



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 3 Tahun 2025 Page 8119-8125

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh *Financial Technology* Terhadap *Impulsive Buying* dengan Pengelolaan Keuangan Pada Gen Z di Kota Sukabumi

Fitria Andriani Manuhutu¹, Nor Norisanti², Faizal Mulia Z³
Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sukabumi
Email: fitriamanuhutu20@ummi.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap *impulsive buying* dengan pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi pada kalangan Gen Z di Kota Sukabumi. menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik analisis *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Data dikumpulkan dari 120 responden dengan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. *Financial technology* juga memiliki pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan, namun pengelolaan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying* dan tidak memediasi hubungan antara *financial technology* dan *impulsive buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses dan fitur dalam layanan fintech mendorong perilaku konsumsi spontan, sementara kontrol keuangan individu belum cukup untuk menghambat kecenderungan tersebut. Implikasi dari hasil ini menekankan perlunya edukasi literasi keuangan digital dan penguatan kontrol diri pada generasi Z.

Kata Kunci: *financial technology*, *impulsive buying*, pengelolaan keuangan

Abstract

This study aims to analyze the influence of financial technology on impulsive buying behavior, with financial management as a mediating variabel among Generation Z in Sukabumi City. Using a quantitative approach and Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) analysis technique, data were collected from 120 respondents through a simple random sampling method. The findings reveal that financial technology significantly influences impulsive buying. Financial technology also has a positive impact on financial management, however, financial management does not significantly affect impulsive buying and does not mediate the relationship between financial technology and impulsive buying. These findings indicate that the ease of access and features offered by fintech services encourage spontaneous consumption behavior, while individual financial control is not yet sufficient to restrain such tendencies. The implication of this study highlight the need for digital financial literacy education and the strengthening of self-control among young generations

Keywords: financial technology, impulsive buying, financial management

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam perilaku konsumsi masyarakat. Di Indonesia, kemajuan teknologi ini mendorong pergeseran gaya hidup, terutama di kalangan Gen Z, yang lahir pada rentang tahun 1997-2012. Gen Z memiliki kecenderungan kuat untuk memanfaatkan teknologi, termasuk layanan keuangan digital (*financial technology*), dalam aktivitas sehari-hari mereka. Kemudahan akses dan pengguna fintech seperti *e-wallet* dan layanan lainnya, memberikan kenyamanan sekaligus potens tantangan dala pengelolaan keuangan.

Feneomena yang berkembang menunjukkan bahwa Gen Z rentan terhadap perilaku impulsif (*impulsive buying*) yang dipicu oleh kemudahan bertransaksi secara digital. *Impulsive buying* yaitu sebagai tindakan membeli suatu produk secara spontan tanpa perencanaan sebelumnya, sering kali dipicu oleh dorongan emosional atau stimulus eksternal seperti diskon dan kemudahan transaksi. Gen Z, yang sangat aktif menggunakan teknologi digital, menjadi kelompok yang paling rentan terhadap perilaku ini karena akses cepat dan fitur instan yang ditaarkan oleh layanan fintech seperti *e-wallet* dan *paylater*. Menurut Tinarbuko dalam (Yiska et al., 2022) perilaku *impulsive buying* memiliki dampak negatif atau konsenkuensi diantaranya adalah pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan, hasrat belanja telah memanjakan rencana dan rasa kecewa dengan membeli produk berlebihan. Temuan tersebut memperkuat bahwa meningkatnya kemudahan transaksi melalui fintech bisa memicu perilaku impulsif yang tidak terkendali, terutama pada kelompok Gen Z. Sementara itu, menurut (Dyatmika et al., 2023)

menyoroti bahwa *impulsive buying* sering kali muncul akibat kurangnya *mindfulness* dan manajemen keuangan yang lemah, yang membuat konsumen mudah tergoda oleh promosi atau fitur instan seperti PayLater. Berdasarkan data dari IPrice (2020) dalam (Sanny et al., 2023) penggunaan *e-wallet* sebagai metode pembayaran meningkat dari 26% pada 2019 menjadi 43% pada 2021. Hal tersebut mencerminkan semakin terbiasanya Gen Z dengan metode pembayaran yang praktis dan instan, yang secara tidak langsung mendorong perilaku pembelian impulsif. Hal ini selaras dengan Penelitian sebelumnya juga mencatat bahwa lebih dari 40%-80% transaksi online bersifat impulsif (Gulfraz et al., 2022), dan Gen z menjadi kelompok yang paling dominan dalam perilaku ini (Mentari Septynaputri Widodo, 2024).

Meskipun demikian, terdapat kontradiksi dalam pengaruh penggunaan fintech terhadap pengelolaan keuangan. Pengelolaan keuangan yaitu proses merencanakan, mengatur, mengawasi, dan mengevaluasi penggunaan sumber daya keuangan mencapai tujuan *financial* yang diinginkan. Dalam Gen Z kemampuan ini sangat penting dalam kehidupan nyata yang mempengaruhi keuangan dan kesejahteraan. Mereka merasa lebih aman tentang kondisi keuangan saat ini dan masa depan Tidak sedikit orang yang merasa tidak bisa mengelola keuangan yang didapat. tingkat kesejahteraan keuangan diukur tidak saja melihat kondisi saat ini, melainkan juga prospek keuangan di masa depan (West & Cull, 2020)

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *financial technology* terhadap *impulsive buying* dengan pengelolaan keuangan sebagai variabel mediasi pada kalangan Gen Z di Kota Sukabumi. Kebaruan penelitian ini terletak pada pendekatannya yang tidak hanya memfokuskan pada aspek teknologi, tetapi juga pada hubungan antara perilaku keuangan personal dengan penggunaan fintech, khususnya pada Gen Z di Kota Sukabum. Berbeda dengan studi sebelumnya yang dilakukan di kota besar atau hanya mengamati hubungan dua variabel saja. Penelitian ini memberikan perspektif baru dengan mengeksplorasi konteks kota kecil yang belum banyak dijadikan fokus penelitian terkait perilaku finansial generasi muda, bukan sekedar aspek teknologi atau promosi pemasaran. Dengan demikian hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam bidang ilmu sosial, khususnya dalam memahami dinamika perilaku keuangan generasi muda di era digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif, objek penelitian ini yaitu Gen Z di Kota Sukabumi dengan total 120 responde. Teknik pengumpulan sampel menggunakan *simple random sampling*. Instrumeb yang digunakan berupa kuesioner berbasis skala Likert. Data pada penelitian ini dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). variabel dalam penelitian ini meliputi: *financial technology* (X), pengelolaan keuangan (M), dan *impulsive buying* (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis data berdasarkan hasil uji *outer model*, seluruh indikator pada masing-masing variabel menunjukkan nilai *loading facto* > 0,70 dan Nilai AVE > 0,05, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua indikator valid secara konvergen. Uji *discriminanat validity* melalui pendekatan *Fornell-Larcker* juga menyatakan bahwa konstruk memiliki validitas diskriminan yang baik. Selaian itu, hasil *composite reliability* menunjukkan bahwa semua konstruk realibel dengan nilai >0,70.

Uji *inner model* menunjukkan nilai R² sebesar 0,514 untuk variabel *impulsive buying*, dan 0,178 untuk varaibel pengelolaan keuangan, yang mengindikasikan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh moderat terhadap *impulsive buying* dan pengaruh lemah terhadap pengelolaan keuangan

Adapun hasil uji Hipotesis sebagai berikut:

Tabel 1 Uji Hipotesis

Jalur	Path Koefisien	T statistik	P Valuse
<i>Financial technology</i> > <i>Impulsive Buying</i>	0,648	6,301	0,000
<i>Financial technology</i> > pengelolaan keuangan	0,430	5,945	0,000
Pengelolaan keuangan > <i>impulsive buying</i>	0,145	1,400	0,126
<i>Financial technology</i> -> pengelolaan keuangan - > <i>impulsive buying</i>	0,063	1,366	0,172

Sumber: Data diolah peneliti, 2025 (menggunakan software SmartPLS 4)

1. Pengaruh *Financial Technology* terhadap *Impulsive Buying*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *impulsive buying*. Semakin tinggi intensitas penggunaan layanan fintech seperti *e-wallet*, semakin besar pula kecenderungan individu untuk melakukan pembelian impulsif. Hal ini sejalan dengan penelitian dengan penelitian (Aulia et al., 2023) yang menyatakan

bahwa pengaruh pengguna *e-wallet* berpengaruh positif terhadap impulsif. Demikian pula, (Adella Halim et al., 2020) menyatakan kecenderungan untuk melakukan *impulsive buying* akan didukung oleh metode pembayaran digital.

2. Pengaruh *Financial technology* terhadap Pengelolaan keuangan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan. penggunaan *financial technology* mendukung aspek perencanaan dan pengendalian keuangan Gen Z, yang sejalan dengan teori perilaku keuangan menurut Nofsinger (2021) dalam (Saputri et al., 2023) yaitu bahwa keputusan keuangan sangat dipengaruhi oleh perilaku dan persepsi individu terhadap teknologi dan informasi yang tersedia. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian (Putri et al., 2023) yang menyatakan bahwa penggunaan fintech berdampak positif terhadap perilaku keuangan. Selain itu, (M. aditya Yulianto & Rita, 2023) juga menunjukkan bahwa fintech dan literasi keuangan berpengaruh terhadap kemampuan mengelola keuangan. Namun demikian, meskipun mendukung pengelolaan keuangan, penggunaan fintech belum tentu mampu mengubah perilaku *impulsive buying* secara menyeluruh karena faktor psikologis dan gaya hidup masih mendominasi keputusan belanja.

3. Pengaruh Pengelolaan Keuangan terhadap *Impulsive Buying*

Dari hasil pengujian, pengelolaan keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulsive buying*. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun seseorang memiliki strategi keuangan yang baik hal tersebut tidak selalu cukup untuk menghindari dorongan emosional dalam melakukan *impulsive buying*. Gen Z, yang dikenal responsif terhadap trend dan diskon, tetap rentan terhadap keputusan belanja yang spontan, meskipun memiliki rencana keuangan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian (Mustikasari & Septina, 2023) yang menyatakan bahwa pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh perilaku impulsif. Namun, temuan penelitian ini selaras dengan (Widodo & Sudarno, 2024) yang menyatakan bahwa *impulsive buying* tidak signifikan terhadap pengelolaan keuangan.

4. Pengelolaan Keuangan Mampu Memediasi *Financial Technology* terhadap *Impulsive Buying*

Pengujian mediasi menunjukkan bahwa pengelolaan keuangan tidak secara signifikan memediasi hubungan antara *financial technology* dan *impulsive buying*. Oleh karena itu, menunjukkan bahwa pengguna fintech meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan, namun peningkatan ini tidak cukup signifikan untuk mengurangi dampak langsung fintech terhadap pembelian impulsif. Tindakan pembelian impulsif tetap terjadi adanya pengaruh penting dari pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, menunjukkan bahwa pengguna fintech meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan keuangan, namun peningkatan ini tidak cukup signifikan untuk mengurangi dampak langsung fintech terhadap pembelian impulsif. Tindakan pembelian impulsif tetap terjadi adanya pengaruh penting dari pengelolaan

keuangan. Penelitian ini selaras dengan (Sulistiyowati, 2024) yang menyatakan bahwa literasi keuangan dapat memperlemah, tetapi tidak meniadakan efek fintech terhadap pembelian impulsif.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap *impulsive buying* pada Gen z di Kota Sukabumi. teknologi finansial memfasilitasi kemudahan transaksi yang mendorong perilaku pembelian spontan. Meskipun penggunaan fintech juga meningkatkan pengelolaan keuangan, pengaruhnya terhadap pengendalian *impulsive buying* tidak signifikan. Pengelolaan keuangan tidak mampu berperan sebagai mediasi dalam hubungan antara fintech dan *impulsive buying*. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kontrol keuangan saja tidak cukup untuk menekan iintervensi berbasis literasi serta pembentukan pemahaman baru tentang kompleksitas perilaku keuangan Gen Z di era digital, dan mendorong perlunya pendekatan yang lebih komprehensif dalam pengembangan teknologi keuangan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Adella Halim, D., Kurniawan, A., Agung, F. H., Angelina, S., Jodhinata, C., Winata, S., Frenstan, Wijovi, F., & Agatha, C. M. (2020). Understanding of Young People About COVID-19 During Early Outbreak in Indonesia. *Asia-Pacific Journal of Public Health*, *32*(6–7), 363–365. <https://doi.org/10.1177/1010539520940933>
- Aulia, T. N., Suryadi, E., & Safitri, H. (2023). Pengaruh Penggunaan E-Wallet dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif. *Owner*, *7*(3), 2010–2020. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i3.1601>
- Dyatmika, P. B. P., Weliangan, H., & Huda, N. (2023). IMPULSIVE BUYING PADA DEWASA AWAL PENGGUNA SHOPEE PAYLATER DITINJAU DARI MINDFULLNESS. *Arjwa: Jurnal Psikologi*, *2*(4), 179–193. <https://doi.org/10.35760/arjwa.2023.v2i4.9060>
- Gulfraz, M. B., Sufyan, M., Mustak, M., Salminen, J., & Srivastava, D. K. (2022). Understanding the impact of online customers' shopping experience on online impulsive buying: A study on two leading E-commerce platforms. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *68*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103000>
- Mentari Septynaputri Widodo. (2024). PENGARUH IMPULSE BUYING DAN SALES PROMOTION TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN GENDER SEBAGAI VARIABEL MODERASI. *Jurnal Bisnis Terapan*, *8*(1), 36–44. <https://doi.org/10.24123/jbt.v8i1.6395>

- Mustikasari, A., & Septina, F. (2023). PENGARUH LITERASI KEUANGAN, IMPULSIVE BUYING, DAN PENGENDALIAN DIRI TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA JURUSAN AKUNTANSI UNIVERSITAS CIPUTRA. *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)*, 8(2), 48–54. <https://doi.org/10.29407/jae.v8i2.20179>
- Putri, W. D., Fontanella, A., & Handayani, D. (2023). *Pengaruh Penggunaan Financial Technology, Gaya Hidup dan Pendapatan Orang Tua Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa*. 18(1), 51–72. <https://akuntansi.pnp.ac.id/jam>
- Sanny, L., Rafi Chandra, G., Chelles, K., & Angelica Santoso, L. (2023). THE IMPULSE BUYING OF GEN Z WHEN USING E-WALLET IN INDONESIA. In *Journal of Applied Engineering and Technological Science* (Vol. 5, Issue 1).
- Saputri, E. R., Waskito Erdi, T., & Politeknik YKPN, A. (2023). Perilaku keuangan, dan locus of control, memengaruhi keputusan investasi dengan literasi keuangan sebagai moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5, 2023. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>
- Sulistyowati, S. N. (2024). *The influence of Financial Technology on Impulse Buying in Gen Z moderated by Financial Literacy*.
- West, T., & Cull, M. (2020). *Future Expectations and Financial Satisfaction*.
- Widodo, A. K. D., & Sudarno. (2024). 03. +W-AMALIA-
PENGARUH+KEMUDAHAN+PENGGUNAAN+E-WALLET.
- Yiska, Y., Charan, P., Nugraheni, M., Rahayu, M., & Info, A. (2022). Self-Control dan Impulsive Buying Wanita Dewasa Awal Pada Masa Pandemi. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10, 662–670. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v10i4>
- Yulianto, M. aditya, & Rita, M. R. (2023). MEDIASI PERILAKU PENGELOLAAN KEUANGAN DALAM PENGARUH FINTECH DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP KINERJA USAHA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 7(2), 212–232. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2023.v7.i2.5260>