

The Influence of Financial Literacy, Impulsive Buying, and Financial Self-Efficacy on Generation Z's Financial Behavior

Pengaruh Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, dan *Financial Self-Efficacy* terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z

Octavia Dwi Ramadhan^{1*}, Ridwan²

^{1,2}Universitas Indonesia Membangun, Kota Bandung, Indonesia

¹octaviadwi@student.inaba.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received : 15 Januari 2026

Revised : 15 Februari 2026

Accepted : 19 Februari 2026

DOI: [https://doi.org/](https://doi.org/10.51510/jakp.v9i1.3159)

10.51510/jakp.v9i1.3159

Abstract

This study aims to examine the influence of financial literacy, impulsive buying, and financial self-efficacy on the financial behavior of Generation Z in Bandung. The study involved 100 Generation Z participants in Bandung, selected using a purposive sampling approach. Data were collected through questionnaires distributed via Google Forms. The research employed a quantitative method with a descriptive-verificative approach, including determination analysis and hypothesis testing. The results indicate that financial literacy and financial self-efficacy have a positive and significant effect on financial behavior, while impulsive buying has a negative and significant effect. Simultaneously, financial literacy, impulsive buying, and financial self-efficacy collectively exert a significant influence on the financial behavior of Generation Z, particularly in Bandung.

Keywords: *Financial Behavior, Financial Literacy, Impulsive Buying, and Financial Self-Efficacy.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji analisis terkait pengaruh literasi keuangan, *impulsive buying*, serta *financial self-efficacy* pada perilaku keuangan generasi Z di Kota Bandung. Penelitian ini melibatkan 100 Generasi Z di Kota Bandung, yang ditentukan melalui pendekatan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner melalui Google Formulir. Metode yang digunakan yaitu jenis kuantitatif disertai pendekatan bersifat deskriptif-verifikatif, meliputi analisis determinasi serta pengujian hipotesis. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memperlihatkan adanya pengaruh positif serta signifikan yang diberikan literasi keuangan serta *financial self-efficacy* terhadap perilaku keuangan, kemudian adanya pengaruh negatif serta signifikan yang diberikan *impulsive buying* terhadap perilaku keuangan. Secara simultan, adanya pengaruh signifikan dari literasi keuangan, *impulsive buying*, beserta *financial self-efficacy* terhadap perilaku keuangan Generasi Z khususnya di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Perilaku Keuangan, Literasi Keuangan, Impulsive Buying, and Financial Self-Efficacy.*

PENDAHULUAN

Di tengah kondisi perekonomian global yang semakin kompleks dan tidak stabil, kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi kini bukan sekedar keterampilan tambahan, melainkan telah menjadi kebutuhan penting untuk menjaga keberlangsungan hidup serta kestabilan ekonomi tiap individu (OECD, 2023). Pesatnya inovasi produk keuangan, kemudahan akses kredit digital, serta derasnya arus informasi melalui media sosial

menciptakan lanskap keuangan baru yang menuntut tingkat kecakapan finansial yang semakin tinggi (World Bank, 2024). Kondisi ini menjadikan perilaku keuangan yang baik sebagai faktor kunci dalam menghadapi tantangan ekonomi modern, khususnya bagi Generasi Z yang merupakan kelompok paling terdampak oleh perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi.

Data yang diperlihatkan BPS, yakni Badan Pusat Statistik terkait Generasi Z termasuk individu kelahiran pertengahan 1997 hingga awal 2012, merupakan kelompok penduduk dengan proporsi terbesar di Indonesia, yakni 27,94% dari keseluruhan populasi yang ada, sekitar 74,93 juta jiwa (A'yun, 2025). Generasi Z juga dikenal sebagai "*digital native*" yang sangat akrab dengan teknologi dan mengandalkan platform digital dalam berbagai aktivitas, termasuk transaksi keuangan (McKinsey, 2024). Namun, dibalik kemudahan tersebut, muncul kecenderungan gaya hidup konsumtif. Ekonom melalui CORE atau *Center of Reform on Economics*, Yusuf Rendy Manilet, menyatakan bahwa perilaku konsumtif Generasi Z memang mampu mendorong pertumbuhan sektor ritel, makanan dan minuman (F&B), serta pariwisata. Akan tetapi, kebiasaan yang lebih memprioritaskan pengeluaran untuk gaya hidup dibandingkan menabung atau berinvestasi berpotensi meningkatkan risiko kerentanan finansial di masa depan dan menimbulkan kekhawatiran terhadap keberlanjutan ekonomi jangka panjang (Latif, 2025).

Fenomena tersebut diperkuat oleh hasil riset OCBC *Financial Fitness Index* (FFI) 2025 yang menggambarkan bahwa skor kesehatan finansial generasi muda Indonesia mengalami penurunan menjadi 40,60%, turun dari 41,25% pada tahun sebelumnya. Salah satu penyebab utama penurunan ini adalah lemahnya kemampuan mengelola utang tanpa jaminan (OCBC, 2025). Data dari Pefindo Kredit (IdScore) juga menunjukkan bahwa kelompok milenial dan Generasi Z menjadi penyumbang terbesar kredit macet *buy now pay later* (BNPL). Hingga Juni 2024, total outstanding pinjaman *pay later* mencapai Rp30,14 triliun dengan 14,37 juta pengguna, yang didominasi oleh kelompok usia 20–30 tahun sebesar 48,06% (Puspadini, 2024).

Data Otoritas Jasa Keuangan menerangkan bahwa masyarakat dengan usia 19 hingga 34 tahun menduduki proporsi terbesar kredit macet lebih dari 90 hari. Pada periode Desember 2023–Desember 2024, nilai kredit macet pada kelompok ini meningkat sebesar 6,8%, dari Rp730,03 miliar menjadi Rp779,73 miliar atau naik Rp49,70 miliar (Otoritas Jasa Keuangan, 2024). Kondisi ini mengindikasikan bahwa sebagian dari generasi muda yang merupakan pengguna utama layanan keuangan digital, masih mengalami kesulitan dalam mengelola kewajiban finansialnya.

Fenomena tersebut sejalan dengan hasil Survei Konsumen Bank Indonesia periode Juni 2025 yang menunjukkan proporsi konsumsi masyarakat mencapai 75,1%, meningkat dari bulan sebelumnya sebesar 74,8%, sementara rasio pembayaran cicilan atau utang tercatat sebesar 11,2% (Bank Indonesia, 2025). Tingginya tingkat konsumsi tanpa pengelolaan utang yang baik berpotensi berdampak negatif terhadap kesehatan keuangan individu (Aulia & Susilawati, 2025). OJK juga menegaskan bahwa tunggakan *Buy Now Pay Later* (BNPL) di kalangan anak muda dapat menurunkan *credit score*, sehingga menyulitkan akses terhadap pembiayaan penting seperti KPR, bahkan peluang kerja dan beasiswa (Putri, 2023).

Perilaku keuangan menjelaskan bagaimana setiap individu dapat mengatur sumber daya keuangannya, mencakup perencanaan, pengelolaan arus kas, tabungan, investasi, serta pengelolaan kredit dan asuransi (Suriani, 2022). Perilaku keuangan yang baik dapat terlihat dari kemampuan individu saat mengontrol pengeluarannya, mengelola pendapatan secara efektif, dan mempersiapkan kebutuhan masa depan (Palupi & Hapsari, 2022). Dengan

demikian, perilaku keuangan tidak hanya mencerminkan kemampuan teknis, tetapi juga tanggung jawab dan kesadaran finansial individu dalam mencapai stabilitas keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, tingginya konsumsi dan tunggakan utang pada generasi muda menjadi indikasi bahwa adanya perilaku pengelolaan keuangan yang buruk.

Berbagai temuan sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku keuangan dipengaruhi beberapa faktor, entah itu sumbernya yang bersifat internal atau bahkan eksternal. Salah satunya adalah literasi keuangan, dimana peran krusialnya untuk tiap individu pada pembentukan perilaku sehubungan pengelolaan keuangan rasional dan bertanggung jawab (Maulana et al., 2025). Literasi keuangan mengacu pada kapasitas seseorang dalam mengaplikasikan pengetahuan, keterampilan, serta sikap finansial guna mengelola dan menentukan keputusan keuangan secara efektif (Choerudin et al., 2023). Meskipun indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia mengalami peningkatan menjadi 66,46%, peningkatan tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam perilaku keuangan Generasi Z, yang masih menunjukkan kecenderungan konsumtif dan pengelolaan utang yang kurang optimal (OJK, 2025).

Selain literasi keuangan, perilaku *impulsive buying* juga diduga berpengaruh terhadap perilaku keuangan individu. Pandowo (2025) menjelaskan perilaku membeli yang cenderung impulsif yang biasa kita sebut *Impulsive buying* muncul pada situasi pembelian sesuatu oleh individu tanpa adanya perencanaan atau spontan, sulit dikendalikan, dan dipicu oleh dorongan emosional serta stimulus eksternal. Generasi Z, yang sangat terpapar promosi digital, diskon daring, dan kemudahan transaksi, memiliki kecenderungan lebih tinggi terhadap perilaku pembelian impulsif. Tanpa dukungan pengelolaan keuangan yang memadai, kecenderungan tersebut berpotensi menimbulkan konsekuensi yang merugikan bagi kondisi keuangan individu (Fiika et al., 2022).

Faktor lainnya yang juga termasuk memberikan pengaruh untuk perilaku keuangan individu yakni *financial self-efficacy*, yaitu keyakinan dari individu untuk mengelola serta merespons berbagai permasalahan keuangan (Tendean et al., 2022). Dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, bergantung pada kombinasi antara keyakinan individu dan upaya yang dilakukan secara berkesinambungan (Agustiani & Muttaqin, 2023). Tingginya *financial self-efficacy* mendorong individu untuk lebih mampu mengendalikan perencanaan serta pengambilan keputusan keuangan, termasuk ketika menghadapi kondisi finansial yang tidak terduga (Dewi, 2022).

Pertimbangan pemilihan Kota Bandung sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristiknya sebagai kota metropolitan dengan populasi Generasi Z yang jumlahnya signifikan dan beragam. Berdasarkan data BPS, pada tahun 2024 jumlah penduduk Kota Bandung mencapai 2.609.884 jiwa, dengan Generasi Z usia 15–29 tahun sebesar 28,56% atau sekitar 697.034 jiwa (Darmawan, 2025). Selain itu, karakteristik Kota Bandung sebagai pusat wisata belanja dan industri kreatif turut mendorong tingginya aktivitas konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda.

Tabel 1. Data Prasurvei Rata-Rata Fenomena Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, *Financial Self-Efficacy*, dan Perilaku Keuangan Generasi Z di Kota Bandung

Variabel	Persentase (%)
Literasi Keuangan (X1)	72%
<i>Impulsive Buying</i> (X2)	64%
<i>Financial Self-Efficacy</i> (X3)	62%
Perilaku Keuangan (Y)	26%

Hasil pra-survei terhadap 30 responden Generasi Z di Kota Bandung menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berada pada angka 72%, yang mengindikasikan bahwa sebagian

besar responden telah memiliki pemahaman yang cukup baik mengenai konsep dasar pengelolaan keuangan. *Financial self-efficacy* juga tergolong cukup tinggi dengan persentase 62%, yang menunjukkan adanya keyakinan dalam mengelola keuangan pribadi. Namun demikian, tingkat *impulsive buying* masih berada pada angka 64%, yang mencerminkan kecenderungan pembelian spontan yang relatif tinggi. Di sisi lain, perilaku keuangan hanya mencapai 26%, yang menunjukkan bahwa praktik pengelolaan keuangan yang baik masih tergolong rendah. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara tingkat pengetahuan dan keyakinan finansial dengan implementasi perilaku keuangan dalam kehidupan sehari-hari.

Melalui kajian latar belakang yang diuraikan, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan, *Impulsive Buying*, dan *Financial Self-Efficacy* terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Kota Bandung".

KAJIAN PUSTAKA

Theory of Planned Behaviour (TPB)

Theory of planned behaviour (TPB) memandang bahwa tindakan individu terbentuk melalui adanya niat atau tujuan yang mendasarinya. Teori perilaku terencana ini menjelaskan tiga komponen utama, yakni sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan perasaan sehubungan kapasitas untuk melakukan kontrol atas segala hal yang membawa pengaruh apabila muncul keinginan berbuat perilakunya tersebut. (Purwanto et al., 2022:6).

Berdasarkan teori tersebut, perilaku keuangan dari Gen Z terkhususnya yang ada di Kota Bandung diposisikan sebagai variabel terikat/dependennya. Literasi keuangan ini merepresentasikan sikap terhadap perilaku (*attitude toward behaviour*) karena tingkat pemahaman keuangan memengaruhi penilaian individu terhadap perilaku finansial yang dianggap tepat. *Impulsive buying* dikaitkan dengan norma subjektif (*subjective norm*) karena kecenderungan pembelian impulsif sering dipengaruhi oleh dorongan sosial dan lingkungan sekitar. Sementara itu, *financial self-efficacy* mencerminkan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), di mana adanya rasa yakin dari internal individu untuk mengelola serta mengontrol keputusan finansial.

Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan adalah pola pengelolaan sumber daya finansial individu yang mencakup perencanaan, penganggaran, tabungan, investasi, serta pengelolaan risiko melalui asuransi (Suriani, 2022:53). Menurut Nofsinger (2022), perilaku keuangan merujuk pada bidang kajian yang mempelajari tindakan individu dalam proses diambilnya keputusan terkait keuangan. Dari Zarkasyi & Purwanto (2022), sehubungan perilaku keuangan tampak serupa dengan pola tindakan seseorang ketika mengelola hingga menentukan keputusan keuangannya secara terstruktur yang meliputi perencanaan, pengelolaan, sampai dengan pengambilan keputusan keuangan. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku keuangan menggambarkan integrasi antara sikap, kebiasaan, dan keputusan individu dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif untuk mendukung tercapainya kesejahteraan finansial. Perilaku keuangan meliputi beberapa indikator, diantaranya berupa: 1) investasi serta tabungan; 2) manajemen arus kas; 3) konsumsi; beserta 4) manajemen kredit (Suriani, 2022:124-125).

Literasi Keuangan

Definisi literasi keuangan yakni berupa ilmu, kemampuan serta kepercayaan guna menentukan perilaku nya ketika mengelola dan menentukan keputusan keuangannya, demi mencapai kesejahteraan (OJK, 2022). Selanjutnya, Fitrianti & Syarif (2025) menjelaskan

literasi keuangan bukan hanya pengetahuan teoritis, namun termasuk kemampuan aplikatif ketika seseorang menentukan keputusan finansial yang tepat dalam situasi nyata. Baiknya tingkatan literasi keuangan membawa kontribusi untuk tindakan mengelola keuangan secara jauh lebih bijaksana lagi serta mendukung peningkatan kesejahteraan finansial (Oktaviranti & Alamsyah, 2023). Dengan demikian, literasi keuangan merupakan keterampilan menyeluruh seseorang dalam mengelola keuangan secara bijaksana dan membuat penilaian keuangan dengan efektif. Merujuk pada penelitian Choerudin et al. (2023), pengukuran pada literasi keuangan dengan 4 indikator, diantaranya : 1) investasi ataupun asuransi; kemudian 2) pinjaman maupun tabungan; serta 3) pengetahuan dasar sehubungan keuangan pribadi.

Impulsive Buying

Pandowo (2025:20) mendefinisikan *impulsive buying* sebagai transaksi yang dilakukan tanpa perencanaan, cenderung mendadak, disertai adanya dorongan yang kuat atau emosional serta minimnya kontrol diri akibat adanya stimulus eksternal. Sedangkan, Azmi (2023), menyatakan bahwa *impulsive buying* adalah dorongan yang muncul secara spontan dan kuat pada individu untuk segera melakukan pembelian tanpa perencanaan sebelumnya serta tanpa mempertimbangkan konsekuensi yang mungkin timbul. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *impulsive buying* mencerminkan keputusan pembelian yang didominasi oleh dorongan emosional sesaat, dilakukan tanpa perencanaan, dan cenderung mengesampingkan evaluasi terhadap risiko maupun akibat yang ditimbulkan. Menurut Ernestivita et al. (2023), baik itu a) spontanitas; b) stimulasi beserta kegairahan; c) intensitas, kekuatan, serta kompulsif; beserta d) pengabaian akibat termasuk 4 indikator untuk pengukuran pada variabel *impulsive buying*.

Financial Self-Efficacy

Dalam teori oleh Bandura, *self-efficacy* atau efikasi diri diartikan sebagai keyakinan seseorang atas kapasitas dirinya untuk merencanakan dan menjalankan perilaku yang diperlukan dalam mencapai tujuan tertentu (Saguni & Abu, 2025:22). Selanjutnya, Ahamed (2025:5) mendeskripsikan *financial self-efficacy* sebagai kepercayaan seseorang pada kemampuannya untuk mengelola keuangannya dan membuat pilihan keuangan yang bijak. Sedangkan, Lestari & Ridwan (2024) mendefinisikan *financial self-efficacy* sebagai kepercayaan individu pada kemampuannya untuk berhasil mengelola keuangannya dalam konteks ekonomi dan keuangan. Berdasarkan beberapa definisi tersebut, *financial self-efficacy* dapat disimpulkan sebagai rasa yakin dan percaya diri seseorang dalam mengendalikan pengelolaan keuangan, mengoptimalkan pengambilan keputusan finansial, serta menjaga keberlanjutan kondisi keuangannya. Menurut Ahamed (2025:26), *financial self-efficacy* diukur dengan indikator berupa kemampuan pada: 1) perencanaan serta pengeluaran keuangan; kemudian 2) meraih tujuan keuangan; 3) membuat keputusan; lalu 4) menghadapi tantangan keuangan; dan juga 5) keyakinan akan pengelolaan keuangannya.

Hubungan Literasi Keuangan dengan Perilaku Keuangan

Cakupan literasi keuangan sendiri berupa kapasitas individu pada pengelolaan keuangan pribadinya secara efektif, didukung oleh informasi, keterampilan, dan kepercayaan diri yang dimilikinya. Penelitian oleh Suyanto & Sada (2022) menggambarkan dimana baiknya tingkatan dari literasi keuangan menghasilkan positifnya tingkat perilaku keuangannya. Hal tersebut didukung oleh penelitian Suryani & Santi (2025), memperlihatkan adanya pengaruh yang bersifat positif sekaligus signifikan dari literasi keuangan pada perilaku keuangan. Di lain sisi, studi dari Mustika & Yusuf (2022) menunjukkan hasil yang berbanding terbalik, adanya pengaruh yang bersifat negatif sekaligus tidak signifikan dari literasi keuangan pada

perilaku keuangan. Hipotesis pertama (H1): Literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan.

Hubungan *Impulsive Buying* dengan Perilaku Keuangan

Impulsive buying terjadi dengan spontan, emosional dan tanpa perencanaan sehingga konsekuensi finansial terabaikan. Penelitian oleh Arfalettha et al. (2025) menunjukkan adanya dampak yang bersifat negatif dan juga signifikan dari *impulsive buying* pada perilaku pengelolaan keuangan yang dimaksud, di mana individu yang tingkatan *impulsive buying*-nya tinggi cenderung tidak efektifnya perilaku pengelolaan keuangan. Namun demikian, penelitian oleh Kustina et al. (2025) menunjukkan hasil yang berbeda, adanya pengaruh sebaliknya dimana bersifat positif sekaligus signifikan dari *impulsive buying* pada perilaku keuangannya. Hipotesis kedua (H2): *Impulsive buying* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan.

Hubungan *Financial Self-Efficacy* dengan Perilaku Keuangan

Fungsi *Financial Self-Efficacy* mencerminkan sejauh mana keyakinan individu mendorong komitmen dan konsistensi dalam pengelolaan keuangan demi merealisasikan tujuan finansialnya. Hasil penelitian Pradika et al. (2023) menunjukkan semakin tinggi keyakinan dan rasa percaya seseorang akan kemampuannya dalam mengelola keuangan, maka perilaku keuangannya akan semakin baik, sehingga berdampak pada kondisi keuangannya di masa yang akan datang. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Kustina et al. (2025), terjadinya pengaruh yang sifatnya positif dari *financial self-efficacy* untuk perilaku keuangan. Namun, tidak sejalan dengan studi dari Jannatun et al. (2023) ditunjukkan pengaruh yang sifatnya negatif serta tidaklah signifikan dari *financial self-efficacy* pada perilaku keuangan. Hipotesis ketiga (H3): *Financial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan.

METODE

Desain Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini berjenis kuantitatif diikuti pendekatannya yang bersifat deskriptif serta verifikatif. Pemilihan jenis kuantitatif tersebut guna memanfaatkan data yang dapat dikuantifikasi untuk menghasilkan kesimpulan menggunakan teknik statistik (Hermawan & Hariyanto, 2022). Setiap variabel, termasuk literasi & perilaku keuangan, pembelian impulsif, maupun *financial self-efficacy* dijelaskan secara independen menggunakan pendekatan deskriptif (Hermawan & Hariyanto, 2022). Sementara itu, pendekatan verifikatif digunakan untuk mengetahui korelasi antar variabel dan menggunakan pengujian hipotesis untuk menentukan pengaruh kausal (Judijanto et al., 2024).

Jenis dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini berupa primer serta sekunder. Kuesioner, merupakan alat dengan pertanyaan dan pernyataan tertulis dari responden, berfungsi untuk mengumpulkan langsung data jenis primer yang sumber perolehannya yaitu responden (Hermawan & Hariyanto, 2022). Untuk mendukung penelitian, data sekunder dikumpulkan dari publikasi, jurnal, laporan statistik, serta sumber resmi terkait lainnya.

Populasi dan Sampel Penelitian

Pada penelitian ini, populasinya berupa Generasi Z yang ada di Kota Bandung diikuti kriteria usia dari 15 sampai 29 tahun sebanyak 697.034 jiwa berdasarkan data BPS tahun 2025 (Darmawan, 2025). Metode yang digunakan adalah pengambilan sampel acak dengan

margin kesalahan 10%. Ukuran sampel minimum sebanyak 100 responden yang diperoleh dengan menerapkan rumus Slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Melalui hasil uji yang dipaparkan Tabel 2, dibuktikan adanya min. skor dari variabel Perilaku Keuangan yakni 14 serta maks. skor yakni 30 dengan rerata skor yakni 23,64. Angka standar deviasinya yakni 3,495 menunjukkan yang menunjukkan perilaku keuangan responden yang relatif baik.

Tabel 2. Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	<i>N</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>
Perilaku Keuangan	100	14	30	23,64	3,495
Literasi Keuangan	100	11	20	15,80	1,944
<i>Impulsive Buying</i>	100	4	20	11,48	4,126
<i>Financial Self-Efficacy</i>	100	13	25	20,07	2,544
Valid N (listwise)	100				

Untuk variabel Literasi Keuangan (X_1), nilai min. yang diperoleh adalah 11 dan maks. 20. Rerata skor responden mencapai 15,80 dengan standar deviasinya 1,944, yang mengindikasikan adanya tingkatan dari literasi keuangan milik responden yang relatif termasuk kategori cukup baik. Selanjutnya, variabel Pembelian Impulsif memiliki min. skor yakni 4 maupun maks. skor yakni 20 disertai rerata skor yakni 11,48. Angka standar deviasinya yakni 4,126 mengindikasikan adanya variasi perilaku pembelian impulsif yang kurang baik. Adapun variabel *Financial Self-Efficacy* menunjukkan min. skor yakni 13 maupun maks. skor yakni 25 disertai rerata skor yakni 20,07 dimana angka standar deviasinya yakni 2,544 menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* responden masuk dalam kategori baik, dengan tingkat variasi jawaban yang tergolong sedang.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Angka koefisien determinasi (r^2) yang tercantum yakni 0,410, memperlihatkan seluruh variabel diantaranya Pembelian Impulsif, Literasi Keuangan, maupun *Financial Self-Efficacy* dari Generasi Z yang ada di Kota Bandung memberikan pengaruh pada Perilaku Keuangan secara simultan sebesar 41%, termasuk kategori pengaruh sedang (*moderate*). Sedangkan sisanya dengan persentase 59% mendapat pengaruh dari faktor eksternal lainnya diluar kajian ini.

**Tabel 3. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.640 ^a	.410	.404	2.698

Angka koefisien determinasi (r^2) yang tercantum yakni 0,410, memperlihatkan seluruh variabel diantaranya Pembelian Impulsif, Literasi Keuangan, maupun *Financial Self-Efficacy* dari Generasi Z yang ada di Kota Bandung memberikan pengaruh pada Perilaku Keuangan secara simultan sebesar 41%, termasuk kategori pengaruh sedang (*moderate*). Sedangkan sisanya dengan persentase 59% mendapat pengaruh dari faktor eksternal lainnya di luar kajian ini.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Melalui pengujian t parsial, hasil yang dicantumkan tabel 4 memperlihatkan adanya nilai t hitung variabel Literasi Keuangan yakni 2,899 disertai angka (Sig. 0,005). Angka tersebut melebihi t tabel senilai 1,985 (dengan $\alpha = 0,05$ serta derajat kebebasan $df = 96$). Sebab t hitung $>$ t tabel dan Sig.nya $<$ 0,05, kesimpulan yang diperoleh berupa adanya pengaruh signifikan dari Literasi Keuangan pada Perilaku Keuangan.

Tabel 4. Uji T (Parsial)

1	(Constant)	11.657	3.315		3.517	.001
	Literasi Keuangan	.460	.159	.256	2.899	.005
	<i>Impulsive Buying</i>	-.279	.075	-.329	-3.732	.000
	<i>Financial Self-Efficacy</i>	.395	.134	.287	2.936	.004

a. Dependant Variable: Perilaku Keuangan

Untuk variabel pembelian impulsif, diperoleh nilai t hitung sebesar -3,732 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pembelian impulsif berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan. Koefisien regresi bernilai negatif (-0,279) yang memperlihatkan pengaruh yang sifatnya negatif dari *Impulsive Buying* untuk Perilaku Keuangan, diartikan jika kian meningkatnya pembelian impulsif individu, adanya potensi semakin buruknya perilaku keuangan individu tersebut.

Sementara itu, variabel *Financial Self-Efficacy* memperlihatkan angka t hitung senilai 2,936 disertai angka Sig. senilai 0,004. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang bersifat signifikan dari *Financial Self-Efficacy* pada Perilaku Keuangan. Ini memperlihatkan jika tingkat *financial self-efficacy* suatu individu kian positif, kecenderungan perilaku keuangannya pun lebih baik.

Uji F (Simultan)

Melalui pengujian F, hasilnya dipaparkan dengan tabel ANOVA, adanya perolehan angka (Sig.) senilai 0.000 $<$ 0,05 serta angka F hitung senilai 40.505 melebihi F tabel-nya yang bernilai 2,70. Diperlihatkan secara simultan, adanya pengaruh dari ketiga variabel berupa literasi keuangan, *impulsive buying* serta *financial self-efficacy* pada Perilaku Keuangan Gen Z di Kota Bandung.

Tabel 5. Uji F (Simultan)
ANOVA

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	650.053	3	216.684	37.213	.000 ^b
	Residual	558.987	96	5.823		
	Total	1209.040	99			

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

Perolehan hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif Literasi Keuangan terhadap perilaku keuangan, sehingga H1 dapat diterima. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mencakup investasi dan tabungan, manajemen arus kas, konsumsi, serta manajemen kredit. Berdasarkan pengujian t parsial, nilai t hitung untuk variabel Literasi

Keuangan adalah 2,899 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0,005, melebihi t tabel sebesar 1,985 ($\alpha = 0,05$; $df = 96$). Hal ini menunjukkan bahwa Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan individu, semakin baik kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara sehat dan bijaksana. Literasi keuangan yang baik memungkinkan individu untuk merencanakan anggaran, menabung, mengelola arus kas, serta membuat keputusan konsumsi dan kredit yang lebih tepat. Temuan tersebut sejalan dengan studi Suyanto & Sada (2022) serta Suryani & Santi (2025), yang memperlihatkan adanya pengaruh yang sifatnya positif sekaligus signifikan dari literasi keuangan pada perilaku keuangan. Oleh karenanya, peningkatan literasi keuangan termasuk faktor utama sebagai pendorong sehatnya serta bijaksananya perilaku keuangan.

Pengaruh *Impulsive Buying* terhadap Perilaku Keuangan

Perolehan hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh negatif dari *Impulsive Buying* terhadap perilaku keuangan, sehingga H2 dapat diterima. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini mencakup spontanitas, stimulasi beserta kegairahan, intensitas, kekuatan, serta kompulsif, dan pengabaian akibat. Berdasarkan pengujian t parsial, nilai t hitung untuk variabel *Impulsive Buying* adalah -3,732 dengan nilai signifikansi 0,000, dan koefisien regresi bernilai negatif (-0,279), sehingga dapat disimpulkan bahwa *Impulsive Buying* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *impulsive buying* individu, semakin besar potensi memburuknya perilaku keuangan. *Impulsive buying* terjadi secara spontan dan emosional, sehingga pertimbangan kebutuhan dan kemampuan finansial sering terabaikan. Perilaku ini dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali, lemahnya perencanaan keuangan, serta kesulitan dalam mengelola keuangan secara efektif.

Temuan penelitian ini sesuai pada studi Arfaletta et al. (2025), pernyataan dimana adanya pengaruh yang negatif sekaligus signifikan dari *impulsive buying* untuk perilaku keuangan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kecenderungan melakukan pembelian secara impulsif yang tidak terkendali dapat melemahkan kemampuan individu dalam mengatur dan mengelola keuangannya secara rasional.

Pengaruh *Financial Self-Efficacy* terhadap Perilaku Keuangan

Perolehan hasil pada penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif *Financial Self-Efficacy* terhadap perilaku keuangan, sehingga H3 dapat diterima. *Financial Self-Efficacy* diukur dengan indikator berupa kemampuan pada perencanaan serta pengeluaran keuangan, meraih tujuan keuangan, membuat keputusan finansial, menghadapi tantangan keuangan dan keyakinan akan pengelolaan keuangannya. Berdasarkan pengujian t parsial, nilai t hitung untuk variabel *Financial Self-Efficacy* adalah 2,936 dengan nilai signifikansi (Sig.) 0,004, melebihi t tabel sebesar 1,985 ($\alpha = 0,05$; $df = 96$). Hal ini menunjukkan bahwa *Financial Self-Efficacy* berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Keuangan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat keyakinan dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan, semakin positif perilaku keuangannya. Individu dengan *Financial Self-Efficacy* tinggi cenderung lebih disiplin dalam mengatur pengeluaran, mampu mengembangkan rencana keuangan, bertanggung jawab dalam pengambilan keputusan finansial, serta mampu menghadapi tantangan yang muncul terkait keuangan.

Konsistennya temuan penelitian ini pada studi dari Pradika et al. (2023) serta Kustina et al. (2025) dimana hasil yang diperlihatkan berupa adanya pengaruh positif sekaligus signifikan

dari *financial self-efficacy* bagi perilaku keuangan. Diartikannya rasa percaya diri individu untuk melakukan pengelolaan keuangannya turut termasuk hal krusial.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, literasi keuangan maupun *financial self-efficacy* telah terbukti memberikan pengaruh yang positif bagi perilaku keuangan, yang menunjukkan bahwa pemahaman serta sikap percaya diri individu untuk pengelolaan keuangannya dengan signifikan membawa kontribusi terkhususnya dalam peningkatan perilaku keuangannya. Sementara itu, *impulsive buying* berpengaruh negatif terhadap perilaku keuangan, mengindikasikan bahwa tingginya perilaku pembelian impulsif dapat memperburuk kemampuan individu dalam mengelola keuangannya. Literasi keuangan, *impulsive buying*, maupun *financial self-efficacy* secara simultan memberi pengaruh signifikan pada perilaku keuangan Generasi Z yang ada di Kota Bandung. Tingginya pengaruh yang diberikan secara bersama-sama oleh ketiga variabel bebas tersebut terhadap perilaku keuangan berada pada kategori sedang.

REFERENSI

- A'yun, M. Q. (2025, February 5). Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang. Badan Pusat Statistik Kabupaten Gorontalo. <https://gorontalokab.bps.go.id/id/news/2025/02/05/30/memahami-generasi-z--tantangan--perilaku--dan-peluang.html>
- Agustiani, S. Y. S., & Muttaqin, R. (2023). Pengaruh Self Efficacy, Lingkungan Kerja, dan Motivasi Kerja terhadap Turnover Karyawan (Survei Pada PT Bank Woori Saudara Indonesia 1906 Tbk Kantor Cabang Diponegoro Bandung). JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi), 9(6), 2581–2590. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i6.1750>
- Ahamed, A. J. (2025). Chapter 2: Financial Self-Efficacy. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5149116>
- Arfaetha, K., Prawitasari, D., Kadarningsih, A., & Oktavia, V. (2025). The Role of Impulsiveness: Affective, Cognitive, and Financial Literacy on Financial Behavior In Generation Z Students. International Journal of Business, Management and Innovation Review, 2(2), 177–185. <https://doi.org/10.62951/ijbmir.v2i2.136>
- Azmi, N. (2023). Pengaruh Price Discount Dan Bonus Pack Terhadap Perilaku Impulse Buying. JUMBIWIRA : Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan, 2(1), 30–36. <https://doi.org/10.56910/jumbiwira.v2i1.527>
- Choerudin, A., Zulfachry, W., R., W., L. D., Khasanah, J. S. N., Harto, B., Oktaviani, N. F., Sohilauw, M. I., Nugroho, L., Suharsono, J., & Paramita, V. S. (2023). Literasi Keuangan. Global Eksekutif Teknologi. https://www.researchgate.net/publication/371724162_literasi_keuangan
- Darmawan, A. D. (2025, August 23). Jumlah Penduduk Menurut Umur di Kota Bandung 2024. Katadata Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/fd716bfdb5d0993/jumlah-penduduk-menurut-umur-di-kota-bandung-2024>
- Dewi, I. G. A. R. P. (2022). Financial Management Behavior Dengan Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi. Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi), 21(2), 185–197. <https://doi.org/10.22225/we.21.2.2022.185-197>
- Ernestivita, G., Budiyanto, & Suhermin. (2023). Seni Digital Marketing untuk

- Meningkatkan Pembelian Impulsif dan Compulsif. Media Sains Indonesia. <https://repository.stiesia.ac.id/id/eprint/6090/1/059.pdf>
- Fiika, A., Haqiqi, Z., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN "Veteran" Jawa Timur. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 355–367. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i2.2301>
- Fitrianti, H., & Syarif, D. (2025). Pengaruh Sikap Keuangan, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Manajemen Keuangan (Studi Kasus UMKM di Kecamatan Banjaran Kabupaten Bandung). *IKRAITH-Ekonomika*, 8(3), 1580–1597. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v8i3>
- Jannatun, R., Harmain, H., & Syarvina, W. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan dan Financial Self Efficacy Terhadap Financial Behavior Pada Generasi Z Lingkungan Kampus UIN Sumatera Utara. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 26–41. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.673>
- Kustina, K. T., Sulasmi, N. P. A., Dewi, P. P. R. A., & Prena, G. Das. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Milenial Di Kota Denpasar : Pengaruh Literasi Keuangan, Adopsi Fintech Payment, Impulsive Buying Dan Financial Self Efficacy. *KRISNA: Kumpulan Riset Akuntansi*, 16(2), 209–225. <https://doi.org/10.22225/kr.16.2.2025.209-225>
- Latif, A. (2025, January 19). Seberapa Besar Perilaku Konsumtif Gen Z Bisa Mendorong Pertumbuhan Ekonomi? *Kumparan*. <https://kumparan.com/kumparanbisnis/seberapa-besar-perilaku-konsumtif-gen-z-bisa-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-24Kc6galKWS/full>
- Lestari, G. T., & Ridwan, R. (2024, June 7). The Influence Of Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, And Income On Financial Management Behaviour In Micro Businesses In Bandung Kulon Sub-District, Bandung City. *Jurnal Ekonomi*. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi/article/view/4506>
- Maulana, A. N. A., Sajekti, T., & Syarif, D. (2025). Pengaruh Konformitas, Gaya Hidup Hedonisme, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z Di Kabupaten Karawang. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1264–1271. <https://doi.org/10.37531/ecotal.v6i2.2999>
- McKinsey. (2024, August 28). What is Gen Z? <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>
- Mustika, & Yusuf, N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1(1), 82–96. <https://doi.org/10.37479/jamak.v1i1.20>
- Nofsinger, J. R. (2022). *The psychology of investing*. Taylor & Francis.
- OCBC. (2025, September 12). Sinyal Peringatan: Skor Kesehatan Finansial Anak Muda Turun di 2025. <https://www.ocbc.id/id/article/2025/09/15/sinyal-peringatan-skor-kesehatan-finansial-anak-muda-turun-di-2025>
- OECD. (2023). *International Survey of Adult Financial Literacy (OECD Business and Finance Policy Papers, No 39)*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/56003a32-en>
- Oktaviranti, A., & Alamsyah, M. I. (2023). Literasi Keuangan, Persepsi UMKM terhadap Kualitas Laporan Keuangan dengan Penerapan SAK EMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(1), 133–143. <https://doi.org/10.33059/jensi.v7i1.7659>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2022). *Edukasi Keuangan*. <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan->

- perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx
- Otoritas Jasa Keuangan. (2025, May 2). Siaran Pers Bersama: Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Masyarakat Meningkat. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/pages/ojk-dan-bps-umumkan-hasil-survei-nasional-literasi-dan-inklusi-keuangan-snlik-tahun-2025.aspx>
- Palupi, D. E., & Hapsari, M. T. (2022). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Locus Of Control Pada Perilaku Manajemen Keuangan Personal. *PRIMA Ekonomika*, 13(1), 40–52. <https://doi.org/10.37330/prima.v13i1.129>
- Pandowo, A. (2025). Perilaku Pembelian Impulsif di Era Digital. CV. Lakeisha.
- Pradika, R., Rohmad, A., & Armansyah, F. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Gender. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, 2(2), 107–124. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836>
- Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2022). Theory of Planned Behaviour: Implementasi Perilaku Electronic Word of Mouth pada Konsumen Marketplace. CV. Literasi Nusantara Abadi. [https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/theory of planned behavior.pdf](https://repository.itebisdewantara.ac.id/4235/1/theory%20of%20planned%20behavior.pdf)
- Puspadini, M. (2024, September 2). Gen Z dan Milenial Nggak Kredit Macet Paylater Rp 990 Miliar. <https://www.cnbcindonesia.com/market/20240902171422-17-568526/gen-z-dan-milenial-nggak-kredit-macet-paylater-rp-990-miliar>
- Saguni, F., & Abu, A. (2025). Efikasi Diri: Kekuatan Regulasi Emosi dan Optimisme. Deepublish Publisher (CV Budi Utama).
- Suriani, S. (2022). Financial Behavior. Yayasan Kita Menulis.
- Suryani, T., & Santi, D. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Hedonisme, dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Pribadi Pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(4), 8925–8935. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.20929>
- Suyanto, & Sada, Y. M. V. K. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 2(2), 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>
- Tendean, R. L., Charista, B. T., & Malelak, M. I. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Dan Financial Self Efficacy Terhadap Saving Behavior Pada Pengguna E-Commerce Generasi Z. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 10(2), 141–154. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v10i2.228>
- World Bank. (2024). Digital Financial Inclusion. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/publication/digital-financial-inclusion>
- Zarkasyi, I., & Purwanto, E. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Guru Taman Kanak-Kanak. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 290–307. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i2.640>