman, Y. A., & Pertiwi, T. K. (2023). Literasi Keuangan, Penggunaan E-Money, Kontrol Diri, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. 5(1), 31–41. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.6701>
- Sampoerno, A. E., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior pada Generasi Milenial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1002–1014. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p1002-1014>
- Septyaningtyas, D. R., & Laely, N. (2024). The Effect of Lifestyle, FoMO, and Self Control On Personal Financial Planning. 2, 821–824. <https://doi.org/10.29407/drdd9289>
- Sholeh, A. (2017). The Relationship among Hedonistic Lifestyle, Life Satisfaction, and Happiness on College Students. *International Journal of Social Science and Humanity*, 7(9), 604–607. <https://doi.org/10.18178/ijssh.2017.7.9.892> Authors:
- Siswanti, I., & Halida, A. M. (2020). Financial Knowledge, Financial Attitude, and Financial Management Behavior: Self-Control as Mediating. 28(01), 105–132. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.ijabs.2020.28.1.5>
- Strömbäck, C., Lind, T., Skagerlund, K., Västfjäll, D., & Tinghög, G. (2017). Does self-control predict financial behavior and financial well-being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 30–38. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2017.04.002>
- Sulhan, M., & Putri, E. (2023). The Effect of Love of Money, FOMO & Self-Control on Generation Z Personal Financial Planning With Financial Literacy As A Moderating Variable. *International Conference of Islamic Economics & Business*, (2019), 723–730. Retrieved from <http://conferences.uin-malang.ac.id/index.php/iconies/article/view/2181>
- SunLife. (2025). Financial Resilience Index Reveals Gen Z as the Most Vulnerable Generation Amid Inflation Pressures and a Growing Focus on Short-Term Financial Planning. Retrieved November 4, 2025, from Sun Life Indonesia website: <https://www.sunlife.co.id/en/about-us/newsroom/press-releases/2025/sun-life-indonesia-financial-resilience-index-reveals-gen-z/>
- Syahwildan, M., Prasetyo, G. A., & Damayanti, T. (2022). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Manajemen Keuangan. 01(01), 29–38.
- Tan, X., & Meng, K. (2025). Financial education and budgeting behavior among college students : extending the theory of planned behavior. (November). <https://doi.org/10.1108/IJBM-05-2024-0285>
- Tandon, A., Dhir, A., Almugren, I., AlNemer, G. N., & Mäntymäki, M. (2021). Fear of missing out (FoMO) among social media users: a systematic literature review, synthesis and framework for future research. *Internet Research*, 31(3), 782–821. <https://doi.org/10.1108/INTR-11-2019-0455>
- Trivani, G., & Soleha, E. (2023). The Effect of Financial Literacy, Income and Self Control on Financial Behavior Generation Z (Study on Generation Z Financial Behavior in Bekasi Regency). *Economic Education Analysis Journal*, 12(1), 69–79. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v12i1.67452>
- Wahyuni, H. (2024). The Influence of Financial Literacy, Income, and Lifestyle on Personal

- Financial Management with Self Control as a Moderating Variable. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 12(1), 14–20. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v12i1.11692>
- Wahyuni, U. S., & Setiawati, R. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Provinsi Jambi. 10(4), 164–175.
- Widiantari, R., & Dewi, S. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FoMO terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha). *Vokasi : Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 82–92. <https://doi.org/10.23887/vjra.v13i1.75485>
- Widyaningrum, R., & Susilarini, T. (2021). Hubungan Antara Kontrol Diri dan Efikasi Diri Dengan Prokrastinasi Akademik Pada Siswa Kelas XI SMAIT Raflesia Depok. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 5(2), 36. Retrieved from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/953>.
- Worldbank. (2022). COVID-19 Drives Global Surge in use of Digital Payments. Retrieved October 31, 2025, from World Bank website: <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2022/06/29/covid-19-drives-global-surge-in-use-of-digital-payments>
- Xi, Y., Huo, J., Zhao, X., Jiang, Y., & Yang, Q. (2022). The effects of fear of missing out on social media posting preferences. *European Journal of Marketing*, 56(12), 3453–3484. <https://doi.org/10.1108/EJM-10-2021-0814>
- Yonatan, A. Z. (2024). Survei GoodStats: Bagaimana Kesadaran Finansial Warga Indonesia 2024? Retrieved November 4, 2025, from GoodStatS website: <https://goodstats.id/article/survei-goodstats-kesadaran-pengelolaan-keuangan-di-indonesia-masih-rendah-kRNo1>
- Yulianto, M. D., Anggraeni, M. D., Alviasari, A., Adi, M., Maya, M., Amelia, R., ... Rozak, A. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) di Media Sosial terhadap Kesehatan Keuangan Generasi Z. 2(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jubikin.v1i2.99>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

### GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL



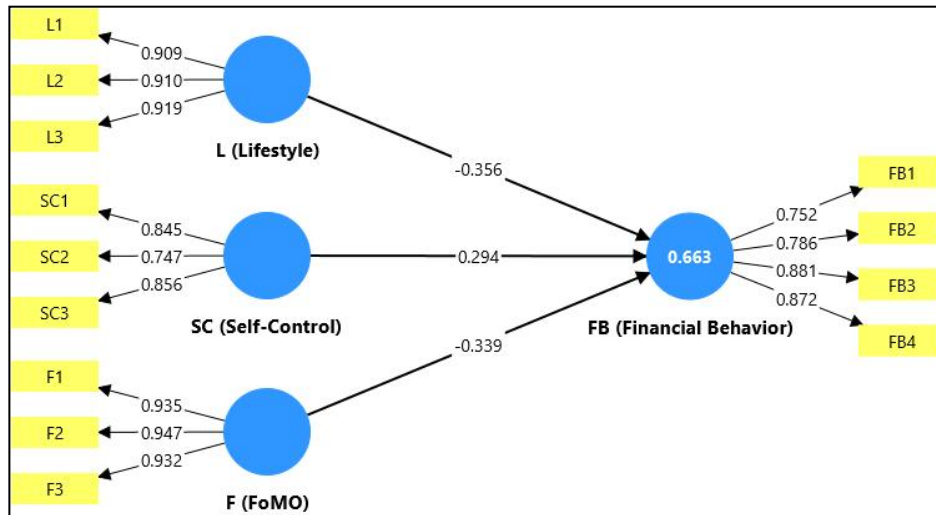
Gambar 1. *Financial Behavior* Generasi Z (Data: Katadata Insight Center, 2021)



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

Tabel 1. Data Responden

Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
<b>Jenis Kelamin</b>		
Perempuan	121	78,1%
Laki-Laki	34	21,9%
Total	155	100%
<b>Usia</b>		
17 - 20 Tahun	8	5,2%
21 - 24 Tahun	145	93,5%
25 - 28 Tahun	2	1,3%
Total	155	100%
<b>Universitas</b>		
Universitas Dian Nuswantoro	70	45,2%
Universitas Negeri Semarang	17	11,0%
Unisbank	3	1,9%
UIN Walisongo	10	6,5%
Universitas Ngudi Waluyo	3	1,9%
Binus University	1	0,6%
Universitas Pandanaran	1	0,6%
Universitas Semarang	8	5,2%
Universitas 17 Agustus 1945	1	0,6%
Universitas PGRI	4	2,6%
Universitas Diponegoro	28	18,1%
Politeknik Negeri Semarang (POLINES)	4	2,6%
Universitas Muhammadiyah Semarang	1	0,6%
Universitas Islam Sultan Agung (Unissula)	1	0,6%
Universitas Terbuka	1	0,6%
Poltekkes Kemenkes Semarang	2	1,3%
Total	155	100%



Gambar 3. Model Penelitian

Tabel 2. Nilai Average Variance Extracted (AVE)

	Average variance extracted (AVE)
F (FoMO)	0.880
FB (Financial Behavior)	0.680
L (Lifestyle)	0.833
SC (Self-Control)	0.668

Tabel 3. Nilai Fornell-Larcker

	F (FoMO)	L (Lifestyle)	SC (Self-Control)	FB (Financial Behavior)
F (FoMO)	0.938			
L (Lifestyle)	0.540	0.913		
SC (Self-Control)	-0.561	-0.443	0.817	
FB (Financial Behavior)	-0.696	-0.670	0.642	0.825

Tabel 4. Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha

	Cronbach's alpha	Composite reliability
F (FoMO)	0.932	0.934
FB (Financial Behavior)	0.842	0.857
L (Lifestyle)	0.900	0.910
SC (Self-Control)	0.756	0.788

Tabel 5. Nilai Goodness of Fit

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)	R-square
F (FoMO)	0.880	0.663
FB (Financial Behavior)	0.680	
L (Lifestyle)	0.833	
SC (Self-Control)	0.668	
Rata-Rata	0,766	0.663
GoF		0,712

Tabel 6. Nilai *R-square*

	<i>R-square</i>
<i>FB (Financial Behavior)</i>	0.663

Tabel 7. Nilai *F-square*

	<i>FB (Financial Behavior)</i>
<i>F (FoMO)</i>	0.198
<i>L (Lifestyle)</i>	0.256
<i>SC (Self-Control)</i>	0.169

Tabel 8. *Path Coefficients*

	<i>Original sample</i>	<i>T statistics</i>	<i>P values</i>
<i>F (FoMO) -&gt; FB (Financial Behavior)</i>	-0.339	5.047	0.000
<i>L (Lifestyle) -&gt; FB (Financial Behavior)</i>	-0.356	6.515	0.000
<i>SC (Self-Control) -&gt; FB (Financial Behavior)</i>	0.294	4.869	0.000