**Miftah : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam**
4 (2) , October 2026 Page : 414-425 / e-ISSN : 2986-982X
DOI : https://doi.org/10.61231/1ae4f629
Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0
Received: 09-07- 2026 Accepted: 16-09- 2026 Published: 31-10-2026

# Pengaruh Literasi Keuangan Dan Kemudahan Teknologi Terhadap Fomo Finansial Dengan Mediasi Digitalisasi Pada Generasi Z Organisasi Pmii Universitas Primagraha

Nani Safitri[1)], Nurpah[2)], Agung Gumelar[3)], Selvia Amelia[4)], Bambang Hermawan[5)]

[1,2,3,4,5] Universitas Primagraha, Banten Indonesia

Email: safitrinani021@gmail.com[1,] nurpah144@gmail.com[2], agungkadugawir95@gmail.com[3], sselviaamelia11@gmail.com[4,] bambanghermawan@upg.ac.id[5]

Correspondence : safitrinani021@gmail.com[*]

***Abstract:*** *Generation Z's financial Fear of Missing Out (FOMO) is increasingly prevalent amid rapid technological advancement and the expansion of digitalization. This research investigates how financial literacy and technological ease of use affect financial FOMO, with digitalization serving as a mediating variable, specifically among members of Primagraha University's Indonesian Student Association (PMII). Using a quantitative approach with Partial Least Squares (PLS) methodology on a sample of 94 respondents, the findings demonstrate that technological ease of use exerts a positive and significant influence on both digitalization and financial FOMO. Digitalization was further confirmed to significantly predict financial FOMO. In contrast, financial literacy showed no significant direct effect on either digitalization or financial FOMO. Additionally, the mediation analysis revealed that digitalization fully mediates the relationship between technological ease of use and financial FOMO.*

***Abstrak :*** *Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) finansial di kalangan Generasi Z semakin marak seiring dengan akselerasi teknologi dan perluasan digitalisasi. Penelitian ini bertujuan mengkaji dampak literasi keuangan serta kemudahan penggunaan teknologi terhadap FOMO finansial, dengan digitalisasi sebagai variabel yang memediasi hubungan tersebut, khususnya pada anggota PMII Universitas Primagraha. Menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis Partial Least Squares (PLS) dengan melibatkan 94 responden, temuan penelitian mengungkapkan bahwa kemudahan teknologi memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap digitalisasi maupun FOMO finansial. Digitalisasi pun terbukti secara signifikan memengaruhi FOMO finansial. Sebaliknya, literasi keuangan tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan, baik terhadap digitalisasi maupun FOMO finansial. Lebih jauh, uji mediasi membuktikan bahwa digitalisasi memediasi secara penuh pengaruh kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial.*

***Keywords :*** *Literasi Keuangan, Kemudahan Teknologi, Digitalisasi, FOMO Finansial, Generasi Z.*

## PENDAHULUAN

Transformasi digital yang berlangsung pesat telah mengubah cara anggota Generasi Z di organisasi PMII Universitas Primagraha dalam mengelola urusan keuangan mereka. Sebagai kelompok yang tumbuh berdampingan dengan layanan digital—mulai dari dompet elektronik, perbankan berbasis aplikasi, layanan paylater, hingga platform keuangan berbasis teknologi—generasi ini memperoleh kemudahan yang signifikan dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Namun demikian, rendahnya tingkat pemahaman finansial pada sebagian anggota organisasi ini memunculkan

kecenderungan perilaku yang tidak sehat secara ekonomi, antara lain pola konsumsi yang berlebihan, pemanfaatan layanan paylater tanpa rencana yang jelas, serta kerentanan terhadap paparan tren finansial di berbagai platform media sosial.

Inovasi dalam sektor keuangan melalui pemanfaatan platform digital bertujuan untuk mempercepat sekaligus menyederhanakan akses terhadap berbagai layanan finansial. Kehadiran ekosistem *financial technology* (fintech) memungkinkan masyarakat luas menjangkau layanan perbankan dan keuangan dengan cara yang jauh lebih praktis, hemat waktu, dan efisien secara biaya. Pertumbuhan ekosistem ini turut didorong oleh meningkatnya adopsi perbankan digital di kalangan Generasi Z—suatu kelompok yang sejak dini telah akrab dengan perangkat dan infrastruktur digital. Posisi Generasi Z saat ini bahkan telah menempatkan mereka sebagai segmen pengguna fintech terbesar di Indonesia (Aidil Fadli, 2024; Elsalonika & Ida, 2025).

Literasi keuangan memiliki peran krusial sebagai fondasi dalam proses pengambilan keputusan investasi yang rasional. Individu yang memiliki pemahaman finansial yang memadai akan lebih mampu mengevaluasi berbagai pilihan instrumen investasi serta mengelola eksposur risiko dengan lebih cermat dan terukur (Natalia & Wiyanto, 2021). Persepsi terhadap risiko juga memegang peran yang tidak kalah penting, di mana individu dengan kecenderungan menghindari risiko akan lebih berhati-hati dan sistematis dalam menelaah setiap opsi sebelum mengambil keputusan investasi (Hidayat & Pamungkas, 2022). Penelitian Christiana dkk. (2025) menegaskan bahwa keyakinan diri seseorang berkorelasi positif dengan kualitas perilakunya dalam mengambil keputusan, sehingga individu dengan kepercayaan diri yang lebih tinggi cenderung menunjukkan perilaku pengambilan keputusan yang lebih baik.

Penggunaan teknologi keuangan juga terbukti memengaruhi pola konsumtif mahasiswa melalui mekanisme psikologis tertentu (Abdurrohman et al., 2026).

Seiring dengan semakin dalamnya penetrasi teknologi digital, Generasi Z semakin bergantung pada ekosistem layanan keuangan digital—mencakup mobile banking, dompet digital, pinjaman berbasis aplikasi, hingga beragam platform fintech. Kondisi ini menjadikan literasi digital sekaligus literasi keuangan sebagai kompetensi esensial bagi setiap individu dalam mengelola dimensi finansial kehidupannya di era sekarang (Amelia & Andiani, 2023).

Kepercayaan merupakan faktor determinan yang signifikan dalam mendorong adopsi teknologi layanan keuangan, termasuk platform perbankan digital dan aplikasi fintech. Meskipun Generasi Z dikenal sangat akrab dengan teknologi, masih terdapat kekhawatiran yang cukup tinggi terkait keamanan data pribadi, risiko kebocoran informasi, serta ancaman penipuan digital—sehingga kepercayaan penuh terhadap layanan keuangan digital belum sepenuhnya terbentuk dalam jangka panjang.

Akan tetapi, kepercayaan pengguna dapat diperkuat melalui akumulasi pengalaman positif selama menggunakan layanan digital tersebut. Kemudahan transaksi, responsivitas layanan, kehandalan fitur

keamanan, serta transparansi sistem secara keseluruhan berkontribusi dalam menciptakan rasa aman dan nyaman bagi Generasi Z saat berinteraksi dengan platform keuangan digital. Karenanya, peningkatan standar keamanan dan transparansi yang berkelanjutan dipandang mampu mendorong Generasi Z untuk lebih aktif mengintegrasikan perbankan digital dan fintech dalam kehidupan sehari-hari (Meliana & Supriyadi, 2025).

Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022 yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 49,68%, sementara indeks inklusi keuangan mencapai 85,10%. Kesenjangan antara dua angka tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar masyarakat telah memiliki akses terhadap layanan keuangan, namun masih belum mampu memahami sepenuhnya cara mengelola dan memanfaatkannya secara tepat. Kondisi ini berpotensi mendorong munculnya perilaku keuangan yang irasional, seperti mengikuti tren investasi atau gaya hidup finansial tanpa didasari pertimbangan yang matang. Secara teoritis, literasi keuangan merupakan pengetahuan dan kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara efektif (OJK, 2024).

Meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap internet menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang paling aktif dalam mengonsumsi konten digital, termasuk informasi di bidang keuangan. Kemudahan teknologi memungkinkan mereka mengakses media sosial, platform investasi, dan layanan fintech dengan cepat dan tanpa hambatan. Namun, kemudahan akses ini tidak selalu diimbangi dengan kualitas informasi keuangan yang memadai, mengingat banyak konten keuangan di media sosial yang tidak terverifikasi keakuratannya dan hanya mengikuti arus tren. Akibatnya, digitalisasi turut berkontribusi dalam memperkuat perilaku emosional pada proses pengambilan keputusan keuangan. Temuan penelitian sebelumnya juga menegaskan bahwa digitalisasi keuangan memang mampu meningkatkan partisipasi finansial masyarakat, namun pada saat yang sama dapat memunculkan pola konsumsi impulsif dan tekanan finansial akibat kemudahan akses yang berlebihan (Wahyuni et al., 2022).

Di lingkungan organisasi kemahasiswaan seperti PMII Universitas Primagraha, tidak sedikit anggota yang mengikuti tren keuangan—mulai dari aktivitas investasi, perdagangan aset, hingga pola gaya hidup konsumtif yang berbasis digital—bukan atas pertimbangan yang matang, melainkan semata-mata didorong oleh ketakutan akan ketertinggalan dari lingkungan sosial mereka, atau yang dikenal dengan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

Setidaknya tiga faktor utama mendorong terbentuknya perilaku ini, yakni: tekanan dari kelompok teman sebaya, pengaruh konten media sosial seperti *flexing* dan *financial influencer*, serta keterbatasan pengalaman dan kematangan emosional dalam pengelolaan keuangan. Dampaknya, mahasiswa kerap membuat keputusan finansial yang dilandasi emosi dan mengikuti tren sesaat, bukan perencanaan yang

rasional. Ditambah lagi, era digital mempercepat penyebaran informasi secara massif sehingga tekanan sosial semakin besar, menjadikan FOMO finansial bukan lagi sekadar persoalan individual, melainkan perpaduan antara perkembangan teknologi, dinamika lingkungan sosial, dan rendahnya literasi keuangan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh penting terhadap perilaku pengelolaan keuangan individu, terutama pada generasi muda yang terpapar teknologi digital (Hermawan & Wahyudi, 2024).

## METODE

Penelitian ini dirancang menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif guna menganalisis keterkaitan antara literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial, dengan menempatkan digitalisasi sebagai variabel mediasi pada Generasi Z anggota PMII Universitas Primagraha. Sebanyak 94 responden dilibatkan dalam penelitian ini melalui penerapan teknik *purposive sampling*, yakni menyasar individu yang secara aktif memanfaatkan layanan keuangan digital seperti dompet elektronik, *mobile banking*, paylater, maupun fintech. Pengumpulan data dilakukan melalui instrumen kuesioner berskala Likert 1–5, dengan variabel penelitian mencakup literasi keuangan, kemudahan teknologi, digitalisasi, dan FOMO finansial. Analisis data menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan perangkat lunak SmartPLS, yang dipilih karena kesesuaiannya dalam menguji hubungan antarvariabel beserta efek mediasi pada ukuran sampel yang relatif terbatas. Pengujian dilakukan melalui evaluasi *outer model* untuk mengukur validitas dan reliabilitas, serta evaluasi *inner model* untuk memverifikasi hipotesis berdasarkan nilai *path coefficient*, t-statistik, dan p-value pada taraf signifikansi 5% (Hair et al., 2021).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 94 mahasiswa Generasi Z yang merupakan anggota PMII Universitas Primagraha dan aktif memanfaatkan teknologi digital serta media sosial, sehingga representatif untuk menganalisis dimensi literasi keuangan, kemudahan teknologi, digitalisasi, dan FOMO finansial. Pengujian validitas konvergen terhadap seluruh responden menghasilkan temuan bahwa semua indikator dari keempat variabel—literasi keuangan, kemudahan teknologi, digitalisasi, serta FOMO finansial—dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai outer loading seluruh indikator yang melampaui ambang batas 0,70, yang berarti setiap indikator mampu merepresentasikan konstruknya dengan tingkat akurasi yang memadai, sehingga data layak untuk dianalisis menggunakan metode PLS-SEM (Hair et al., 2021).

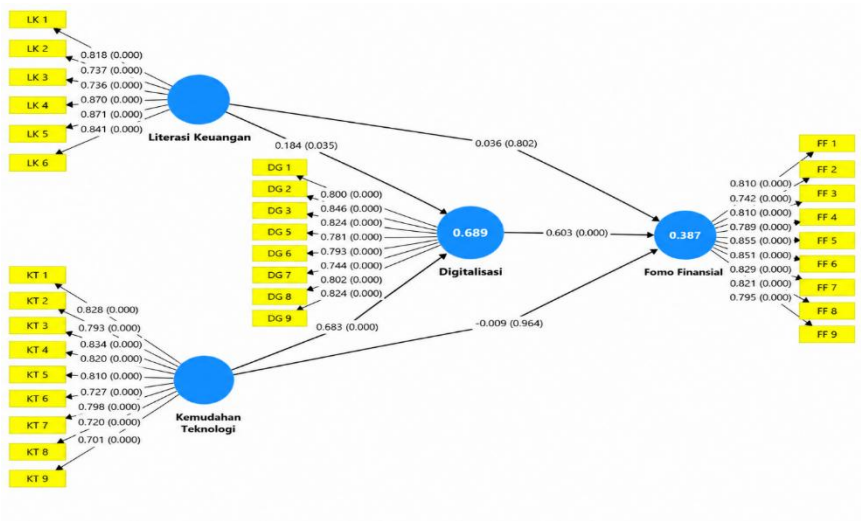
Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

| | Indeks Konsistensi Internal | Keandalan Gabungan | Status |
|---|---|---|---|
| Digitalisasi | 0.931 | 0.933 | Reliabel |
| Fomo Finansial | 0.935 | 0.936 | Reliabel |
| Kemudahan Teknologi | 0.921 | 0.923 | Reliabel |
| Literasi Keuangan | 0.898 | 0.911 | Reliabel |

Sumber : Hasil Dari Pemrosesan Data PLS Cerdas, 2026

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memenuhi standar keandalan yang disyaratkan, dengan nilai Cronbach's Alpha maupun Composite Reliability yang kesemuanya melampaui batas minimum 0,70. Hal tersebut mengindikasikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki konsistensi internal yang kuat dan layak digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara literasi keuangan, kemudahan teknologi, digitalisasi, dan FOMO finansial pada Generasi Z (Hair et al., 2021).

Bagian ini mengevaluasi model pengukuran guna menilai validitas dan reliabilitas konstruk, seperti yang diilustrasikan pada Gambar 1.




Gambar 1. Evaluasi Model Pengukuran (Model Luar)

Sumber : Hasil Dari Pemrosesan Data PLS Cerdas, 2026

Hasil analisis SmartPLS mengungkapkan bahwa literasi keuangan dan kemudahan teknologi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi pada mahasiswa Generasi Z, dengan nilai p masing-masing 0,035 dan 0,000. Selain itu, digitalisasi juga terbukti memberikan

dampak positif yang signifikan terhadap FOMO finansial dengan nilai p 0,000, yang bermakna bahwa semakin masif penggunaan teknologi dan platform media sosial keuangan, semakin kuat pula kecenderungan FOMO finansial pada Generasi Z (Przybylski et al., 2021). Akan tetapi, literasi keuangan dan kemudahan teknologi tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap FOMO finansial, dengan nilai p keduanya di atas 0,05, sehingga pengaruhnya lebih dominan bekerja secara tidak langsung melalui jalur digitalisasi. Nilai R-Square sebesar 68,9% untuk digitalisasi dan 38,7% untuk FOMO finansial memperlihatkan kemampuan model dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang tergolong cukup baik (Rahman et al., 2022).

Tabel 3 Nilai AVE

| Variabel | Average variance extracted (AVE) |
|---|---|
| Digitalisasi | 0.644 |
| Fomo Finansial | 0.66 |
| Kemudahan Teknologi | 0.613 |
| Literasi Keuangan | 0.663 |

Sumber : Hasil Dari Pemrosesan Data PLS Cerdas, 2026

Nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dimanfaatkan sebagai alat uji validitas konvergen pada masing-masing konstruk penelitian. Nilai AVE yang melampaui ambang 0,50 menandakan bahwa konstruk tersebut mampu menjelaskan lebih dari separuh varians indikator-indikatornya. Berdasarkan data penelitian, seluruh konstruk memiliki nilai AVE di atas 0,50, yang membuktikan bahwa semua variabel telah memenuhi kriteria validitas konvergen secara memadai (Fornell & Larcker, 1981).

Tabel 4 Uji R Square

| | R-square | R-square adjusted |
|---|---|---|
| **Digitalisasi** | 0.689 | 0.683 |
| **Fomo Finansial** | 0.387 | 0.367 |

Sumber : Hasil Dari Pemrosesan Data PLS Cerdas, 2026

Tabel 5 Uji F Square

| Hubungan Variabel | f-square | Kategori Ukuran Efek |
|---|---|---|
| Digitalisasi -> FOMO Finansial | 0,184 | Kecil |
| Kemudahan Teknologi -> Digitalisasi | 0,654 | Besar |
| Kemudahan Teknologi -> FOMO Finansial | 0,000 | Tidak Signifikan |
| Literasi Keuangan -> Digitalisasi | 0,047 | Kecil |
| Literasi Keuangan -> FOMO Finansial | 0,001 | Tidak Signifikan |

Sumber : Hasil Dari Pemrosesan Data PLS Cerdas, 2026

Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4, nilai R-Square mengonfirmasi bahwa variabel digitalisasi dapat dijelaskan oleh literasi keuangan dan kemudahan teknologi, sedangkan FOMO finansial dipengaruhi oleh ketiga variabel lainnya. Pada Tabel 5 uji F-Square, kemudahan teknologi terbukti memberikan kontribusi terbesar terhadap digitalisasi, sementara digitalisasi menjadi faktor yang mendorong munculnya FOMO finansial pada Generasi Z anggota PMII Universitas Primagraha. Pengaruh langsung literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial tergolong lemah, sehingga digitalisasi semakin terbukti berperan sebagai variabel mediasi yang kuat dalam penelitian ini (Hair et al., 2021).

Pengujian hipotesis pertama menghasilkan temuan bahwa literasi keuangan tidak memiliki dampak langsung yang signifikan terhadap FOMO finansial pada Generasi Z anggota PMII Universitas Primagraha, sebagaimana tercermin dari nilai path coefficient sebesar 0,036, T-statistik 0,252, dan p-value 0,802 yang melampaui batas signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman keuangan responden belum cukup kuat untuk secara langsung membentuk atau menghambat perilaku FOMO finansial dalam proses pengambilan keputusan mereka.

Hasil ini sejalan dengan pandangan Saerang & Rumokoy (2024) yang menyatakan bahwa tingginya akses Generasi Z terhadap layanan keuangan digital tidak serta-merta diikuti oleh perilaku keuangan yang rasional. Cappelli et al. (2024) menegaskan bahwa perilaku FOMO finansial lebih banyak dipengaruhi oleh faktor psikologis, tekanan sosial, dan dinamika lingkungan digital dibandingkan hanya faktor literasi keuangan semata. Penelitian Tedianta & Purwaningrum (2024) juga menunjukkan hal serupa pada investasi kripto, sedangkan Armeyanti, Umyana, & Karpriana (2025) menemukan bahwa FOMO tetap mampu memengaruhi keputusan investasi meskipun individu bersangkutan memiliki literasi keuangan yang tergolong tinggi.

Dalam kerangka Theory of Planned Behavior (TPB), Christiana dkk. (2025) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan, norma sosial, dan kontrol perilaku. Oleh karena itu, meskipun responden memiliki pemahaman keuangan yang cukup, pengaruh tren investasi dan gaya hidup digital tetap dapat mendorong munculnya FOMO finansial.

Pengujian hipotesis kedua memperlihatkan bahwa kemudahan teknologi tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap FOMO finansial. Nilai path coefficient yang diperoleh adalah -0,009 dengan T-statistik 0,045 dan p-value 0,964 yang jauh melampaui ambang batas 0,05. Dengan demikian, meskipun Generasi Z terbiasa memanfaatkan berbagai platform keuangan digital seperti e-wallet, mobile banking, dan fintech, kemudahan dalam mengakses teknologi tersebut tidak secara langsung membangkitkan perilaku FOMO finansial.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan teknologi lebih berfungsi sebagai enabler akses, bukan sebagai faktor pemicu utama FOMO finansial. Hariyani & Prasetio (2024) menjelaskan bahwa penggunaan dompet digital memang membuat transaksi lebih praktis, namun pengaruhnya terhadap FOMO terjadi secara tidak langsung melalui intensifikasi penggunaan platform digital dan paparan terhadap tren keuangan di media sosial.

Temuan ini juga diperkuat oleh data riset OCBC NISP Financial Fitness Index (FFI) tahun 2024, yang mencatat bahwa sekitar 80% generasi muda Indonesia mengeluarkan uang demi mengikuti tren teman sebaya. Hal ini menegaskan bahwa FOMO finansial lebih banyak dibentuk oleh tekanan sosial dan konten media sosial dibandingkan sekadar kemudahan aksesibilitas teknologi itu sendiri.

Pengujian hipotesis ketiga mengonfirmasi bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, dengan nilai path coefficient 0,184, T-statistik 2,116, dan p-value 0,035 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05. Hal ini mengandung makna bahwa semakin tinggi pemahaman keuangan anggota PMII Universitas Primagraha, semakin intensif pula pemanfaatan layanan keuangan digital, seperti fintech, mobile banking, dan e-wallet. Temuan ini konsisten dengan penelitian Ayu Saputri Desi & Nabila (2025) yang mengungkapkan bahwa pemahaman keuangan digital mampu meningkatkan frekuensi transaksi digital pada Generasi Z.

Fadiyah & Widodo (2024) juga menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku pengelolaan keuangan digital. Natalia & Wiyanto (2021) menambahkan bahwa individu dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih percaya diri dalam menggunakan layanan keuangan digital karena memahami manfaat dan risikonya. Meskipun efeknya tergolong kecil (f-square = 0,047), temuan ini tetap membuktikan bahwa literasi keuangan berkontribusi dalam mendorong digitalisasi, selaras dengan pandangan Akbar & Armansyah (2023) bahwa literasi keuangan dan akses digital saling memperkuat satu sama lain.

Pengujian hipotesis keempat memperlihatkan bahwa kemudahan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap digitalisasi, dengan nilai path coefficient 0,683, T-statistik 9,342, dan p-value 0,000 yang berada jauh di bawah taraf signifikansi 0,01. Nilai f-square 0,654 mengategorikan pengaruh ini sebagai besar, yang menjadikan kemudahan teknologi sebagai variabel paling dominan dalam model

penelitian ini. Implikasinya adalah bahwa semakin intuitif dan mudah digunakan teknologi, semakin tinggi pula intensitas penggunaan layanan keuangan digital oleh Generasi Z.

Temuan ini sesuai dengan karakteristik Generasi Z sebagai *digital native* yang telah terbiasa mengintegrasikan teknologi dalam aktivitas keseharian. Menurut Aidil Fadli (2024) serta Elsalonika & Ida (2025), kemudahan fitur aplikasi—seperti antarmuka yang ramah pengguna, kecepatan pemrosesan transaksi, dan kelengkapan fitur—mendorong meningkatnya penggunaan layanan digital. Sari & Albart (2024) menambahkan temuan serupa dalam konteks yang relevan.

Pengujian hipotesis kelima membuktikan bahwa digitalisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap FOMO finansial, dengan nilai path coefficient 0,603, T-statistik 4,821, dan p-value 0,000 yang jauh di bawah batas signifikansi 0,01. Dengan demikian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, aplikasi fintech, dan platform investasi oleh Generasi Z, semakin besar pula kecenderungan mereka untuk mengalami FOMO finansial.

Temuan ini konsisten dengan penelitian Przybylski et al. (2021) yang menunjukkan bahwa paparan konten digital secara terus-menerus dapat memunculkan rasa takut tertinggal ketika melihat orang lain melakukan aktivitas finansial di media sosial. Muaviah (2023) juga menyatakan bahwa digitalisasi membuat Generasi Z lebih rentan terhadap pengaruh tren finansial, seperti investasi kripto, trading saham, dan gaya hidup konsumtif digital. Konten flexing dan financial influencer turut memperkuat tekanan sosial sehingga keputusan keuangan sering didasarkan pada emosi, bukan perencanaan rasional. Hal ini diperkuat oleh nilai R-Square 38,7% yang menunjukkan bahwa digitalisasi merupakan faktor penting dalam pembentukan FOMO finansial (Rahman et al., 2022).

Uji mediasi mengungkapkan bahwa digitalisasi berperan sebagai perantara dalam hubungan antara literasi keuangan dan FOMO finansial (H6), dengan p-value 0,035 (<0,05), sehingga tergolong sebagai mediasi parsial. Selain itu, digitalisasi juga memediasi pengaruh kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial (H7) dengan p-value 0,000 (<0,01), yang menunjukkan mediasi penuh karena pengaruh langsung kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial tidak signifikan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi literasi keuangan dan kemudahan teknologi yang dimiliki, semakin tinggi pula intensitas penggunaan layanan digital keuangan oleh Generasi Z. Namun, meningkatnya keterlibatan digital juga berpotensi meningkatkan risiko FOMO finansial apabila tidak diimbangi dengan sikap kritis terhadap konten keuangan di media sosial. Hasil ini sejalan dengan Akbar dan Armansyah (2023) serta Fadiyah & Widodo (2024) yang menegaskan bahwa digitalisasi dan literasi digital mampu memperkuat pengaruh penggunaan fintech terhadap perilaku keuangan.

Nilai R-Square menunjukkan bahwa variabel digitalisasi dapat dijelaskan sebesar 68,9% oleh literasi keuangan dan kemudahan teknologi, sedangkan FOMO finansial dapat dijelaskan sebesar 38,7% oleh variabel-variabel dalam model. Menurut Hair et al. (2021), temuan ini memperlihatkan kemampuan

model yang cukup kuat, meskipun masih terdapat faktor lain yang turut memengaruhi FOMO finansial, seperti tekanan sosial, karakteristik kepribadian, dan paparan konten media sosial.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian terhadap Generasi Z anggota PMII Universitas Primagraha, diperoleh sejumlah simpulan berikut. Pertama, kemudahan teknologi terbukti memberikan dampak yang positif dan signifikan terhadap digitalisasi, dan digitalisasi itu sendiri juga berpengaruh signifikan terhadap FOMO finansial. Kondisi ini mengindikasikan bahwa semakin mudahnya akses dan penggunaan teknologi digital—seperti dompet elektronik, mobile banking, dan fintech—berbanding lurus dengan peningkatan penggunaan layanan digital yang pada gilirannya dapat memicu perilaku FOMO finansial pada Generasi Z. Kedua, literasi keuangan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap FOMO finansial, meskipun tetap berkontribusi dalam mendorong penggunaan layanan digital keuangan. Ketiga, digitalisasi terbukti mampu memediasi hubungan antara literasi keuangan dan kemudahan teknologi terhadap FOMO finansial. Penelitian ini menekankan bahwa perkembangan teknologi digital membawa dampak yang signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z, sehingga peningkatan literasi keuangan dan penguatan kemampuan berpikir kritis dalam penggunaan teknologi menjadi hal yang mendesak, guna melindungi generasi ini dari perilaku finansial yang impulsif dan terjebak dalam arus tren tanpa pertimbangan yang matang.

## DAFTAR PUSTAKA


Abdurrohman, A., Alfarizi, A. W., Hermawan, B., Wijaya, P., & Solihin, A. (2026). The effect of financial literacy and fintech usage on students' consumptive behavior with self-efficacy as a mediating variable. Multidisciplinary Output Research for Actual and International Issue (MORFAI).

Aidil Fadli, J. (2024). Measuring the Level of Digital Financial Literacy Among Generation Y and Z inIndonesia. Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan, 12(5), 1891 1898.https://doi.org/10.37641/jimkes.v12i5.2813

Amelia, D., & Andiani, P. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Z. Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi, 9(2), 3468–3475.

Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z Berdasarkan Literasi. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 2(2), 107–124.

Ayu Saputri Maola Desi, & Nabila, Q. (2025). Stigma : Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 4(2), 53–60.

Armeyanti, Z., Umyana, A., & Karpriana, A. P. (2025). Pengaruh FOMO dan Social Media Influencer terhadap Keputusan Investasi dengan Literasi Keuangan sebagai Moderasi. Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA), 9(2), 3256–3280. https://doi.org/10.31955/mea.v9i2

Cappelli, M., et al. (2024). Behavioral Biases and Social Influence on Generation Z's Financial Decisions. Journal of Behavioral Finance, 25(1), 44–58. https://doi.org/10.1080/15427560.2024.xxxxx

Christiana, I., Saputra, N., & Putri, L. P. (2025). Determinan Perilaku Keuangan Gen Z: Antara Literasi Keuangan, Financial Technology dan Gaya Hidup Hedonis. Motivasi, 10(2), 165–175. https://doi.org/10.32502/mti.v10i2.1255

Elsalonika, A., & ida, ida. (2025). Perilaku Keuangan Generasi Z Peran Penerapan Financial. JurnalManajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 9, 365–379.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. Journal of Marketing Research, 18(1), 39–50. https://doi.org/10.2307/3151312

Fadiyah, N. L., & Widodo, H. (2024). Financial Technology and Literacy Shaping Students' Financial Management with Digital Literacy: Fintech dan Literasi Keuangan Membentuk Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa dengan Literasi Digital. Indonesian Journal of Law and Economics Review,19(4 SE-Finance Management). https://doi.org/10.21070/ijler.v19i4.1160

Hariyani, R., & Prasetio, T. (2024). Consumer Behavior Generasi Z: Aspek E-wallet dan Financial literacy.Jurnal Administrasi Bisnis, 4(2), 34–41. https://doi.org/10.31294/jab.v4i2.3725

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2021). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.

Hidayat, V. E., & Pamungkas, A. S. 2022. Pengaruh literasi keuangan, persepsi risiko, dan toleransi risiko terhadap keputusan investasi pada saham. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 4(3), 767-776. https://doi.org/10.24912/jmk.v4i3.19771

Hermawan, B., & Wahyudi, D. (2024). Analysis of the influence of financial literacy on personal financial management behavior in the millennial generation. International Journal of Social and Education (INJOSEDU), 1(6), 1649–1662.

Meliana, J. A., & Supriyadi, S. G. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Gen Z Menggunakan Bank Digital di Indonesia. Biznesa

Muaviah, E., Dewi, A. A., & Febriani, N. (2023). Generasi Z : Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana Pendahuluan Era revolusi digital telah mendorong penggunaan teknologi digital disemua bidang kehidupa. Journal of Social Contemplativa, 1(2),63-81.

Natalia, F., & Wiyanto, H. 2021. Pengaruh karakteristik demografis dan literasi keuangan terhadap keputusan investasi melalui behavioral biases. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan, 3(1), 214-225. https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11315.

Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2022. OJK. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-2022.aspx

Przybylski, A. K., et al. (2021). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. Computers in Human Behavior, 29(4), 1841–1848. https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014

Rahman, A., et al. (2022). Evaluating Model Fit in PLS-SEM: Criteria and Standards. Journal of Business Research, 139, 1–12. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.xxx

Sari, Z. P., Mardhiah, S., & Albart, N. (2024). Systematic Literature Review: Pengaruh Financial Technology terhadap Minat Investasi pada Generasi Z Tahun 2024. Jurnal Bisnis Mahasiswa. https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/306

Tedianta, S., & Purwaningrum, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Minat Investasi Cryptocurrency bagi Gen Z di Jakarta Selatan. Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ, 3. https://doi.org/10.xxxxx

Simarmata, R. E., Saerang, I. S.., & Rumokoy, L. J. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Penggunaan Digital Payment, dan Self Control terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, Vol. 12, No. 1, 462-475. https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/53965

Wahyuni, T. Y., Ghonniyyu, D. H., Efendi, N. P., Hati, K. A. P., Larasati, A. W., Irawan, S. A., Hutaman, S., Hanif, I., Delvin, M., Arina, N. B., Hanum, F., Wijaya, T. A., Khoirunnisa, A., & Anugrah, A. (2022). Fear of missing out (FOMO) sebagai gaya hidup di era modernisasi. In Proceeding Conference on Psychology and Behavioral Sciences, 1, 68–72.