

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Teknologi digital hadir dan berkembang di Indonesia selama satu dekade terakhir telah memberikan perubahan yang besar pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, dimulai dari pola komunikasi, konsumsi, hingga aktivitas ekonomi dan keuangan masyarakat. Transformasi digital yang terjadi tidak hanya menciptakan efisiensi dan efektivitas dalam berbagai kegiatan, melainkan juga membuka sebuah peluang pertumbuhan ekonomi melalui hadirnya layanan berbasis teknologi yang semakin mempermudah masyarakat dalam bertransaksi (Makhmut *et al.*, 2025). Salah satu pendorong utama terjadinya perubahan pola aktivitas ekonomi masyarakat yang tumbuh adalah munculnya perkembangan ekonomi digital dari waktu ke waktu. Ekonomi digital adalah kegiatan ekonomi yang memanfaatkan teknologi untuk bertransaksi dan berbisnis. Ekonomi digital mencakup berbagai sektor, seperti layanan keuangan digital, transportasi berbasis aplikasi, *e-commerce*, hingga teknologi pendidikan. Indonesia menjadi salah satu negara potensial menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi digital di kawasan Asia Tenggara (Metro, 2025).

Perkembangan ekonomi digital yang pesat tidak hanya berdampak pada peningkatan aktivitas ekonomi secara makro, tetapi juga mendorong terjadinya perubahan tingkah laku penduduk dalam bertransaksi dan berinteraksi dengan teknologi digital dalam rutinitas, khususnya dalam aktivitas konsumsi dan transaksi keuangan. Digitalisasi layanan dan kemudahan akses teknologi telah menggeser

pola transaksi konvensional menuju sistem yang lebih praktis, cepat, dan terintegrasi secara digital. Perubahan ini tercermin dari meningkatnya nilai ekonomi digital Indonesia yang kerap menunjukkan tren pertumbuhan signifikan tiap tahunnya. Menurut riset terbaru yang telah dilakukan oleh Google, Temasek, dan Bain & Company (2025), menyatakan bila nilai ekonomi digital Indonesia dapat diramalkan hampir meraih USD 100 miliar, setara dengan Rp 1.672 triliun dalam *Gross Merchandise Value* (GMV) pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan pertumbuhan sebesar 14% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sekaligus mempertahankan posisi Indonesia selaku pemegang terbesar ekonomi digital di Asia Tenggara (Google, 2025).

Ekonomi digital di Indonesia yang terus meningkat, mendorong berkembangnya ragam sektor pendukung, seperti sektor keuangan digital yang berperan penting dalam memberikan fasilitas aktivitas transaksi masyarakat. Perkembangan ini menjadi bersangkut-paut bersamaan dengan pesatnya sektor keuangan bertransformasi karena melesatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang praktis, cepat, dan berbasis teknologi. Melalui digitalisasi sektor keuangan ini mendorong lahirnya berbagai inovasi layanan teknologi keuangan yang dikenal sebagai *financial technology* (fintech). *Financial technology* memfasilitasi masyarakat untuk menjalankan berbagai aktivitas keuangan yang dilakukan secara digital melalui *smartphone*, seperti pembayaran, pinjaman, investasi, hingga pencatatan keuangan. Kemudahan akses, transaksi yang cepat, dan biaya yang lebih rendah membuat *financial technology* (fintech) mendapatkan respon baik dari masyarakat sehingga cukup banyak diminati,

terutama oleh para generasi muda. *Financial technology* yakni sebuah inovasi teknologi sektor keuangan yang mengembangkan arsitektur kekayaan, app, proses maupun komoditas baru yang memiliki dampak signifikan terhadap penyelarasan layanan keuangan melalui penerapan ide-ide kreatif dan pemanfaatan teknologi inovatif (Kusuma & Asmoro, 2020). Kehadiran inovasi ini menghasilkan perubahan yang signifikan dalam perilaku keuangan masyarakat, sehingga mendorong pergeseran dari transaksi konvensional menuju transaksi digital.

Perubahan perilaku keuangan masyarakat akibat adopsi *financial technology* (fintech) tercermin pada semakin beragamnya jenis layanan fintech yang berkembang dan dipakai oleh khalayak luas dalam rutinitas mereka. Inovasi dari fintech tidak hanya memberikan banyaknya pilihan layanan keuangan digital, tetapi semakin berintegrasi dengan aktivitas ekonomi masyarakat, sehingga mendorong peningkatan intensitas penggunaan layanan keuangan digital dalam berbagai transaksi. Kehadiran *financial technology* di Indonesia membawa transformasi yang cukup besar dalam perilaku masyarakat bertransaksi serta mengelola keuangan (Sari & Huda, 2025). *E-wallet* menjadi pilihan utama terobosan fintech yang banyak digunakan di kalangan publik, terutama pada kalangan angkatan muda (Jakpat, 2025). Proses pembuatan akun yang mudah, kemudahan penggunaannya melalui *smartphone* dan koneksi internet yang memadai membuat *e-wallet* menjadi alat transaksi yang cepat, praktis, dan efisien, sehingga mendorong perubahan preferensi pembayaran dari tunai ke non-tunai (digital).

**Tabel 1.1 Persentase Penggunaan Jenis Fintech di Indonesia pada Tahun 2025**

No.	Jenis Fintech	Persentase
1.	<i>E-Wallet</i>	95%
2.	<i>Paylater</i>	29%
3.	Pinjaman <i>Online</i> (Pinjol)	9%
4.	Crowdfunding	4%
5.	P2P Lending	3%
6.	<i>E-Aggregator</i>	2%

Sumber: Jakpat, Tahun 2025

Tingginya intensitas penggunaan berbagai layanan *financial technology* pada data diatas menunjukkan ketergantungan masyarakat terhadap layanan keuangan digital sebagai bagian dari aktivitas keuangan masyarakat Indonesia. Seiring dengan perkembangan tersebut, metode pembayaran non-tunai turut membentuk pola hidup baru di masyarakat yang dikenal sebagai *cashless society* (Sabrina Luthfia *et al.*, 2026). Pergeseran menuju kebiasaan non-tunai di Indonesia berlangsung secara signifikan dan mengarah pada terbentuknya masyarakat yang semakin bergantung pada sistem pembayaran digital. *Cashless society* merupakan tatanan baru dalam masyarakat yang secara luas menggunakan pembayaran digital sebagai instrumen pembayaran, sedangkan eksistensi uang kertas tidak lagi dipandang sebagai pilihan utama dalam instrumen pembayaran (Ompusunggu & Poniman, 2024). Fenomena *cashless society* ini didukung oleh meningkatnya penggunaan *e-wallet* yang mencapai angka tertinggi sebesar 95% (Jakpat, 2025). Perilaku *cashless payment* ini mayoritas didorong oleh generasi muda, terutama Generasi Z, dengan tingkat adopsi mencapai 76% (Visa, 2024).

Namun demikian, perkembangan pesat fintech yang membawa *cashless society* tidak hanya membawa hal positif, namun dapat membawa sejumlah

tantangan baru. Bersamaan kemajuan teknologi dan kemudahan akses terhadap layanan digital, perilaku individu dalam mengelola keuangan turut mengalami perubahan, baik secara positif maupun negatif. Masih banyak individu, terkhususnya generasi muda yang justru cenderung bersikap konsumtif serta tidak bijak dalam mengatur keuangan dan berisiko mengalami beban utang akibat penggunaan layanan fintech yang berlebihan, terutama pada layanan kredit digital seperti *paylater* dan *P2P lending*. Perilaku keuangan memiliki kaitan dengan tanggung jawab individu terkait cara pengelolaan keuangan (Ningtyas & Andarsari, 2021). Tindakan konsumtif pada individu terjadi karena belum cukup mempunyai kesadaran responsibilitas dalam melakukan pengelolaan keuangan yang dipicu oleh keterbatasan pemahaman terhadap pengelolaan keuangan (Akbar & Armansyah, 2023) yang dapat mempengaruhi stabilitas keuangan pribadi. Fenomena meningkatnya pemakaian layanan *paylater* dan *P2P lending* berpotensi memicu perilaku keuangan yang irasional, seperti kecenderungan perolehan impulsif serta meningkatnya ketergantungan terhadap utang (Nurfitri & Setyaningsih, 2025). Maka dari itu, penggunaan fintech menuntut kemampuan individu untuk mengelola keuangan dengan tepat dan bijaksana, karena fintech bukanlah hanya alat transaksi, tetapi menjadi komponen gaya hidup masyarakat yang pada akhirnya dapat berpotensi untuk mempengaruhi pola pengelolaan keuangan sehari-hari.

Tantangan dalam penggunaan *financial technology* menandakan bahwa tingginya intensitas pemanfaatan layanan keuangan digital belum tentu diimbangi oleh kemampuan individu dalam mengelola keuangan secara bijak. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kondisi tersebut adalah taraf pemahaman literasi

keuangan masyarakat yang masih belum memadai, terlebih dalam menghadapi kerumitan layanan dan produk keuangan digital yang semakin beragam. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) merupakan survei tahunan gagasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai alat ukur penilaian tingkat literasi serta inklusi keuangan khalayak di Indonesia. Pelaksanaan SNLIK dilakukan secara periodik setiap tiga tahun sekali sejak tahun 2013 hingga 2022. Sejalan dengan upaya peningkatan kualitas pemetaan dan evaluasi literasi serta inklusi keuangan, sejak tahun 2024 pelaksanaan SNLIK dilakukan secara tahunan dengan melibatkan kerja sama bersama Badan Pusat Statistik (BPS) guna memastikan mutu dan kredibilitas data yang dihasilkan (Keuangan & Statistik, 2024). Berasaskan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025, taraf literasi keuangan penduduk Indonesia memperoleh persentase 66,46%, sementara tingkat inklusi keuangan sebesar 80,51% (OJK, 2025).

**Tabel 1.2 Perkembangan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan di Indonesia Periode 2019-2025**

Indeks Literasi Keuangan			Indeks Inklusi Keuangan		
No.	Tahun	Persentase	No.	Tahun	Persentase
1.	2019	38,03%	1.	2019	76,19%
2.	2022	49,68%	2.	2022	85,10%
3.	2024	65,43%	3.	2024	75,02%
4.	2025	66,46%	4.	2025	80,51%

*Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Tahun 2019-2025*

Meskipun angka tersebut menunjukkan peningkatan indeks literasi dan inklusi keuangan dibandingkan tahun sebelumnya, dapat dilihat indeks hasil tahun 2025 masih terdapat kesenjangan dengan selisih 14,05% yang menggambarkan terjadinya fenomena *high access-low literacy*, yaitu suatu situasi tatkala masyarakat

mendapat perluasan jangkauan terhadap instrumen keuangan, akan tetapi belum menguasai wawasan yang mencukupi untuk melakukan pengelolaan finansial secara bijak.

Ketimpangan antara tingkat literasi dan inklusi keuangan terjadi secara merata pada seluruh kelompok masyarakat, namun terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan karakteristik demografis dan usia. Berdasarkan hasil SNLIK tahun 2025 menunjukkan bahwa kelompok usia muda menjadi salah satu kelompok yang paling rentan mengalami fenomena *high access-low literacy*, mengingat tingginya ketekunan pemakaian layanan keuangan digital yang tak selalu diiringi bersama literasi keuangan yang memadai. Kelompok usia muda atau yang disebut sebagai Generasi Z memiliki tingkat literasi keuangan berada pada rata-rata 62,45%, sedangkan tingkat inklusi keuangan jauh lebih tinggi dengan rata-rata 81,98%. Kesenjangan 19,53% menunjukkan bahwa Generasi Z pada rentang usia 15-25 tahun cenderung aktif menggunakan layanan keuangan digital, walaupun tingkat dari literasi keuangan Generasi Z masih jauh lebih.

**Tabel 1.3 Indeks Literasi dan Keuangan 2025 Kelompok Umur**

Indeks Literasi Keuangan 2025			Indeks Inklusi Keuangan 2025		
No.	Rentang Umur	Persentase	No.	Rentang Umur	Persentase
1.	15-17 Tahun	51,68%	1.	15-17 Tahun	74%
2.	18-25 Tahun	73,22%	2.	18-25 Tahun	89,96%
3.	26-35 Tahun	74,04%	3.	26-35 Tahun	86,10%
4.	36-50 Tahun	72,05%	4.	36-50 Tahun	85,81%
5.	51-79 Tahun	54,55%	5.	51-79 Tahun	66,88%

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Tahun 2025

Generasi Z atau yang biasa dikenal dengan *iGeneration* merupakan generasi yang tumbuh pada pergantian milenium yang dikenal sebagai kaum muda yang

melek akan internet (A'yun, 2025). Tercatat dalam Badan Pusat Statistika (BPS) (2025) Generasi Z di Indonesia saat ini merupakan kalangan demografis mayoritas, dengan proporsi 27,94% dari keseluruhan 74,39 juta jiwa populasi penduduk Indonesia. Generasi Z memiliki beberapa kendala terhadap layanan keuangan digital. Survei menunjukkan bahwa Generasi Z kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi secara tepat guna. Perilaku mengelola keuangan (*financial management behavior*) merujuk pada kapabilitas individu dalam mengoordinasikan (penyusunan, penaksiran, pengecekan, pengaturan, penanganan, penelurusan dan penabungan) dana keuangan harian (Al Kholilah Naila & Iramani. Rr, 2013). Survei Katadata Insight Center (2022) menyatakan bahwa Generasi Z konsumtif dalam belanja barang yang dibutuhkan dan kebutuhan rutin bulanan dibandingkan dengan menabung ataupun berinvestasi untuk keperluan finansial jangka panjang (Katadata, 2022).

**Tabel 1.4 Perilaku dalam Pengelolaan Keuangan Gen Z**

<b>Perilaku Keuangan</b>	<b>Selalu</b>	<b>Sering</b>	<b>Jarang</b>	<b>Tidak Pernah</b>
Membeli barang sesuai kebutuhan	46,2%	32,4%	18,3%	3,1%
Alokasi dana guna kewajiban yang harus dibayar	24,8%	19,8%	21,2%	34,2%
Alokasi dana untuk menabung di awal	21%	22,4%	40,4%	16,2%
Membuat rekening kebutuhan harian dan rekening tabungan secara terpisah	19,1%	16,0%	22,4%	42,5%
Alokasi pendapatan ke beberapa bagian pengeluaran (tagihan, konsumsi, dll.)	17,7%	24,1%	36,8%	21,4%
Mencatat dan merinci pengeluaran harian	16,5%	18,8%	33,1%	31,6%
Membeli barang keiinginan, bukan kebutuhan	6,4%	17,5%	54,1%	22%

*Sumber: Katadata Insight Center, Tahun 2022*

Hasil survei Katadata Insight Center (2022) menunjukkan perilaku kelola finansial Generasi Z masih tergolong rendah, tingginya akses terhadap ragam produk dan layanan keuangan digital tidak otomatis diikuti oleh kemampuan Generasi Z dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan keuangan secara efektif. Kemampuan mengendalikan keuangan menjadi sebuah keterampilan yang krusial untuk dikuasai karena berpengaruh terhadap kesejahteraan finansial jangka panjang individu. Berdasarkan data Katadata Insight Center (2022), Generasi Z di Indonesia tercatat paling sering menggunakan dompet digital (*e-wallet*) sebesar 68% sebagai instrumen utama dalam bertransaksi.

**Tabel 1.5 Layanan Keuangan yang Digunakan Generasi Z Indonesia**

<b>Layanan Keuangan</b>	<b>Persentase Penggunaan</b>
<i>E-Wallet</i> (Gopay, Ovo, Shopeepay, Dana, dll.)	68%
ATM Bank (Konvensional & Digital)	35,4%
Rekening Bank Konvensional	19,6%
<i>M-Banking</i>	20,7%
Rekening Bank Digital (Jenius, Jago, BCA Digital, dll.)	18,5%
<i>Internet Banking</i>	7,8%
Paylater (Kredivo, Aku laku, Shopee Paylater, dll.)	9,7%
<i>e-money</i> (Flazz, e-Money Mandiri, Brizzy)	7,3%
Kartu Kredit	2,9%
SMS Banking	2,9%
Layanan Keuangan lain	0,9%
Tidak satupun diatas	9,4%

*Sumber: Katadata Insight Center, Tahun 2022*

Perilaku pengelolaan keuangan Generasi Z tak hanya terpersuasi kemampuan literasi keuangan dan kemudahan akses terhadap teknologi keuangan, tetapi pengaruh sosial sebagai faktor luar yang turut membantu pembentukan pola pikir dan perilaku keuangan. Generasi Z yang sangat terhubung dengan lingkungan sosial

dan lingkungan digital membuat pengambilan keputusan keuangan semakin dipengaruhi oleh interaksi sosial, informasi, serta rekomendasi yang diperoleh dari lingkungan sekitarnya. Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan suatu dorongan, paksaan, atau ajakan dari lingkungan sosial seperti teman, keluarga, selebriti, maupun media sosial yang dapat membentuk persepsi dan keputusan seseorang terkait aktivitas finansialnya (Aditya & Mahyuni, 2022).

Pengaruh sosial yang kuat dalam kehidupan Generasi Z, semakin diperkuat oleh tingginya intensitas penggunaan media sosial sebagai sumber utama informasi, hiburan, dan referensi gaya hidup. Berdasarkan survei Jakpat (2024) yang melibatkan Generasi Z sebagai responden, menunjukkan bahwa 63% Generasi Z mengisi waktu luangnya untuk *scroll* media sosial (Sugiarti, 2025). Tingginya paparan konten digital terus-menerus membuat Generasi Z lebih mudah dipengaruhi oleh tren, opini, dan saran yang tersebar di media sosial, termasuk yang berkaitan dengan keputusan konsumsi dan penggunaan layanan keuangan. Fenomena ini sering terjadi dan disebut sebagai fenomena *Fear of missing out* (FOMO) yaitu tendensi individu untuk terbawa arus tren yang sedang populer agar tidak merasa tertinggal (Widiyanti *et al.*, 2024). Fenomena tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif, seperti mengikuti tren belanja, menggunakan layanan *paylater* karena adanya promosi besar, maupun berinvestasi berdasarkan rekomendasi di media sosial tanpa mempertimbangkan risiko secara matang, yang pada kemudian hari berpeluang mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan individu menjadi kurang optimal.

Pengaruh sosial dan tingginya paparan media sosial terhadap *financial management behavior* Generasi Z tidak terlepas dari lingkungan tempat generasi tumbuh dan beraktivitas. Lingkungan perkotaan dengan tingkat digitalisasi yang tinggi cenderung memperkuat intensitas penggunaan teknologi digital, baik dalam kehidupan sosial maupun aktivitas keuangan sehari-hari. Seperti halnya di Kota Surabaya, yang merupakan kota dengan julukan '*Smart City*' yang menduduki peringkat digitalisasi pertama dalam skala nasional untuk indeks Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) terbaik versi Kementerian PANRB tahun 2023 (MenpanRB, 2024). Digitalisasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Surabaya diimplementasikan kepada warganya melalui layanan masyarakat sebagai bentuk komitmen pemerintah Kota Surabaya untuk terus mengikuti perkembangan zaman. Melalui tingginya tingkat digitalisasi yang terwujud di Kota Surabaya, turut membentuk karakter penduduknya yang terbiasa dengan layanan digital, termasuk dalam konteks pengelolaan keuangan. Sebanyak 25,4% Generasi Z yang tinggal di wilayah Kota Surabaya (Surabaya, 2025) merupakan pengguna aktif layanan keuangan digital serta berada dalam lingkungan dengan intensitas interaksi yang tinggi.

Kondisi lingkungan dengan digitalisasi yang tinggi seperti Kota Surabaya, turut mempengaruhi karakteristik Generasi Z di Kota Surabaya dalam adopsi teknologi keuangan, khususnya dalam penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS, *e-wallet*, dan layanan *paylater*. Sebagai kelompok *digital natives*, Generasi Z terbiasa dengan kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital dalam berbagai aktivitas sehari-hari, mulai dari pembayaran transportasi umum

seperti Suroboyo Bus hingga transaksi di pusat perbelanjaan maupun pasar tradisional. Kemudahan ini mendorong ketergantungan yang masif terhadap teknologi dalam mengelola aktivitas keuangan. Di sisi lain, perilaku keuangan Generasi Z di Kota Surabaya juga tak terlepas dari pengaruh sosial yang kuat. Budaya nongkrong yang berkembang pesat seiring dengan menjamurnya kafe dan pusat perbelanjaan di Kota Surabaya, turut membentuk pola konsumsi generasi muda. Tekanan gaya hidup yang terpengaruh oleh media sosial, seperti fenomena FOMO, memotivasi individu untuk mengikuti tren, mengunjungi tempat yang sedang viral, dan mempertahankan citra tertentu di lingkungan sosialnya. Kondisi ini seringkali memicu pengeluaran finansial yang bersifat impulsif. Lingkungan sosial juga berperan penting dalam membentuk kebiasaan finansial, di mana gaya hidup dalam kelompok pertemanan, baik di lingkungan kampus maupun tempat kerja, dapat mempengaruhi cara individu dalam membelanjakan dan mengelola keuangannya. Tingginya paparan teknologi digital dan penggunaan fintech, serta kuatnya pengaruh sosial malah berpotensi menimbulkan permasalahan dalam perilaku pengelolaan keuangan apabila tak diiringi oleh kemampuan literasi keuangan yang mencukupi. Situasi ini menegaskan urgensi dilakukannya penelitian komprehensif untuk mengkaji determinan yang berdampak pada manajemen keuangan Generasi Z di Surabaya. Meskipun terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah mengkaji pengaruh literasi keuangan, pengaruh sosial maupun penggunaan *financial technology* terhadap perilaku pengelolaan keuangan, sebagian besar dari penelitian tersebut masih dilakukan secara parsial dan belum menguji ketiga variabel tersebut secara simultan, terkhususnya pada kelompok Generasi Z sebagai

generasi yang rentan dan berada di wilayah perkotaan dengan tingkat digitalisasi tinggi seperti Kota Surabaya. Padahal, karakteristik Generasi Z yang memiliki intensitas penggunaan fintech yang tinggi serta paparan pengaruh sosial yang kuat menjadikan kelompok ini memiliki dinamika perilaku pengelolaan keuangan yang berbeda. Untuk itu, penelitian “**Pengaruh *Financial Literacy, Social Influence, dan Financial Technology Usage* terhadap *Financial Management Behavior* Generasi Z di Kota Surabaya**” ini berurgensi dilakukan guna menerima wawasan yang komprehensif mengenai determinan yang memberikan pengaruh terhadap tata kelola keuangan Generasi Z di Kota Surabaya sehingga dapat membagikan partisipasi baik secara akademik maupun praktis dalam upaya peningkatan kualitas pengelolaan keuangan kelompok muda di era ekonomi digital ini.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berlandaskan penjabaran latar belakang yang diutarakan, rumusan masalah dalam penelitian ini diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah *financial literacy, social influence, dan financial technology usage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya?
2. Apakah *financial literacy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya?
3. Apakah *social influence* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya?
4. Apakah *financial technology usage* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berlandaskan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy*, *social influence*, dan *financial technology usage* secara simultan terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial literacy* secara parsial terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *social influence* secara parsial terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh *financial technology usage* secara parsial terhadap *financial management behavior* Generasi Z di Kota Surabaya

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diproyeksikan dapat ikut andil dalam ekspansi ilmu pengetahuan di ranah manajemen keuangan. Melalui riset ini, diharap dapat diperoleh wawasan yang komprehensif berkenaan dengan bagaimana *financial literacy*, *social influence*, dan *financial technology usage* berperan dalam membentuk *financial management behavior*. Hasil yang didapat dari penelitian ini diharapkan pula dapat menjadi rujukan empiris guna pengembangan teori dan riset selanjutnya yang mengulas perilaku keuangan generasi muda di tengah perkembangan keuangan digital.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Perolehan dari riset ini diharap sanggup memaksimalkan pemahaman Generasi Z berkenaan dengan krusialnya literasi keuangan serta penggunaan *financial technology* secara bijak, sehingga mampu mendorong terbentuknya perilaku pengelolaan keuangan yang lebih sehat di masa mendatang. Bagi pemerintah dan otoritas terkait, temuan riset ini diharap dapat diwujudkan sebagai bahan keputusan dalam rancangan dan perluasan program peningkatan literasi keuangan serta edukasi penggunaan keuangan digital yang lebih efektif dan selaras dengan ciri khas masyarakatnya. Bagi penyedia layanan keuangan digital, riset ini diharap dapat menyumbangkan rekomendasi dalam pengembangan produk dan layanan *financial technology* yang tidak hanya inovatif, tetapi juga mampu mendukung dan memotivasi perilaku pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab pada generasi muda.