

## Peran Financial Socialization Dalam Memediasi Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Digital Financial Behaviour Generasi Z

Billy Mathew Hadap<sup>1</sup>, Evelyn<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Kristen Petra, Surabaya, Indonesia

\*Corresponding author: [evelyn@petra.ac.id](mailto:evelyn@petra.ac.id)

**Abstrak:** Perkembangan layanan keuangan digital telah mengubah perilaku keuangan Generasi Z, khususnya dalam penggunaan *e-wallet*, *mobile banking*, dan layanan *buy now pay later*. Kemudahan akses terhadap layanan tersebut memberikan fleksibilitas dalam aktivitas keuangan sehari-hari, tetapi juga menuntut individu untuk memiliki pemahaman, keterampilan, dan kesadaran yang memadai dalam mengelola keuangan digital. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* serta menganalisis peran *financial socialization* sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada Generasi Z di Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden berdomisili di Surabaya, lahir pada tahun 1997–2007, telah memiliki pendapatan sendiri, aktif menggunakan layanan keuangan digital, serta melakukan transaksi keuangan digital minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir. Jumlah responden yang memenuhi kriteria dan digunakan dalam analisis sebanyak 413 responden. Data dianalisis menggunakan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital financial behaviour*. Selain itu, *financial socialization* terbukti memediasi pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital secara bertanggung jawab dapat mendorong *digital financial behaviour* yang lebih baik. Proses pembelajaran keuangan melalui orang tua, teman sebaya, dan media digital juga membantu menjelaskan penerapan *digital financial literacy* dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari.

**Kata kunci:** *Digital Financial Literacy; Financial Socialization; Digital Financial Behaviour; Generasi Z.*

**Abstract:** *The development of digital financial services has significantly changed the financial behaviour of Generation Z, particularly in the use of e-wallets, mobile banking, and buy now pay later services. Although these services provide convenience and flexibility, they also require individuals to have adequate knowledge, skills, and awareness in managing digital financial activities. This study aims to examine the effect of digital financial literacy on digital financial behaviour and to analyze the mediating role of financial socialization in this relationship. This research used a quantitative associative approach. Primary data were collected through an online questionnaire distributed to Generation Z respondents in Surabaya. The sampling technique used was purposive sampling, with criteria including respondents born between 1997 and 2007, residing in Surabaya, having their own income, actively using digital financial services, and conducting digital financial transactions at least three times in the last month. A total of 413 valid responses were analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) with SmartPLS. The results show that digital financial literacy has a positive and significant effect on digital financial behaviour. In addition, financial socialization significantly mediates the effect of digital financial literacy on digital financial behaviour. These findings indicate that the ability to understand, evaluate, and use digital financial services responsibly can encourage better digital financial behaviour among Generation Z. Furthermore, financial learning through parents, peers, and digital media functions as an intermediary mechanism that helps digital financial literacy translate into daily digital financial behaviour.*

**Keywords:** *Digital Financial Literacy; Financial Socialization; Digital Financial Behaviour; Gen Z.*

### Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia telah mendorong perubahan pola konsumsi dan perilaku keuangan Generasi Z. Kelompok ini tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital, media sosial, dan layanan keuangan berbasis aplikasi, sehingga aktivitas keuangan sehari-hari semakin

banyak dilakukan melalui platform digital. Laporan Indonesia Millennial & Gen Z Report menunjukkan bahwa generasi ini memiliki karakter *experience oriented*, dipengaruhi oleh tren media sosial, serta memiliki kekhawatiran terhadap kondisi ekonomi dan masa depan keuangan (IDN Research Institute, 2026). Sementara itu, *Indonesia Digital Economic and Financial Outlook* mencatat bahwa 68% responden menggunakan *e-wallet* sebagai metode pembayaran utama dan 44% melakukan transaksi belanja online setiap minggu (Populix, 2024). Kemudahan akses terhadap layanan keuangan digital juga terlihat dari meningkatnya penggunaan *buy now pay later* (BNPL). Survei *Katadata Insight Center* dan *Kredivo* menunjukkan bahwa 70,4% pengguna *paylater* berasal dari kelompok usia 18–35 tahun, yang didominasi oleh generasi milenial dan Generasi Z (Katadata Insight Center & Kredivo, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa layanan keuangan digital telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda. Namun, kemudahan tersebut juga dapat mendorong ketergantungan terhadap pembayaran digital, pembelian impulsif, penggunaan kredit digital secara berlebihan, dan perilaku konsumtif yang kurang diimbangi dengan perencanaan keuangan yang baik (Indriani, 2025; Rasyidi, 2025; Wibowo, 2025).

Tingginya penggunaan layanan keuangan digital belum sepenuhnya diikuti oleh pemahaman keuangan yang memadai. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan menunjukkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 65,43%, sedangkan indeks inklusi keuangan mencapai 75,02% (Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik, 2024). Perbedaan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingkat penggunaan layanan keuangan dan pemahaman masyarakat terhadap manfaat, risiko, serta pengelolaan produk keuangan. Dalam konteks digital, kesenjangan ini dapat meningkatkan risiko pengambilan keputusan finansial yang kurang rasional, lemahnya kontrol terhadap pengeluaran, serta penggunaan fasilitas kredit digital yang tidak sesuai kemampuan. Oleh karena itu, *digital financial behaviour* menjadi konsep penting untuk memahami bagaimana individu menggunakan layanan keuangan digital secara terencana, rasional, dan bertanggung jawab. Dalam penelitian ini, *digital financial behaviour* difokuskan pada perilaku transaksi digital, pengendalian pengeluaran, pemantauan transaksi, serta penggunaan kredit digital secara bijak. (Vieira et al., 2024).

Salah satu faktor yang dapat membentuk *digital financial behaviour* adalah *digital financial literacy*. *Digital financial literacy* dapat dipahami sebagai kemampuan individu dalam memahami, mengevaluasi, dan menggunakan layanan keuangan digital secara aman, efektif, dan bertanggung jawab. Kemampuan ini mencakup pemahaman terhadap produk keuangan digital, evaluasi risiko transaksi online, serta kemampuan memilih layanan keuangan digital secara tepat (Başar et al., 2025; Morgan et al., 2019; OECD, 2024). Dalam perspektif *behavioural finance*, perilaku keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor kognitif, tetapi juga oleh faktor sosial, pengalaman, kebiasaan,

dan lingkungan individu dalam mengambil keputusan keuangan (Ricciardi & Simon, 2000). Faktor sosial tersebut dapat dijelaskan melalui *financial socialization*, yaitu proses pembelajaran nilai, sikap, dan perilaku keuangan melalui interaksi dengan orang tua, teman sebaya, dan media digital (Gudmunson & Danes, 2011; LeBaron & Kelley, 2021). *Financial socialization* dapat menjadi mediator karena individu yang memiliki *digital financial literacy* yang lebih baik cenderung lebih aktif dalam mencari, memahami, dan mengevaluasi informasi keuangan dari lingkungannya. Proses pembelajaran sosial tersebut kemudian membantu individu menerapkan *digital financial literacy* ke dalam *digital financial behaviour* yang lebih bijak.

Meskipun penelitian sebelumnya telah membahas *financial literacy*, *financial socialization*, dan *financial behaviour*, sebagian besar kajian masih berfokus pada konteks keuangan konvensional. Penelitian mengenai *digital financial literacy* umumnya menekankan pengaruhnya terhadap penggunaan layanan keuangan digital atau perilaku keuangan secara langsung (Başar et al., 2025; Pak et al., 2024). Namun, kajian yang mengintegrasikan *digital financial literacy*, *financial socialization*, dan *digital financial behaviour* dalam satu model mediasi masih relatif terbatas, khususnya pada Generasi Z di Indonesia. Surabaya dipilih sebagai konteks penelitian karena merupakan salah satu kota besar di Indonesia dengan aktivitas ekonomi, pendidikan, dan penggunaan layanan digital yang berkembang pesat. Selain itu, keberadaan populasi Generasi Z yang aktif secara ekonomi dan sosial di wilayah ini menjadikan Surabaya relevan untuk mengkaji *digital financial behaviour* pada kelompok usia tersebut. Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* serta menganalisis peran *financial socialization* sebagai mediator pada Generasi Z di Surabaya.

## **Metode**

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antar variabel berdasarkan data numerik dari responden, sedangkan penelitian asosiatif digunakan untuk menganalisis pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* serta peran *financial socialization* sebagai variabel mediasi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan *Google Forms*.

Populasi dalam studi ini adalah Generasi Z yang telah menggunakan layanan keuangan digital. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden berdomisili di Surabaya, lahir pada tahun 1997–2007, memiliki pendapatan sendiri, aktif menggunakan layanan keuangan digital seperti *mobile banking*, *e-wallet*, *paylater*, atau *platform* investasi digital, serta melakukan transaksi keuangan digital minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir. Penentuan jumlah minimum sampel dilakukan menggunakan rumus *Lemeshow* karena

jumlah populasi tidak diketahui secara pasti. Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel minimum yang dibutuhkan adalah 385 responden, sedangkan data akhir yang memenuhi kriteria dan dianalisis berjumlah 413 responden.

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri dari pertanyaan penyaringan, karakteristik responden, dan pernyataan untuk mengukur variabel. Instrumen awal terdiri dari 24 item pernyataan, yaitu 9 item *digital financial literacy*, 7 item *financial socialization*, dan 8 item *digital financial behaviour*. *Digital financial literacy* diukur berdasarkan aspek *awareness, knowledge, and understanding; skills and behaviour*, serta *confidence, motivation, and attitude* (OECD, 2024). *Digital financial behaviour* diukur melalui aspek *digital spending/transaction, digital cash management, digital credit management*, dan *digital saving/investment* yang dikembangkan dari *Financial Management Behaviour Scale* (Dew & Xiao, 2011). *Financial socialization* diukur berdasarkan aspek *financial communication, financial modeling, financial involvement, peer communication, peer influence, digital information seeking*, dan *digital influence* (Gaadha & Umasankar, 2026; Ghafoor & Akhtar, 2024; Salim & Pamungkas, 2022). Seluruh pernyataan diukur dengan skala *Likert* lima poin.

Data dianalisis menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Ketiga konstruk dalam penelitian ini diperlakukan sebagai konstruk komposit/formatif karena masing-masing dibentuk oleh beberapa aspek yang berbeda dan tidak harus saling berkorelasi tinggi. Oleh karena itu, evaluasi model pengukuran dilakukan melalui *outer weight, outer loading*, dan VIF. Setelah evaluasi model pengukuran, model akhir mempertahankan 18 item yang memenuhi kriteria *outer loading, outer weight*, dan VIF, yaitu 7 item *digital financial literacy*, 5 item *financial socialization*, dan 6 item *digital financial behaviour*. *Digital financial behaviour* dalam model akhir difokuskan pada perilaku penggunaan layanan keuangan digital sehari-hari, pengendalian pengeluaran, pemantauan transaksi, serta penggunaan kredit digital secara bijak. Selanjutnya, evaluasi model struktural dilakukan melalui *path coefficient*, nilai *R-square*, dan uji *indirect effect* untuk menilai peran mediasi *financial socialization*. Hipotesis diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* lebih kecil dari 0,05 pada tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2021).

## **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh 426 responden. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan kriteria penelitian, terdapat 13 responden yang tidak memenuhi kriteria sehingga data yang digunakan dalam analisis berjumlah 413 responden. Seluruh responden merupakan Generasi Z yang berdomisili di Surabaya dan telah menggunakan layanan keuangan

digital. Mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 52,78%, memiliki pendidikan terakhir S1 sebesar 50,61%, bekerja penuh waktu sebesar 49,64%, memiliki pendapatan per bulan Rp2–5 juta sebesar 43,34%, serta melakukan transaksi digital 1–3 kali per minggu sebesar 38,50%.

Karakteristik responden menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan dalam penggunaan layanan keuangan digital. Sebagian besar responden telah memiliki penghasilan pribadi, baik untuk seluruh biaya hidup maupun untuk uang saku, sehingga responden memiliki keterlibatan langsung dalam pengambilan keputusan keuangan sehari-hari. Selain itu, mayoritas responden melakukan transaksi digital minimal satu kali per minggu, yang menunjukkan bahwa layanan keuangan digital telah menjadi bagian dari aktivitas keuangan rutin. Jenis layanan yang paling banyak digunakan adalah *mobile banking* dan *e-wallet*, disusul *internet banking*, *paylater*, platform investasi digital, serta dompet kripto atau aset digital. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki paparan yang cukup luas terhadap ekosistem keuangan digital, sehingga relevan untuk menilai *digital financial literacy*, *financial socialization*, dan *digital financial behaviour*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *financial socialization* memiliki nilai rata-rata sebesar 3,71, *digital financial literacy* sebesar 3,69, dan *digital financial behaviour* sebesar 3,70. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden tidak hanya mengenal layanan keuangan digital, tetapi juga memiliki pengalaman sosial dan perilaku keuangan digital yang cukup aktif.

Hasil evaluasi *outer model* menunjukkan bahwa seluruh *item final* yang dipertahankan memiliki *outer loading* di atas 0,50, *outer weight* signifikan, serta nilai VIF di bawah 5. Hal ini berarti, item final dinilai memiliki kontribusi yang memadai sebagai pembentuk konstruk dan tidak menunjukkan masalah multikolinearitas.

**Tabel 1 Hasil Evaluasi Outer Model pada Item Final**

Variabel	Item	Outer Weight	Outer Loading	t statistic	P value	VIF
FS	FS1	0.215	0.565	3.117	< 0.001	1.187
	FS3	0.357	0.670	5.928	< 0.001	1.185
	FS4	0.313	0.639	4.822	< 0.001	1.184
	FS6	0.380	0.718	6.051	< 0.001	1.250
	FS7	0.269	0.617	4.485	< 0.001	1.220
DFL	DFL1	0.253	0.611	5.834	< 0.001	1.212
	DFL2	0.309	0.680	6.697	< 0.001	1.283
	DFL4	0.192	0.605	4.041	< 0.001	1.293
	DFL6	0.264	0.625	5.724	< 0.001	1.248
	DFL7	0.278	0.659	6.019	< 0.001	1.310
	DFL8	0.159	0.578	3.610	< 0.001	1.296
	DFL9	0.137	0.580	3.008	< 0.001	1.325

	DFB1	0.293	0.647	5.346	< 0.001	1.218
	DFB2	0.233	0.633	4.852	< 0.001	1.293
DFB	DFB3	0.262	0.657	4.967	< 0.001	1.274
	DFB4	0.246	0.656	4.530	< 0.001	1.306
	DFB5	0.306	0.660	5.366	< 0.001	1.226
	DFB6	0.207	0.616	4.094	< 0.001	1.288

Hasil pengujian *inner model* dan *indirect effect* disajikan dalam tabel 2 di bawah ini. Nilai *R-square financial socialization* sebesar 0,450 menunjukkan bahwa *digital financial literacy* mampu menjelaskan *financial socialization* sebesar 45,0%. Sementara itu, nilai *R-square digital financial behaviour* sebesar 0,586 menunjukkan bahwa *digital financial literacy* dan *financial socialization* mampu menjelaskan *digital financial behaviour* sebesar 58,6%.

Hasil uji mediasi menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* melalui *financial socialization* memiliki nilai *indirect effect* sebesar 0,139; *t-statistic* sebesar 3,862; dan *p-value* <0,001. Hasil ini menunjukkan bahwa *financial socialization* memediasi pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* secara signifikan. Dapat diartikan, *digital financial literacy* tidak hanya berpengaruh langsung terhadap *digital financial behaviour*, tetapi juga berpengaruh secara tidak langsung melalui proses *financial socialization*.

**Tabel 2 Hasil Pengujian Inner Model dan Indirect Effect**

Hubungan Variabel	Koefisien	t-statistic	p-value	Keterangan
DFL → DFB	0.612	13.808	< 0.001	Signifikan
DFL → FS	0.672	26.435	< 0.001	Signifikan
FS → DFB	0.208	3.900	< 0.001	Signifikan
DFL → FS → DFB	0.139	3.862	< 0.001	Signifikan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berpengaruh positif terhadap *digital financial behaviour*. Hal ini relevan dengan karakteristik responden yang mayoritas telah memiliki pendidikan terakhir S1, bekerja penuh waktu, memiliki pendapatan sendiri, dan aktif menggunakan layanan keuangan digital. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa responden tidak hanya mengenal layanan keuangan digital secara umum, tetapi juga menghadapi keputusan keuangan digital secara nyata dalam aktivitas sehari-hari, seperti memilih metode pembayaran, mengontrol pengeluaran, memantau transaksi, serta menggunakan layanan kredit digital.

Hal ini dapat dijelaskan melalui perspektif *behavioural finance*, yang memandang bahwa perilaku keuangan individu tidak selalu sepenuhnya rasional, tetapi dipengaruhi oleh kemampuan memahami informasi, mengevaluasi risiko, dan mengendalikan keputusan keuangan. Dalam konteks layanan digital, kemudahan transaksi, promosi, serta akses terhadap layanan kredit seperti *paylater* dapat mendorong keputusan keuangan yang cepat apabila tidak diimbangi dengan literasi yang memadai. Oleh karena itu, *digital financial literacy* membantu individu untuk tidak hanya

menggunakan layanan digital karena mudah dan praktis, tetapi juga mempertimbangkan biaya, risiko, dan konsekuensi dari layanan tersebut. Hal ini sejalan dengan OECD (2024) yang menjelaskan bahwa literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan untuk mengambil keputusan keuangan yang efektif. Hal ini juga mendukung Başar et al. (2025) dan Chhillar et al. (2025) yang menunjukkan bahwa *digital financial literacy* berperan dalam membentuk perilaku keuangan yang lebih rasional dan terkontrol dalam lingkungan digital.

Secara lebih spesifik, indikator *digital financial literacy* dengan kontribusi terbesar adalah pemahaman terhadap konsekuensi penggunaan layanan kredit digital seperti *paylater* atau cicilan daring. Hal ini penting karena sebagian responden juga telah menggunakan layanan *paylater*, sehingga mereka memiliki paparan terhadap layanan kredit digital yang membutuhkan pemahaman mengenai biaya, risiko, dan kemampuan membayar. Pada variabel *digital financial behaviour*, indikator dengan kontribusi terbesar adalah penggunaan fitur kredit digital secara bijak sesuai kemampuan. Jadi, *digital financial literacy* tidak hanya berkaitan dengan pengetahuan umum mengenai *e-wallet* atau *mobile banking*, tetapi juga dengan kemampuan individu untuk lebih berhati-hati ketika menggunakan layanan kredit digital. Individu yang memahami konsekuensi layanan digital cenderung lebih mampu mengontrol pengeluaran, memantau transaksi, membandingkan manfaat layanan, dan menghindari penggunaan *paylater* untuk kebutuhan yang tidak penting. Hal ini menjawab fenomena penelitian bahwa tingginya penggunaan layanan keuangan digital pada Generasi Z perlu diimbangi dengan kemampuan literasi agar penggunaan layanan digital tidak berkembang menjadi perilaku konsumtif atau keputusan kredit yang kurang terencana.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *financial socialization* memediasi secara parsial pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour*. Mediasi yang terjadi bersifat parsial karena *digital financial literacy* tetap berpengaruh langsung terhadap *digital financial behaviour* setelah *financial socialization* dimasukkan ke dalam model. Artinya, *digital financial literacy* memengaruhi *digital financial behaviour* melalui dua jalur. Jalur pertama adalah jalur langsung, yaitu ketika pemahaman individu mengenai layanan dan risiko keuangan digital membantu individu mengambil keputusan keuangan digital secara lebih bijak. Jalur kedua adalah jalur tidak langsung, yaitu ketika *digital financial literacy* mendorong individu untuk lebih aktif dalam proses *financial socialization*, yang kemudian membantu membentuk *digital financial behaviour* yang lebih baik.

Individu yang memiliki *digital financial literacy* yang baik cenderung lebih memahami karakteristik layanan keuangan digital, konsekuensi penggunaan kredit digital, serta risiko transaksi daring. Pemahaman tersebut dapat mendorong individu untuk lebih aktif mencari

informasi, berdiskusi, dan mengevaluasi informasi keuangan dari lingkungan sosialnya. Pada penelitian ini, proses tersebut tercermin melalui diskusi dengan orang tua, diskusi dengan teman sebaya, dan terutama pencarian informasi keuangan melalui media sosial atau platform digital. Indikator *financial socialization* dengan kontribusi terbesar adalah pencarian informasi keuangan melalui media digital. Hal ini menunjukkan bahwa proses sosialisasi keuangan pada Generasi Z tidak hanya terjadi melalui keluarga, tetapi juga melalui lingkungan digital yang dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari.

Hasil ini sejalan dengan *financial socialization theory* yang menjelaskan bahwa perilaku keuangan terbentuk melalui komunikasi, observasi, pengalaman sosial, dan interaksi dengan lingkungan (Gudmunson & Danes, 2011). Hasil ini juga mendukung Khawar & Sarwar (2021), yang menunjukkan bahwa *family financial socialization* dapat memediasi hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan; serta Ghafoor & Akhtar (2024), yang menunjukkan pentingnya *parental financial socialization* dalam pembentukan perilaku dan kesejahteraan keuangan Generasi Z. Selain itu, LeBaron & Kelley (2021) menjelaskan bahwa teman sebaya dapat membentuk norma dan ekspektasi keuangan melalui interaksi sosial, sedangkan Gaadha & Umasankar (2026) menekankan bahwa sumber non-keluarga dan media digital semakin berperan dalam proses sosialisasi keuangan modern. Artinya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *financial socialization* membantu menyalurkan sebagian pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour* melalui proses pembelajaran sosial yang berlangsung di keluarga, teman sebaya, dan media digital.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, *digital financial literacy* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *digital financial behaviour* pada Generasi Z di Surabaya. Selain itu, *financial socialization* terbukti memediasi secara parsial pengaruh *digital financial literacy* terhadap *digital financial behaviour*.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, responden penelitian hanya mencakup Generasi Z yang berdomisili di Surabaya, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh Generasi Z di Indonesia. Kedua, penelitian ini menggunakan data *cross-sectional* berbasis kuesioner, sehingga hubungan antarvariabel tidak dapat ditafsirkan sebagai hubungan kausal mutlak. Ketiga, *digital financial behaviour* dalam model akhir difokuskan pada transaksi digital, pengendalian pengeluaran, pemantauan transaksi, dan penggunaan kredit digital secara bijak, sehingga aspek tabungan dan investasi digital belum dibahas secara mendalam.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan responden pada kota atau wilayah lain, menggunakan desain *longitudinal* untuk melihat perubahan perilaku keuangan digital dari waktu ke waktu, serta menambahkan variabel lain seperti *digital financial risk perception*, *self-control*, *financial attitude*, atau *impulsive buying*. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan pengukuran *digital financial behaviour* yang lebih luas dengan memasukkan aspek tabungan dan investasi digital secara lebih komprehensif.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu proses pengumpulan data dan penyusunan artikel ini.

### Referensi

- Başar, D., Keskin, H., Esen, E., Merter, A. K., & Balcıoğlu, Y. S. (2025). Digital financial literacy and savings behavior: A comprehensive cross-country analysis of FinTech adoption patterns and economic outcomes across 12 nations. *Borsa Istanbul Review*, 25(1), 59–72. <https://doi.org/10.1016/j.bir.2025.09.004>
- Chhillar, N., Sharma, K., & Arora, S. (2025). Exploring the role of digital financial literacy and personal financial behaviour in shaping financial stress and well-being in the digital age. *Acta Psychologica*, 259. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105308>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The financial management behavior scale: Development and validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59. [https://www.researchgate.net/publication/256019544\\_The\\_Financial\\_Management\\_Behavior\\_Scale\\_Development\\_and\\_Validation](https://www.researchgate.net/publication/256019544_The_Financial_Management_Behavior_Scale_Development_and_Validation)
- Gaadha, B., & Umasankar, M. (2026). A systematic literature review on non-familial *financial socialization*. *Discover Psychology*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s44202-026-00640-8>
- Ghafoor, K. A., & Akhtar, M. (2024). Parents' *financial socialization* or socioeconomic characteristics: Which has more influence on Gen-Z's financial wellbeing? *Humanities and Social Sciences Communications*, 11, 522. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03007-3>
- Gudmunson, C. G., & Danes, S. M. (2011). Family *financial socialization*: Theory and critical review. *Journal of Family and Economic Issues*, 32(4), 644–667. <https://doi.org/10.1007/s10834-011-9275-y>
- Hair, J. F., Jr., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- IDN Research Institute. (2026). *Indonesia Millennial & Gen Z Report 2026: Understanding and uncovering the behavior, challenges, and opportunities*. IDN Research Institute.
- Indriani. (2025). Dilema Generasi Z, antara gaya hidup dan stabilitas keuangan - ANTARA News. <https://www.antaranews.com/berita/4746137/dilema-generasi-z-antara-gayahidup-dan-stabilitas-keuangan>
- Katadata Insight Center & Kredivo. (2024). *Laporan perilaku pengguna PayLater Indonesia 2024*. Katadata Insight Center. <https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2024/06/25/laporan-perilaku-pengguna-paylater-indonesia-2024>
- Khawar, S., & Sarwar, A. (2021). Financial literacy and financial behaviour with the mediating effect of family financial socialization in the financial institutions of Lahore, Pakistan. *Future Business Journal*, 7(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-021-00064-x>

- LeBaron, A. B., & Kelley, H. H. (2021). Financial socialization: A decade in review. *Journal of Family and Economic Issues*, 42, 195–206. <https://doi.org/10.1007/s10834-020-09736-2>
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The need to promote *digital financial literacy* for the digital age. In Asian Development Bank Institute & Japan International Cooperation Agency Ogata Sadako Research Institute for Peace and Development (Eds.), *Realizing education for all in the digital age* (pp. 40–47). Asian Development Bank Institute.
- OECD. (2024). *OECD/INFE survey instrument to measure digital financial literacy*. OECD Publishing.
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. Otoritas Jasa Keuangan. [https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-\(SNLIK\)-2024/Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20\(SNLIK\)%202024.pdf](https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Documents/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-(SNLIK)-2024/Survei%20Nasional%20Literasi%20dan%20Inklusi%20Keuangan%20(SNLIK)%202024.pdf)
- Pak, T. Y., Fan, L., & Chatterjee, S. (2024). Financial socialization and financial well-being in early adulthood: The mediating role of financial capability. *Family Relations*, 73(3), 1664–1685. <https://doi.org/10.1111/fare.12959>
- Populix. (2024). *Indonesia Digital Economic and Financial Outlook 2024*. Populix. <https://info.populix.co/data-hub/reports/whitepaper-indonesia-digital-economic-and-financial-outlook-2024>
- Rasyidi, A.M. (2025). Regulasi BNPL dan Krisis Finansial Gen Z: Analisis Dampak Doom Spending 2025 | kumparan.com. <https://kumparan.com/maulana-alifrasyyidi/regulasi-bnpl-dan-krisis-finansial-gen-z-analisis-dampak-doom-spending2025-24Uchwx570F>
- Ricciardi, V., & Simon, H. K. (2000). What is behavioral finance? *Business, Education and Technology Journal*, 2(2), 1–9. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=256754](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=256754)
- Salim, A. S., & Pamungkas, A. S. (2022). The influence of financial literacy, parental socialization, and peer influences on saving behavior. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 655, 1356–1361. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.217>
- Vieira, K. M., Matheis, T. K., & Lehnhart, E. dos R. (2024). Digital financial capability scale. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(9), 404. <https://doi.org/10.3390/jrfm17090404>
- Wibowo, A.D. (2025). Mengenal Istilah Cashless Anxiety: Ketika Dompot Digital Jadi Andalan Gen Z - Fintech Katadata.co.id. <https://katadata.co.id/digital/fintech/690ca66bdead2/mengenal-istilah-cashlessanxiety-ketika-dompot-digital-jadi-andalan-gen-z>