

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM DAN ANALISIS DATA

#### A. Gambaran Umum

Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir antara tahun 1997-2012 dan kini berusia 12-27 tahun. Generasi Z tumbuh di era kemajuan teknologi dan internet, sehingga memiliki keakraban yang tinggi dengan perangkat digital serta kemampuan untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat. Generasi Z dikenal memiliki pengetahuan luas, motivasi belajar yang tinggi, serta keterbukaan terhadap perkembangan, namun juga cenderung memiliki sifat individualistik, bergantung pada teknologi, memiliki emosi yang kurang terkontrol, pemikiran jangka pendek, dan kebiasaan belanja impulsif yang semakin didukung oleh kemudahan teknologi (Rinjani & Arnita, 2023).

Menurut Badan Pusat Statistik (2020), jumlah Generasi Z di Indonesia tercatat sekitar 74,93 juta jiwa yang menjadikan Generasi Z sebagai kelompok generasi yang mendominasi struktur demografi masyarakat Indonesia. Generasi Z terdiri dari penduduk usia belum produktif dan produktif, di mana dalam tiga tahun mendatang seluruh Generasi Z akan memasuki kelompok usia produktif. Hal ini memberikan peluang yang signifikan bagi Indonesia, mengingat Generasi Z memiliki potensi untuk menjadi pendorong utama dalam pembangunan ekonomi nasional. Namun, potensi ini hanya dapat dimanfaatkan secara optimal jika

Generasi Z dilengkapi dengan kemampuan *financial literacy* yang memadai serta keterampilan untuk menggunakan *financial technology* secara bijaksana.

Keberadaan *financial technology* telah mengubah cara Generasi Z dalam mengelola keuangannya mulai dari transaksi sehari-hari hingga pengambilan keputusan keuangan jangka panjang. Di sisi lain, *hedonism lifestyle* sering berkaitan dengan Generasi Z dan menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku keuangan. *Hedonism lifestyle* memiliki ciri khas cenderung untuk memprioritaskan kesenangan dan kepuasan pribadi, yang memberikan dampak signifikan terhadap pengelolaan keuangan, baik secara positif maupun negatif.

Pemahaman ini penting dan tidak hanya sebagai memberikan wawasan akademik, tetapi juga untuk menyusun rekomendasi praktis yang dapat membantu Generasi Z mempersiapkan diri menghadapi tantangan ekonomi di masa depan. Dengan mengoptimalkan pengelolaan keuangan yang sehat dan bijaksana, Generasi Z diharapkan dapat menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia.

Responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berusia minimal 17 tahun dan menggunakan minimal satu kali aplikasi *fintech* untuk mengelola keuangannya. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui kuisioner yang berbentuk *google form* dan disebarluaskan secara online melalui berbagai *platform* media sosial. Jumlah responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sejumlah 150 responden.

## B. Analisis Data

### 1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mendeskripsikan identitas dari responden yang terlibat dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, karakteristik responden berfungsi untuk menggambarkan profil demografis Generasi Z yang berpartisipasi. Informasi ini memberikan gambaran mengenai atribut-atribut demografi yang relevan, seperti usia, jenis kelamin, tingkat Pendidikan, lokasi tempat tinggal, dan atribut lain yang dapat mempengaruhi penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah diolah, karakteristik responden Generasi Z ditampilkan secara terperinci pada Tabel 4.1 berikut:

**Tabel 4. 1** Karakteristik Responden

	Kriteria	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki -Laki	28	25,45%
	Perempuan	82	74,55%
Usia	1997 (27 Tahun)	7	6,36%
	1998 (26 Tahun)	4	3,64%
	1999 (25 Tahun)	3	2,73%
	2000 (24 Tahun)	6	5,45%
	2001 (23 Tahun)	6	5,45%
	2002 (22 Tahun)	36	32,73%
	2003 (21 Tahun)	39	35,45%
Asal Daerah	2004 (20 Tahun)	7	6,36%
	2005 (19 Tahun)	2	1,82%
	Yogyakarta	38	34,55%
	Jawa Tengah	22	20%
	Bengkulu	1	0,91%
	Jawa Timur	25	22,73%
	Jawa Barat	10	9,09%
	Riau	4	3,64%
Sumatra Barat	2	1,82%	
	Jakarta	4	3,64%
	Jambi	1	0,91%

	Medan	1	0,91%
	Banten	1	0,91%
	Bali	1	0,91%
	SMA/SMK Sederajat	76	69,09%
Pendidikan Terakhir	D3	5	4,55%
	D4	1	0,91%
	S1	28	25,45%
	Gaji	32	29,09%
	Orang Tua	53	48,18%
Jenis Pemasukan	Hasil Usaha	12	10,91%
	Beasiswa	11	10%
	Orang Tua & Gaji	2	1,82%
Pemasukan Perbulan	< Rp 1.000.000	27	24,55%
	Rp 1.000.000 sd Rp 2.000.000	39	35,45%
	Rp 2.000.000 sd Rp 3.000.000	25	22,73%
	>Rp 3.000.000	19	22,73%
Pengeluaran Perbulan	< Rp 1.000.000	51	46,35%
	Rp 1.000.000 sd Rp 2.000.000	47	42,73%
	Rp 2.000.000 sd Rp 3.000.000	8	7,27%
	>Rp 3.000.000	4	3,64%
Status Pekerjaan	Mahasiswa/Pelajar	66	60%
	Penuh Waktu	25	22,73%
	Part Time	10	9,09%
	Usaha	8	7,27%
	Pengangguran	1	0,91%
Status Pernikahan	Menikah	7	6,36%
	Single	103	93,64%
Jumlah anak/tanggungan	Tidak memiliki tanggungan	103	93,64%
	1 Tanggungan	5	4,55%
	2 Tanggungan	2	1,82%
	Dana	76	69,09%
	Mobile Banking	88	80%
	Seabank	33	30%
Aplikasi Fintech yang digunakan	Bibit	15	13,64%
	Flip	11	10%
	Ajaib	14	12,73%
	Jenius	12	10,91%
	Sribuu	2	1,82%
	Lainnya	3	2,73%

Sumber : Olah data SPSS Tahun 2024

Berdasarkan data pada Tabel 4.1 dijelaskan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan dengan usia mayoritas 21 tahun. Asal daerah mayoritas berada di daerah Yogyakarta. Pendidikan terakhir mayoritas pada jenjang SMA/SMK Sederajat. Jenis pemasukan mayoritas berasal dari orang tua. Pemasukan perbulan mayoritas sebesar Rp 1.000.000 sampai dengan Rp 2.000.000. Pengeluaran perbulan mayoritas sebesar kurang dari Rp 1.000.000. Status pekerjaan mayoritas adalah sebagai mahasiswa/pelajar. Status pernikahan mayoritas adalah masih single. Jumlah anak/tanggungan mayoritas adalah tidak memiliki tanggungan. Aplikasi *fintech* yang digunakan mayoritas responden adalah *mobile banking*.

## 2. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji validitas *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan jumlah responden sebanyak 110 orang, melalui tiga tahapan yaitu *Kaiser-Meyer-Oklin Measure Sampling Adequacy*, *Anti Image*, dan *Factor Loading*.

Berikut adalah kriteria uji validitas *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) :

1. Nilai *Kaiser-Meyer-Oklin Measure Sampling Adequacy* (KMO MSA) harus  $> 0.50$  untuk dapat melakukan analisis faktor. *Kaiser-Meyer-Oklin Measure Sampling Adequacy* (KMO MSA) adalah alat yang

digunakan untuk menilai sejauh mana tingkat interkorelasi antar variabel cukup memadai untuk dilakukan analisis faktor.

2. Nilai *anti image*  $> 0.50$  maka asumsi *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) telah terpenuhi. *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) adalah pengujian yang digunakan untuk menilai apakah sampling dari setiap variabel sudah memadai.
3. Nilai *factor loading* variabel  $> 0.05$  dan disertai dengan nilai *factor loading* terkelompok dalam satu komponen atau faktor maka dinyatakan valid. Nilai *factor loading* merupakan nilai yang menggambarkan hubungan korelasi antara suatu item pertanyaan dengan nilai indikator yang digunakan untuk mengukur konstruk tersebut.

**Tabel 4. 2** Hasil Uji Validitas

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.762
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	8605.745
	df	3240
	Sig.	<.001

Sumber : Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji KMO dapat diketahui bahwa nilai KMO  $> 0,50$  yaitu dengan nilai  $0,762 > 0,50$ . Hal ini menunjukkan bahwa data memenuhi syarat untuk dilakukan analisis faktor. Selain itu, uji *Bartlett's Test* menghasilkan nilai *chi-square* sebesar 8908,411 dengan tingkat

signifikansi 0,000 yang menunjukkan bahwa analisis faktor dapat dilanjutkan. Oleh karena itu, seluruh variabel dinyatakan memenuhi kriteria untuk dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 4. 3** Hasil Uji MSA

No	Variabel	<i>Anti Image</i>
1.	X1.1	0,669
2.	X1.2	0,621
3.	X1.3	0,641
4.	X1.4	0,772
5.	X1.5	0,811
6.	X1.6	0,775
7.	X1.7	0,591
8.	X1.8	0,651
9.	X1.9	0,781
10.	X1.10	0,907
11.	X1.11	0,825
12.	X1.12	0,729
13.	X1.13	0,797
14.	X1.14	0,614
15.	X1.15	0,690
16.	X1.16	0,720
17.	X1.17	0,828
18.	X1.18	0,624
19.	X1.19	0,723
20.	X2.1	0,800
21.	X2.2	0,695
22.	X2.3	0,789
23.	X2.4	0,709
24.	X2.5	0,680
25.	X2.6	0,625
26.	X2.7	0,736
27.	X2.8	0,719
28.	X2.9	0,675
29.	X2.10	0,698
30.	X2.11	0,729
31.	X2.12	0,577
32.	X2.13	0,791
33.	X2.14	0,797

34.	X2.15	0,815
35.	X2.16	0,753
36.	X2.17	0,738
37.	X2.18	0,755
38.	X2.19	0,745
39.	X3.1	0,749
40.	X3.2	0,799
41.	X3.3	0,833
42.	X3.4	0,769
43.	X3.5	0,774
44.	X3.6	0,766
45.	X3.7	0,790
46.	X3.8	0,825
47.	X3.9	0,753
48.	X3.10	0,834
49.	X3.11	0,828
50.	X3.12	0,809
51.	X3.13	0,739
52.	X3.14	0,825
53.	X3.15	0,831
54.	X3.16	0,735
55.	X3.17	0,812
56.	X3.18	0,786
57.	X3.19	0,831
58.	X3.20	0,821
59.	X3.21	0,720
60.	X3.22	0,827
61.	X3.23	0,788
62.	X3.24	0,762
63.	X3.25	0,874
64.	X3.26	0,751
65.	Y1	0,716
66.	Y2	0,826
67.	Y3	0,734
68.	Y4	0,812
69.	Y5	0,713
70.	Y6	0,731
71.	Y7	0,740
72.	Y8	0,735
73.	Y9	0,763
74.	Y10	0,757

75.	Y11	0,871
76.	Y12	0,790
77.	Y13	0,837
78.	Y14	0,739
79.	Y15	0,790
80.	Y16	0,841
81.	Y17	0,876

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa nilai *anti image* lebih besar dari 0,50. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kriteria nilai *anti image* telah terpenuhi dan dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya.

**Tabel 4. 4** Rotated Component Matrix

<b>Rotated Component Matrix<sup>a</sup></b>				
	Component			
	X3	Y	X2	X1
X1.1	-.010	.113	.304	.588
X1.2	-.010	.005	.430	.542
X1.3	-.059	.147	.278	.541
X1.4	.053	.120	.380	.505
X1.5	.099	.155	.224	.581
X1.6	.022	.081	.351	.506
X1.7	.026	.166	.340	.536
X1.8	.224	.169	.176	.534
X1.9	.140	.253	.243	.581
X1.10	.201	.248	.183	.605
X1.11	.284	.156	.159	.555
X1.12	.232	.448	-.015	.590
X1.13	-.001	.210	.102	.724
X1.14	.201	.234	.115	.600
X1.15	.155	.076	.394	.592
X1.16	.142	.259	.213	.570
X1.17	.151	.208	.376	.593
X1.18	.185	.201	.160	.576

X1.19	.098	.022	.259	.565
X2.1	.028	.166	.698	.098
X2.2	.091	.372	.550	.209
X2.3	-.033	.365	.606	.116
X2.4	.066	.260	.627	.192
X2.5	.022	.204	.619	.266
X2.6	-.051	.227	.602	.266
X2.7	-.041	.177	.606	.242
X2.8	.075	.110	.616	.330
X2.9	.080	.090	.604	.380
X2.10	.076	.005	.565	.467
X2.11	.129	.139	.556	.408
X2.12	.131	.115	.659	.183
X2.13	.092	.238	.562	.227
X2.14	.242	.215	.513	.378
X2.15	.243	.224	.631	.152
X2.16	.162	.084	.686	.143
X2.17	.209	.163	.603	.273
X2.18	.193	.218	.575	.254
X2.19	.137	.314	.593	.150
X3.1	.735	.137	.109	.041
X3.2	.762	.095	.138	-.014
X3.3	.745	.260	.058	.158
X3.4	.766	.064	.020	.036
X3.5	.737	.150	.075	-.032
X3.6	.729	.022	.120	.101
X3.7	.752	.013	.111	.044
X3.8	.730	.047	.216	.077
X3.9	.769	.050	.067	.203
X3.10	.819	.053	-.014	.099
X3.11	.789	.143	-.023	.130
X3.12	.807	.100	.017	.093
X3.13	.770	.115	.070	.234
X3.14	.743	.275	.041	.132
X3.15	.790	-.145	.072	.115

X3.16	.734	.138	.127	.056
X3.17	.760	.078	.122	-.009
X3.18	.778	.197	.118	.067
X3.19	.785	.008	.020	.029
X3.20	.748	.245	.109	.186
X3.21	.756	.172	.211	-.046
X3.22	.726	.331	.112	.216
X3.23	.762	.242	-.001	.179
X3.24	.753	.255	-.033	.205
X3.25	.732	.301	.095	.032
X3.26	.749	.220	.008	.248
Y1	.077	.722	.248	.123
Y2	.290	.654	.114	.252
Y3	.163	.714	.309	-.107
Y4	.173	.654	.320	.212
Y5	-.008	.752	.183	.083
Y6	.144	.705	.226	.190
Y7	.181	.727	.177	.224
Y8	.080	.723	.177	.207
Y9	.289	.650	.242	.291
Y10	.324	.680	.076	.241
Y11	.213	.746	.237	.160
Y12	.191	.774	.130	.155
Y13	.140	.805	.222	.144
Y14	.149	.764	.138	.220
Y15	.163	.796	.156	.256
Y16	.298	.693	.224	.287
Y17	.245	.748	.306	.201
Extraction Method: Principal Component Analysis.				
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.				
a. Rotation converged in 6 iterations.				

Sumber : Data Primer dioah Tahun 2024

Berdasarkan hasil uji CFA pada tahap ketiga menunjukkan seluruh item pernyataan telah dikelompokkan sesuai dengan indikator masing-masing. Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa semua pernyataan memiliki nilai validitas lebih dari 0,50, sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2021), uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Uji reliabilitas ini menggunakan uji statistik *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ).

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,70$  maka instrumen dikatakan reliabel atau dapat dipercaya.
- b) Jika nilai *Cronbach's Alpha*  $< 0,70$  maka instrumen dikatakan tidak reliabel atau tidak dapat dipercaya.

Berikut hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dengan jumlah responden 110 orang.

**Tabel 4. 5** Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Financial Literacy (X1)</i>	0,928	Reliabel
<i>Financial Technology (X2)</i>	0,940	Reliabel
<i>Hedonism Lifestyle (X3)</i>	0,974	Reliabel
<i>Financial Behavior (Y)</i>	0,964	Reliabel

Sumber : Hasil olah data primer tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy*, *financial technology*, *hedonism lifestyle*, dan *financial behavior* memiliki tingkat keandalan yang cukup baik dan layak digunakan dalam penelitian ini.

### 3. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021), uji normalitas digunakan untuk menguji apakah setiap variabel dalam model regresi terdistribusi secara normal. Penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) dengan kriteria pengambilan keputusan adalah jika nilai signifikansi (*Asymp.sig 2-tailed*)  $\geq 0,05$  maka data terdistribusi normal. Hasil uji normalitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

**Tabel 4. 6** Hasil Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		Unstandardized Residual
N		110
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04217786
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.084
	Negative	-.060
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.053

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig* tersebut berdasarkan uji Kolmogorov Smirnov telah melebihi taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 5% ( $0,053 > 0,05$ ). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2021). Multikolinearitas dapat diidentifikasi dengan menganalisis nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan toleransi untuk setiap variabel independen. Apabila nilai toleransi  $> 10$  dan  $VIF < 10$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas atau model lolos uji multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai  $VIF > 10$  maka data menunjukkan adanya multikolinearitas.

**Tabel 4. 7** Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	<i>Colinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
<i>Financial Literacy</i>	0,466	2,147	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Financial Technology</i>	0,483	2,068	Tidak terjadi multikolinearitas
<i>Hedonism Lifestyle</i>	0,864	1,158	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : Hasil olah data primer tahun 2024

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.7 dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tidak mempunyai masalah dengan multikolinearitas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai VIF  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,1$ . Dengan demikian, variabel *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle* dinyatakan bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menentukan apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2021). Penelitian ini menggunakan uji Glejter untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $\geq 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4. 8** Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	0,185	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Financial Technology</i>	0,302	Tidak terjadi heteroskedastisitas
<i>Hedonism Lifestyle</i>	0,978	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber : Hasil olah data tahun 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga variabel independen yaitu *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle*  $> 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Metode analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linear berganda (*multiple regression*), yaitu teknik analisis yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2021). Analisis ini dilakukan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen yaitu *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle* terhadap variabel dependen yaitu *financial behavior*. Adapun hasil analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 9** Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.651	7.283		.227	.821
	Financial Literacy	.296	.122	.258	2.429	.017
	Financial Technology	.392	.127	.322	3.095	.003
	Hedonism Lifestyle	.125	.039	.247	3.167	.002

a. Dependent Variable: Financial Behavior

Sumber : Hasil olah data primer tahun 2024

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada Tabel 4.9 maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 1,651 + 0,296 X_1 + 0,392 X_3 + 0,125 X_3 + e$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta memiliki nilai sebesar 1,651 artinya jika variabel *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle* bernilai 0, maka *financial behavior* adalah 1,651.
- b. Variabel *financial literacy* memiliki nilai koefisien sebesar 0,296 artinya koefisien variabel *financial literacy* bernilai positif, sehingga terdapat arah hubungan positif antara *financial literacy* terhadap *financial behavior*.
- c. Variabel *financial technology* memiliki nilai koefisien sebesar 0,392 artinya koefisien variabel *financial technology* bernilai positif sehingga terdapat arah hubungan positif antara *financial technology* terhadap *financial behavior*.
- d. Variabel *hedonism lifestyle* memiliki nilai koefisien sebesar 0,125 artinya koefisien variabel *hedonism lifestyle* bernilai positif sehingga terdapat arah hubungan positif antara *hedonism lifestyle* terhadap *financial behavior*.

## 6. Uji t

Menurut Ghazali (2021), uji t digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu variabel independen secara parsial mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima.
- b. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak.

**Tabel 4. 10** Hasil Uji t

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		Coefficients	Coefficients	Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.651	7.283		.227	.821
	Financial Literacy	.296	.122	.258	2.429	.017
	Financial Technology	.392	.127	.322	3.095	.003
	Hedonism Lifestyle	.125	.039	.247	3.167	.002

a. Dependent Variable: Financial Behavior

Sumber : hasil olah data tahun 2024

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan, pada masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat dianalisis sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar  $0,017 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *financial literacy* secara parsial berpengaruh terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.
- b. Nilai signifikansi variabel X2 sebesar  $0,003 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *financial technology* secara parsial berpengaruh terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.
- c. Nilai signifikansi variabel X1 sebesar  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *hedonism lifestyle* secara parsial berpengaruh terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.

## 7. Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Menurut Ghozali (2021), uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi variabel dependen, sedangkan sisa variasi dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

- a. Jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 1, berarti variabel independen mampu menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.
- b. Jika nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* mendekati 0, berarti kemampuan variabel independen sangat terbatas dalam menjelaskan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4. 11** Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.667 <sup>a</sup>	.445	.429	9.51046

a. Predictors: (Constant), Hedonism Lifestyle, Financial Technology, Financial Literacy

Sumber : hasil olah data tahun 2024.

Berdasarkan pada Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa *Adjusted R Square* sebesar 0,429. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle* memiliki pengaruh sebesar 42,9% terhadap *financial behavior* pada Generasi Z. sedangkan sisanya

sebesar 57,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### C. Pembahasan

Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu *financial literacy*, *financial technology*, dan *hedonism lifestyle* dan pengaruhnya terhadap *financial behavior*. Semula uji yang telah dilakukan menggunakan SPSS 26 for windows dengan hasil sebagai berikut:

1. H1 : *Financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada Generasi Z. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,017 < 0,05$  dan nilai koefisiennya positif yang berarti *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior*, sehingga H1 diterima. Artinya semakin tinggi tingkat *financial literacy* seseorang, semakin baik pula *financial behavior* yang ditunjukkannya. Dengan kata lain, individu yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep-konsep keuangan cenderung akan mengelola keuangannya dengan lebih bijak, seperti merencanakan anggaran, menabung secara rutin, dan menghindari keputusan keuangan yang impulsif.

Hal ini juga didukung oleh hasil kuesioner dengan pernyataan “saya memahami pentingnya memiliki rencana keuangan untuk masa depan dan tujuan keuangan jangka pendek” dengan nilai total 462 dan nilai rata-rata 4,2.

Nilai tersebut menggambarkan kesadaran yang tinggi dikalangan responden mengenai pentingnya perencanaan keuangan yang matang untuk mencapai kestabilan finansial, yang pada gilirannya mendukung keputusan keuangan yang lebih rasional dan terencana.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari & Ulum (2023), Siahaan & Waluyo (2023), dan Wiranti (2022) yang menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior*. Sedangkan, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bire *et al.* (2023), Umniyyah (2023), dan Widyakto *et al.* (2022) menyatakan bahwa *financial literacy* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

2. H2 : *Financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada Generasi Z. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,007 < 0,05$  dan nilai koefisiennya positif, sehingga H2 diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin optimal penggunaan *financial technology* untuk pengelolaan keuangan maka semakin baik pula *financial behavior* yang ditunjukkan oleh individu. Dalam konteks Generasi Z yang dikenal sebagai kelompok generasi yang sangat dekat dengan teknologi digital, *financial technology* memberikan

kemudahan akses, transparansi, serta fitur-fitur pengelolaan keuangan yang mendukung pengambilan keputusan keuangan yang bijak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bire *et al.* (2023), Nuringtyas & Kartini (2023), dan Priasiwi & Rochmawati (2023) menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior*. Sedangkan, hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Utami & Isbanah (2023), Virgiawan & Prawitasari (2024), dan Wiranti (2022) menyatakan bahwa *financial technology* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.

3. H3 : *Hedonism lifestyle* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *financial behavior* pada Generasi Z.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *hedonism lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  dan nilai koefisiennya positif, sehingga H3 ditolak. *Hedonism lifestyle* pada Generasi Z tidak sepenuhnya memiliki pengaruh negatif seperti yang sering diasumsikan. Generasi Z sebagai salah satu kelompok yang mungkin memanfaatkan gaya hidup hedonis sebagai bentuk apresiasi terhadap pengalaman hidup dan apresiasi terhadap diri sendiri, serta dapat menjadi motivasi Generasi Z untuk mengelola keuangan dengan lebih baik supaya dapat mempertahankan gaya hidup tersebut.

Pengelolaan keuangan yang efektif diperlukan supaya seseorang dengan *hedonism lifestyle* mampu mengenali antara kebutuhan dan keinginan, mempertimbangkan harga suatu barang ketika akan membeli dan mampu mengelola sumber daya keuangan tanpa menimbulkan permasalahan keuangan lain (Primadineska & Prasetyo, 2024). Sebagian besar Generasi Z lebih rajin menabung atau berinvestasi supaya dapat menikmati liburan, berbelanja, atau pengalaman lain yang menjadi bagian dari gaya hidup hedonis, serta mampu merencanakan masa depan dengan baik (Hidayat & Paramita, 2024).

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siskawati & Ningtyas (2022), Susilawaty (2024), dan Umniyyah (2023) yang menyatakan bahwa *hedonism lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial behavior*. Namun temuan ini tidak mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Priasiwi & Rochmawati (2023), Sari & Ulum (2023), dan Siahaan & Waluyo (2023) menyatakan bahwa *hedonism lifestyle* berpengaruh negatif terhadap *financial behavior*.