

**PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
MAHASISWA MALANG DENGAN *FEAR OF MISSING OUT*
(FOMO) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI



Oleh

NUR HALIZA

NIM : 210502110144

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2026

**PENGARUH FINANCIAL TECHNOLOGY DAN LITERASI
KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN
MAHASISWA MALANG DENGAN FEAR OF MISSING OUT
(FOMO) SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Akuntansi (S. Akun)



O l e h

NUR HALIZA

NIM : 210502110144

**JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap
Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan *Fear of Missing Out*
(FOMO) sebagai Variabel Mediasi

SKRIPSI

Oleh

Nur Haliza

NIM : 210502110144

Telah Disetujui Pada Tanggal 3 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



Nawirah, M.S.A., Ak. CA

NIP. 198601052023212031

LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan Fear Of Missing Out (FOMO) sebagai Variabel Mediasi

SKRIPSI

Oleh

NUR HALIZA

NIM : 210502110144

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun.)
Pada 24 April 2026

Susunan Dewan Penguji:

1. Ketua Penguji

Dyah Febriantina Istiqomah, M.Sc

NIP. 198702192019032009

2. Anggota Penguji

Dr. Yuliati, M.S.A

NIP. 197307032023212005

3. Sekretaris Penguji

Nawirah, M.S.A., Ak. CA

NIP. 198601052023212031

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:
Ketua Program Studi,



Dr. Kholilah, M.S.A

NIP. 198707192019032010

HALAMAN PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Haliza
NIM : 210502110144
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

"PENGARUH *FINANCIAL TECHNOLOGY* DAN LITERASI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA DI MALANG DENGAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI" adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggungjawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggungjawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 1 Februari 2026

Hormat saya,



Nur Haliza

NIM: 210502110144

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan penuh syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT, atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai Variabel Mediasi” ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Proses penyusunan skripsi ini merupakan rangkaian panjang yang melibatkan berbagai tantangan dan kendala, namun berkat bantuan serta dukungan berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Selama proses penyusunan skripsi ini, peneliti menerima banyak bantuan, dukungan, serta bimbingan yang sangat berharga. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih tulus dan mendalam kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nurdiana, M.Si., CAHRM., CRMP selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP. selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Nawirah, M.S.A., Ak. CA selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan memberikan dedikasi yang luar biasa ketika membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih penulis ucapkan atas ilmu, arahan, motivasi, kritik, dan saran yang konstruktif sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan.

6. Kedua orang tua tercinta, serta seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tak ternilai harganya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang tiada henti.
7. Seluruh teman yang turut andil membantu menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Ucapan terima kasih untuk diri sendiri yang telah kuat hingga detik ini untuk menuntaskan tugas akhir ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi awal yang bermanfaat sekaligus menjadi wujud kontribusi kecil atas seluruh ilmu dan kebaikan yang penulis terima.

HALAMAN MOTTO

“Janganlah kamu berputus asa dari rahmat Allah.”

(Q.S. Az-Zumar: 53)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan dengan judul “Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai Variabel Mediasi”.

Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang membimbing kita dari kegelapan menuju kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan baik tanpa adanya bimbingan serta kontribusi pemikiran dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Ilfi Nurdiana, M.Si., CAHRM., CRMP selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. Misbahul Munir, Lc., M.Ei., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Hj. Meldona, SE., MM., Ak., CA., CAP. selaku Ketua Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Ibu Nawirah, M.S.A., Ak. CA selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan memberikan dedikasi yang luar biasa ketika membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih penulis ucapkan atas ilmu, arahan, motivasi, kritik, dan saran yang konstruktif sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Kedua orang tua tercinta, serta seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta kasih sayang yang tak ternilai harganya. Terima kasih atas segala pengorbanan dan cinta yang tiada henti.

6. Seluruh responden yang bersedia meluangkan waktu mengisi kuesioner penelitian penulis. Partisipasi dan jawaban yang diberikan sangat berarti dalam menunjang kelancaran dan keberhasilan penelitian ini.
7. Teman, sahabat, dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu serta memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Diri saya sendiri, terima kasih telah berhasil mencapai pada titik ini di tengah segala keterbatasan dan kegelisahan dalam proses panjang ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diperlukan demi kesempurnaan penulisan ini. Semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan wawasan bagi semua pihak.

Malang, 1 Februari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
ملخص.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Penelitian	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA.....	11
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teoritis	25
2.2.1 Financial Technology.....	25
2.2.2 Literasi Keuangan	27
2.2.3 Perilaku Keuangan.....	28
2.2.4 Fear Of Missing Out (FOMO)	31
2.2.5 Teori Stimulus–Organism–Response (SOR)	31

2.2.6 Teori Behavioral accounting	32
2.2.7 Kajian Islam	33
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis	35
2.4.1 Financial Technology Berpengaruh Terhadap Perilaku	35
2.4.2 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Keuangan	36
2.4.3 <i>Financial Technology Berpengaruh Terhadap Fear of Missing Out</i> (FOMO)	37
2.4.4 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO)	38
2.4.5 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) Berpengaruh terhadap Perilaku keuangan	39
2.4.6 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) memediasi pengaruh <i>Financial</i> <i>Technology</i> terhadap Perilaku Keuangan	40
2.4.7 <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian	42
3.2 Lokasi Penelitian	42
3.3 Populasi Dan Sampel	42
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	45
3.5 Data Dan Jenis Data	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Definisi Operasional Variabel	47
3.8 Analisis Data	53
BAB IV	57
PEMBAHASAN	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	57
4.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian	57
4.1.2 Karakteristik Responden	57
4.2 Analisis Data	59
4.2.1 Skema Model Partial Least Square (PLS)	59

4.2.2	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	59
4.2.3	Struktural Model (<i>Inner Model</i>)	64
4.3	Pembahasan.....	69
4.3.1	<i>Financial Technology</i> Berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang	69
4.3.2	Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang	71
4.3.3	<i>Financial Technology</i> Berpengaruh terhadap <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) pada Mahasiswa di Malang	72
4.3.4	Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) pada Mahasiswa di Malang	73
4.3.5	Pengaruh FOMO terhadap Perilaku Keuangan.....	75
4.3.6	<i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Memediasi Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang	76
4.3.7	<i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang.....	78
BAB V		80
KESIMPULAN DAN SARAN		80
5.1	Kesimpulan.....	80
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN-LAMPIRAN		86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dengan Sekarang	18
Tabel 3. 1 Responden.....	44
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 3 Penggunaan Layanan Financial Technology	58
Tabel 4. 4 Hasil Outer Loadings	60
Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	61
Tabel 4. 6 Hasil Fornell Lacker.....	61
Tabel 4. 7 Hasil Cross Loading	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji R-Square	64
Tabel 4. 10 Hasil Effect size (f^2).....	65
Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4. 1 Skema Model Partial Least Square	59

ABSTRAK

Nur Haliza, 2026, SKRIPSI “Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel mediasi”.

Pembimbing: Nawirah, M.S.A., Ak. Ca

Kata Kunci: Financial Technology, Literasi Keuangan, Fear of Missing Out (FOMO), Perilaku Keuangan

Permintaan Perkembangan *financial technology* telah mendorong perubahan dalam perilaku keuangan mahasiswa melalui kemudahan akses layanan keuangan digital. Di sisi lain, kemajuan teknologi juga memunculkan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan keuangan secara emosional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang dengan FOMO sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar secara *online* melalui WhatsApp kepada 150 mahasiswa yang berasal dari 11 perguruan tinggi swasta dan 3 perguruan tinggi negeri di Malang. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 4.0..

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial technology* dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Selain itu, kedua variabel tersebut juga berpengaruh terhadap FOMO. Namun, FOMO tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan dan FOMO tidak mampu memediasi secara signifikan hubungan antara *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku keuangan mahasiswa cenderung lebih dipengaruhi oleh faktor rasional dibandingkan faktor emosional.

ABSTRACT

Nur Haliza, 2026, THESIS “The Influence of Financial Technology and Financial Literacy on Students’ Financial Behavior in Malang with Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediating Variable.”

Advisor: Nawirah, M.S.A., Ak. Ca

Keywords: Financial Technology, Financial Literacy, Fear of Missing Out (FOMO), Financial Behavior

The development of financial technology has driven changes in students’ financial behavior through the ease of access to digital financial services. On the other hand, technological advancements have also given rise to the phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO), which can influence financial decision-making emotionally. This study aims to analyze the effect of financial technology and financial literacy on students’ financial behavior in Malang, with FOMO as a mediating variable.

This research employs a quantitative method with a causal associative approach. The sampling technique used is purposive sampling. Data were collected through questionnaires distributed online via WhatsApp to 150 students from 11 private universities and 3 public universities in Malang. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS 4.0 software.

The results indicate that financial technology and financial literacy have a significant effect on students’ financial behavior. In addition, both variables significantly influence FOMO. However, FOMO does not have a significant effect on financial behavior and is not able to significantly mediate the relationship between financial technology and financial literacy on financial behavior. These findings suggest that students’ financial behavior tends to be more influenced by rational factors than emotional factors.

ملخص

نور حليلة، 2026، أطروحة بعنوان: "تأثير التكنولوجيا المالية والمعرفة المالية على السلوك المالي لدى نور حليلة، 2026، أطروحة بعنوان: "تأثير التكنولوجيا المالية والثقافة المالية على السلوك المالي للطلاب في مالانغ مع اعتبار الخوف من تفويت الفرص متغيراً وسيطاً".
المشرفة: نوبرة

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية، الثقافة المالية، الخوف من تفويت الفرص، السلوك المالي

لقد أدى تطور التكنولوجيا المالية إلى إحداث تغييرات في السلوك المالي لدى الطلاب من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية الرقمية. ومن ناحية أخرى، أسهم التقدم التكنولوجي أيضاً في ظهور ظاهرة الخوف من فوات الفرصة والتي يمكن أن تؤثر على اتخاذ القرارات المالية بشكل عاطفي. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير (FOMO)، كمتغير وسيط FOMO التكنولوجيا المالية والمعرفة المالية على السلوك المالي لدى طلاب مالانغ، مع اعتبار

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الكمي باستخدام المدخل الارتباطي السببي. وتم استخدام أسلوب المعاينة جمعت البيانات من خلال استبيانات تم توزيعها إلكترونياً عبر تطبيق (Purposive Sampling) القصدية واتسبب على 150 طالباً من 11 جامعة خاصة و3 جامعات حكومية في مالانغ. وتم تحليل البيانات باستخدام بمساعدة برنامج (SEM-PLS) نمذجة المعادلات الهيكلية القائمة على المربعات الصغرى الجزئية SmartPLS 4.0.

تشير نتائج الدراسة إلى أن التكنولوجيا المالية والمعرفة المالية لهما تأثير معنوي على السلوك المالي لدى ومع ذلك، فإن FOMO الطلاب. بالإضافة إلى ذلك، تؤثر هاتان المتغيران بشكل معنوي على ظاهرة لا يؤثر بشكل معنوي على السلوك المالي، كما أنه لا يستطيع التوسط بشكل معنوي في العلاقة FOMO بين التكنولوجيا المالية والمعرفة المالية والسلوك المالي. وتشير هذه النتائج إلى أن السلوك المالي لدى الطلاب يميل إلى أن يتأثر بالعوامل العقلانية أكثر من العوامل العاطفية.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman sekarang, internet menjadi salah satu unsur penting dalam menunjang aktivitas kehidupan sehari-hari. Ketersediaan akses internet, baik di berbagai tempat maupun waktu, telah menjadi kebutuhan yang sulit untuk dipisahkan dari kehidupan masyarakat (Akib et al., 2022). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) telah mengeluarkan hasil survei terbaru yang mengindikasikan bahwa proporsi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 meningkat dari 78,19% menjadi 79,5%. APJII juga melaporkan, tahun 2024 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi sebesar 278.696.200 jiwa. Peningkatan tersebut turut mendorong bertambahnya pemanfaatan berbagai layanan berbasis internet, baik dalam bidang pendidikan, pemerintahan, maupun sektor ekonomi digital (Akib et al., 2022).

Kemajuan teknologi yang sangat cepat telah menyebabkan perubahan dalam berbagai kegiatan individu, termasuk dalam cara transaksi keuangan dilakukan. Salah satu wujud dari inovasi tersebut adalah *financial technology* (fintech). Fintech ialah bentuk inovasi pada sektor jasa keuangan yang memanfaatkan kemajuan teknologi guna meningkatkan efisiensi serta efektivitas layanan keuangan (Khofifa et al., 2023). Melalui beragam aplikasi fintech seperti *mobile banking*, *e-wallet*, aplikasi pinjaman, dan aplikasi investasi, masyarakat dapat melakukan beragam aktivitas keuangan, mulai dari pembayaran dan transfer hingga pembelian serta investasi, dengan cara yang lebih praktis melalui perangkat ponsel. *Financial technology* dipandang sebagai salah satu solusi dalam meningkatkan inklusi keuangan di Indonesia karena mampu memberikan kemudahan akses bagi masyarakat terhadap layanan keuangan berbasis digital (Akib et al., 2022).

Bagi kalangan muda, khususnya mahasiswa, fintech kini menjadi bagian dari gaya hidup modern. Fenomena ini tampak nyata di berbagai kota besar, termasuk di Kota Malang. Berdasarkan data pada *website* umm.ac.id (2022), Kota

Malang memiliki 62 perguruan tinggi, yang terdiri dari 5 perguruan tinggi negeri dan 57 perguruan tinggi swasta., dengan jumlah mahasiswa aktif mencapai sekitar 330 ribu orang. Banyak di antara mereka memanfaatkan layanan dompet digital untuk bertransaksi, membayar kebutuhan kuliah, atau sekadar mengikuti tren digital. Kemudahan dalam penggunaan, beragam penawaran promosi, serta sistem pembayaran fleksibel menjadi faktor utama yang mendorong mahasiswa memanfaatkan layanan fintech. Namun, kemudahan tersebut sering kali tidak disertai dengan kemampuan mengelola keuangan yang baik, sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan ketergantungan terhadap layanan keuangan digital (Zahira et al., 2025).

Fenomena perilaku keuangan mahasiswa menjadi perhatian penting pada era digital saat ini. Berdasarkan hasil penelitian *Financial Fitness Index* (FFI) yang dilakukan oleh OCBC NISP bekerja sama dengan NielsenIQ pada tahun 2024, diketahui bahwa tingkat kesehatan finansial generasi muda di Indonesia baru mencapai 41,25%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda Indonesia belum berada pada kondisi keuangan yang ideal serta masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan keuangan (Pangesti & Safitri, 2025). Perilaku keuangan mencerminkan bagaimana seseorang mengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, dan investasi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa, sebagai generasi yang sedang membangun kemandirian finansial, sering kali menghadapi tantangan dalam mengatur uang saku yang terbatas. Perkembangan teknologi dan perubahan zaman yang pesat telah secara signifikan mengubah cara individu, termasuk mahasiswa, dalam memanfaatkan uang. Kemudahan penggunaan layanan *financial technology* (fintech) seperti *PayLater*, dikombinasikan dengan tekanan sosial dari lingkungan digital, mendorong mahasiswa untuk berperilaku konsumtif misalnya dengan berbelanja impulsif atau mengikuti tren gaya hidup teman sebaya tanpa perencanaan matang (Widiantari & Dewi, 2024).

Perkembangan teknologi dan perubahan zaman secara signifikan telah mengubah cara individu dalam memanfaatkan dan mengelola keuangan. Masyarakat saat ini cenderung mengejar kepuasan serta kesenangan pribadi sebagai

bentuk eksistensi diri, termasuk di antaranya mahasiswa yang lebih senang membelanjakan uang untuk kebutuhan sosial atau mengikuti tren fashion anak muda masa kini. Kombinasi antara kemudahan penggunaan layanan *financial technology* (fintech) dan tekanan sosial dari lingkungan digital dapat memicu munculnya perilaku keuangan yang tidak sehat, seperti belanja impulsif, penggunaan *PayLater* tanpa perencanaan, maupun pengeluaran yang tidak terkontrol. Perilaku konsumtif seperti ini ditandai dengan kurangnya perencanaan keuangan, seperti tidak memiliki kebiasaan menabung, berinvestasi, membuat anggaran, serta menyediakan dana darurat. Akibatnya, individu cenderung berpikir jangka pendek dan menunjukkan perilaku impulsif dalam pengambilan keputusan keuangan. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih komprehensif terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa di era digital yang serba cepat dan penuh tantangan (Akib et al., 2022).

Perilaku keuangan merujuk pada tindakan individu dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi secara efisien dan produktif guna memenuhi kebutuhan jangka panjang. Perilaku tersebut meliputi cara seseorang mengatur penggunaan dana, mengelola kredit, serta melakukan aktivitas menabung. Bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, kemampuan menerapkan perilaku keuangan yang baik menjadi hal yang sangat penting agar dapat tumbuh sebagai individu yang bijak dalam mengelola keuangan pribadi. Tingkat kebijaksanaan dalam pengelolaan keuangan tersebut memiliki keterkaitan yang erat dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki seseorang (Siskawati & Ningtyas, 2022).

Literasi keuangan dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang untuk memahami istilah-istilah keuangan, mengelola pendapatan yang dimiliki, serta mengambil keputusan keuangan yang tepat (Siskawati & Ningtyas, 2022). Sesuai dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) yang dilakukan pada tahun 2024, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia tercatat sebesar 65,43%. Data tersebut menunjukkan bahwa dari setiap 100 penduduk berusia 15 hingga 79 tahun, hanya sekitar 65 orang yang termasuk dalam kategori well literate atau memiliki pemahaman keuangan yang memadai. Secara lebih rinci,

indeks literasi keuangan konvensional mencapai 65,08%, sedangkan tingkat literasi keuangan syariah tercatat sebesar 39,11%.

Angka tersebut menunjukkan bahwa meskipun terjadi peningkatan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, setengah dari populasi Indonesia masih belum memiliki pemahaman yang optimal terhadap produk dan layanan keuangan. Rendahnya literasi keuangan menyebabkan banyak mahasiswa kurang memahami risiko penggunaan fintech, sehingga mudah terjebak dalam perilaku konsumtif atau pengelolaan keuangan yang tidak efisien. Dengan literasi keuangan yang memadai, mahasiswa diharapkan dapat mengelola keuangan secara bijak, menabung secara rutin, serta membuat keputusan finansial yang rasional.

Pemahaman terhadap literasi keuangan menuntut adanya tanggung jawab individu agar terhindar dari kesulitan finansial. Dalam kehidupan sehari-hari, individu sering dihadapkan pada keputusan situasional yang mengharuskannya mampu menentukan prioritas kebutuhan secara bijak. Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, serta nilai moral yang membantu setiap orang dalam mengelola keuangan secara bijak untuk mencapai kesejahteraan hidup. Pemahaman literasi keuangan tidak hanya sebatas kemampuan teknis dalam mengatur uang, tetapi juga mencakup kemampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam konteks ekonomi, kebutuhan bersifat terbatas dan berfokus pada hal-hal yang esensial, sedangkan keinginan bersifat tidak terbatas. Oleh karena itu, penting untuk masyarakat menanamkan literasi keuangan sejak usia muda supaya mampu mengelola keuangan berdasarkan kebutuhan yang rasional, bukan sekadar dorongan keinginan (Andiani & Maria, 2023).

Kurangnya literasi keuangan sering kali membuat individu tidak mampu mengendalikan perilaku konsumtif yang dipicu oleh tekanan sosial dan keinginan untuk mengikuti tren. Kondisi ini membuka ruang bagi munculnya fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu perasaan cemas ketika tertinggal dari tren atau gaya hidup orang lain. Hasil penelitian *Financial Fitness Index* (FFI) tahun 2024 menunjukkan bahwa 80% generasi Z menghabiskan uang untuk mengikuti gaya hidup teman-temannya, naik dari 73% pada tahun 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa perasaan *Fear of Missing Out* (FOMO) yang kuat masih ada di kalangan

generasi Z. Fenomena ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan, sehingga keputusan finansial sering kali tidak didasari pertimbangan yang rasional dan berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif di kalangan generasi muda (Pangesti & Safitri, 2025).

Fear of Missing Out (FOMO) termasuk gejala psikologis yang relevan dalam konteks digital saat ini, yang mengacu pada perasaan takut tertinggal dari tren sosial atau gaya hidup yang dijalani oleh teman sebaya. FOMO berkembang menjadi rasa cemas serta khawatir ketika seseorang merasa tertinggal terhadap suatu tren yang viral di media sosial. Dengan semakin maraknya konten finansial di berbagai platform media sosial, mulai dari tips investasi, gaya hidup mewah, hingga pencapaian finansial yang sering ditampilkan secara instan dan menarik, fenomena ini menjadi signifikan terutama bagi mahasiswa yang sedang berada pada tahap krusial dalam membentuk kebiasaan serta mengambil keputusan keuangan pertama mereka. Keberadaan FOMO finansial dalam kondisi tersebut dapat menimbulkan dampak yang cukup serius. Paparan informasi mengenai keuangan melalui media sosial di satu sisi mampu meningkatkan literasi serta mendorong perilaku finansial yang lebih terarah, namun di sisi lain juga berpotensi memicu pengambilan keputusan secara impulsif, perilaku konsumtif yang berlebihan, hingga risiko keuangan yang tidak seimbang. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara penggunaan media sosial, FOMO finansial, dan manajemen keuangan pribadi (Hatimatunnisani et al., 2024).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *financial technology* literasi keuangan, dan FOMO berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Penelitian yang dilakukan oleh Andiani dan Maria (2023) dalam studi berjudul “Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z” membuktikan bahwa kemudahan teknologi keuangan dan tingkat pemahaman finansial berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda. Hasil serupa juga ditemukan dalam penelitian Widiantri dan Dewi (2024) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Perilaku FOMO terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi

Akuntansi FE Undiksha)”, yang mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara literasi keuangan, kontrol diri, dan FOMO terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.

Penelitian Anisyah et al (2021) menunjukkan bahwa *financial technology* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Siskawati & Ningtyas (2022) menemukan bahwa *financial technology* berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Perbedaan temuan penelitian juga terjadi pada variabel Fear of Missing Out (FOMO), dimana Safitri dan Rinaldi (2023) menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki pengaruh signifikan pada tindakan konsumtif. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan penelitian Fahrezi et al (2025) yang menunjukkan bahwa FOMO tidak berpengaruh signifikan terhadap tindakan konsumtif. Perbedaan hasil tersebut memperlihatkan bahwa peran FOMO dalam memengaruhi perilaku keuangan masih belum konsisten, sehingga memunculkan celah penelitian yang perlu dikaji lebih lanjut.

Sebagian besar penelitian terdahulu menempatkan FOMO sebagai variabel independen yang secara langsung memengaruhi perilaku keuangan bersama dengan faktor lain, seperti literasi keuangan dan penggunaan fintech—sebagaimana pada penelitian Widiantri dan Dewi (2024). Namun, hingga saat ini belum banyak ditemukan penelitian yang secara khusus menempatkan FOMO sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara *financial technology*, literasi keuangan, dan perilaku keuangan mahasiswa. Celah inilah yang menjadi dasar kebaruan penelitian ini, yaitu dengan menguji peran FOMO sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Kota Malang.

Penelitian ini menggunakan *Stimulus–Organism–Response* (SOR) *Theory* dan *Behavioral Accounting Theory* sebagai dasar konseptual. *Stimulus–Organism–Response* (SOR) *Theory*, Mehrabian dan Russell (1974) menjelaskan bahwa adanya stimulus eksternal seperti kemudahan fitur *fintech* atau paparan media sosial, serta stimulus internal seperti literasi keuangan, dapat menimbulkan respons internal (*organism*) berupa perasaan cemas atau takut tertinggal (*FOMO*) (Syastra &

Wangdra, 2018). Kondisi psikologis ini kemudian memengaruhi respons perilaku individu dalam pengambilan keputusan keuangan yang cenderung impulsif (Ratnawati, 2024). Sejalan dengan itu, *Behavioral Accounting Theory* Gokten (2017) menegaskan bahwa praktik akuntansi dan pengelolaan keuangan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor perilaku dan psikologis individu. Dengan demikian, penerapan kedua teori ini memberikan landasan yang kuat untuk memahami peran FOMO sebagai variabel mediasi yang menjembatani dampak penggunaan *financial technology* dan tingkat literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa.

Sejumlah penelitian terdahulu umumnya menggunakan sampel yang terbatas pada mahasiswa satu universitas saja seperti yang dilakukan oleh Siskawati dan Ningtyas (2022) hanya berfokus pada mahasiswa sarjana di UIN Malang. Sementara itu, penelitian ini memperluas lingkup objek penelitian menjadi mahasiswa yang berada di wilayah Kota Malang secara umum. Perluasan ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, dengan FOMO yang berperan sebagai variabel perantara. Hal ini menjadi relevan mengingat Kota Malang merupakan salah satu pusat pendidikan terbesar di Indonesia dengan jumlah mahasiswa yang sangat tinggi dan berasal dari berbagai daerah. Mahasiswa di kota ini memiliki akses luas terhadap teknologi dan layanan fintech serta sangat terpapar dengan media sosial dan tren digital.

Penelitian ini menjadi penting mengingat perkembangan pesat *financial technology* di kalangan mahasiswa yang tidak selalu didukung dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan perilaku keuangan yang tidak rasional, terutama ketika mahasiswa terdorong oleh fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam mengambil keputusan finansial. Dengan memahami bagaimana FOMO memediasi hubungan antara *financial technology* serta literasi keuangan terhadap perilaku keuangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam mengidentifikasi faktor psikologis dalam hubungan antara pemanfaatan teknologi finansial dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai variabel mediasi. Berbeda dengan sebagian besar penelitian terdahulu yang menempatkan FOMO sebagai variabel independen yang memengaruhi perilaku keuangan, penelitian ini berfokus pada pengujian peran FOMO sebagai variabel mediasi yang menjembatani pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam memperluas kajian literatur terkait faktor psikologis yang memengaruhi perilaku keuangan generasi muda di era digital. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan implikasi bagi mahasiswa guna meningkatkan literasi keuangan serta mengelola penggunaan layanan *financial technology* secara bijak guna meminimalkan perilaku keuangan impulsif akibat dorongan FOMO.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

- a. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang?
- b. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang?
- c. Apakah *financial technology* berpengaruh terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang?
- d. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang?
- e. Apakah *fear of missing out* (FOMO) berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang?
- f. Apakah *fear of missing out* (FOMO) memediasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang?
- g. Apakah *fear of missing out* (FOMO) memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.
- b. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.
- c. Menganalisis pengaruh *financial technology* terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang.
- d. Menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap *fear of missing out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang.
- e. Menganalisis pengaruh *fear of missing out* (FOMO) terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.
- f. Menganalisis peran *fear of missing out* (FOMO) dalam memediasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.
- g. Menganalisis peran *fear of missing out* (FOMO) dalam memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu berperan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam kajian keuangan perilaku, literasi keuangan, serta teknologi keuangan (*financial technology*). Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang membahas pengaruh penggunaan *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa, dengan FOMO sebagai variabel mediasi.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa di Malang

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai apakah penggunaan *financial technology*, tingkat literasi keuangan, serta fenomena FOMO dapat memengaruhi perilaku keuangan mereka. Dengan pemahaman tersebut, mahasiswa diharapkan mampu

meningkatkan literasi keuangannya, lebih bijak dalam memanfaatkan layanan fintech, serta menyadari dampak psikologis maupun sosial yang dapat timbul dari tekanan FOMO.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman serta memperluas wawasan peneliti dalam melaksanakan riset kuantitatif yang berfokus pada perilaku keuangan mahasiswa. Selain itu, hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk penelitian berikutnya dengan menambahkan variabel lain atau menerapkan pendekatan yang berbeda untuk memperluas pemahaman tentang literasi keuangan, fintech, dan perilaku keuangan.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan pada responden mahasiswa dari 11 perguruan tinggi swasta dan 3 perguruan tinggi negeri di Malang. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring dalam jangka waktu tertentu, sehingga penelitian ini bersifat *cross-sectional* dan belum dapat menggambarkan dinamika perubahan perilaku keuangan dalam jangka panjang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan ringkasan penelitian terkait “Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai Variabel Mediasi” terdahulu yang menjadi rujukan penelitian ini:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Azzahraa & Kartini (2022) dengan judul “Pengaruh <i>Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge terhadap Financial Management Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta</i> ”	Variabel Independen: <i>Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge</i> Variable Dependen: <i>Financial Management Behavior</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial technology, financial attitude, dan financial knowledge masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap financial management behavior pada mahasiswa di Yogyakarta.
2.	Ridwan et al (2022) dengan judul “Pengaruh <i>Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa</i> ”	Variabel Independen: <i>Literasi Keuangan</i> Variable Dependen: <i>Manajemen Keuangan</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian literasi keuangan terbukti berpengaruh terhadap manajemen keuangan mahasiswa akuntansi.

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Program Studi Akuntansi Di Universitas Cipasung Tasikmalaya</i>			
3.	Hijir (2022) dengan judul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Financial Technology (FINTECH) sebagai Variabel Intervening pada UKM di Kota Jambi</i> ”	Variabel Independen: Literasi Keuangan Variable Dependen: Perilaku Keuangan Variabel Mediasi: <i>Financial Technology</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif serta signifikan atas pemanfaatan financial technology (fintech). Selain itu, financial technology terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Literasi keuangan juga secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, serta secara tidak langsung memberikan pengaruh positif dan signifikan melalui peran financial technology sebagai variabel perantara.
4.	Siskawati dan Ningtyas (2022) dengan judul “ <i>Financial Literature,</i>	Variabel Independen: <i>Financial Literature, and Financial</i>	Kuantitatif (<i>explanatory research</i>)	Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa literasi keuangan berperan signifikan dalam membentuk

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Financial Technology and Student Financial Behavior</i>	<i>Technology Variable</i> Dependen: <i>Student Financial Behavior</i>		perilaku keuangan mahasiswa. Sementara itu, penggunaan teknologi finansial justru memperlihatkan dampak negatif yang cukup signifikan terhadap perilaku keuangan mereka.
5.	Haqiqi dan Pertiwi (2022) yang berjudul “Pengaruh <i>Financial Technology</i> , Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur”	Variabel Independen: <i>Financial Technology</i> , Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan Variabel Dependen: Perilaku Keuangan	Kuantitatif	Variabel <i>financial technology</i> (X1) tidak menunjukkan pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku keuangan (Y). Sebaliknya, literasi keuangan (X2) terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku keuangan. Demikian pula, sikap keuangan (X3) turut berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan (Y).
6.	Akib et al (2022) yang berjudul “Pengaruh <i>Financial Technology</i> terhadap Perilaku Keuangan Dimoderasi	Variabel Independen: <i>Financial Technology</i> Variabel Dependen: Perilaku Keuangan Variabel Moderasi:	Kuantitatif	Penelitian ini menemukan bahwa <i>financial technology</i> memiliki peran secara langsung terhadap perilaku keuangan. Selain itu, <i>locus of control</i> berperan sebagai

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
	dengan <i>Locul of Control</i> ”	<i>Locul of Control</i>		variabel mediasi dalam hubungan antara penggunaan <i>financial technology</i> dan perilaku keuangan.
7.	Andiani dan Maria (2023) yang berjudul “Pengaruh <i>Financial Technology</i> dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z”	Variabel Independen: <i>Financial Technology</i> , dan Literasi Keuangan Variabel Dependen: Perilaku Keuangan	Studi <i>Literature Review</i>	Tinjauan literatur ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan timbal balik antara <i>financial technology</i> dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan generasi Z, baik dalam bentuk pengaruh yang signifikan maupun yang tidak signifikan.
8.	Safitri dan Rinaldi (2023) yang berjudul “Pengaruh <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi <i>Shopee</i> ”	Variabel Independen: <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Terdapat dampak baik dan signifikan antara <i>Fear of Missing Out (FOMO)</i> dengan perilaku konsumtif terhadap mahasiswa yang melakukan pembelian produk diskon.
9.	Widiantari dan Dewi (2024) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FOMO terhadap Perilaku	Variabel Independen: Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FOMO Variabel Dependen: Perilaku	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi Keuangan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan. Selain

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha)</i>	Pengelolaan Keuangan		itu, Kontrol diri juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan, sedangkan variabel FOMO berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan.
10.	Nurikadini (2024) yang berjudul “ <i>Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan</i> ”	Variabel Independen: <i>Financial Technology</i> , Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Variabel Dependen: Perilaku Keuangan	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, teknologi keuangan dan literasi keuangan terbukti memberikan pengaruh positif terhadap kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan. Namun, gaya hidup tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam konteks tersebut.
11.	Ambarwati & Indriastuti (2024) yang berjudul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money dan Fear of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku</i> ”	Variabel Independen: Literasi Keuangan, <i>Electronic Money</i> dan <i>Fear of Missing Out (Fomo)</i> Variabel Dependen:	Kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian, literasi keuangan, electronic money, dan Fear of Missing Out (FOMO) terbukti berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Generasi Z di Kota

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>Konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta</i>	Perilaku Konsumtif		Surakarta, sehingga seluruh hipotesis (H1, H2, dan H3) dinyatakan diterima.
12.	Fahrezi et al (2025) yang berjudul <i>“Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam”</i>	Variabel Independen: Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO Variabel Dependen: Perilaku Konsumtif	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Sebaliknya, variabel pendapatan dan <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.
13.	Pangesti dan Safitri (2025) yang berjudul <i>“Pengaruh Literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Menghadapi Fear Of Missing Out (FOMO)”</i>	Variabel Independen: Literasi Keuangan, Teman Sebaya, dan Gaya Hidup Variabel Dependen: Perilaku Keuangan Dalam Menghadapi Fear Of Missing Out (FOMO)	Kuantitatif	Hasil analisis mengungkapkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan dalam konteks menghadapi <i>Fear of Missing Out</i> (FOMO). Sementara itu, pengaruh dari teman sebaya serta gaya hidup terhadap perilaku keuangan dalam menghadapi FOMO tidak

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
				ditemukan signifikan.
14.	Zahira et al (2025) yang berjudul “Pengaruh <i>Fintech Payment Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Prodi Akuntansi & Manajemen Keuangan STAIN Bengkalis Angkatan 2022-2024</i> ”	Variabel Independen: <i>Fintech Payment</i> Variabel Dependen: Manajemen Keuangan	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perkembangan penggunaan dompet digital mengalami peningkatan yang pesat dan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Pemanfaatan layanan <i>fintech payment</i> juga turut membantu mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi secara lebih terstruktur.
15.	Wahyuni et al (2025) dengan judul “Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FOMO, Love of Money”	Variabel Independen: <i>Fintech, FOMO, Love of Money</i> Variabel Dependen: <i>Financial Management</i> Variabel Mediasi: <i>Financial Literacy</i>	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa financial technology memberikan manfaat nyata bagi Generasi Z dalam pengelolaan keuangan. Literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Fear of Missing Out (FoMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan ketika dimediasi

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Metode dan Analisis Data	Hasil Penelitian
				oleh literasi keuangan, sementara sikap terhadap uang justru cenderung berdampak negatif terhadap perilaku keuangan meskipun individu memiliki pemahaman keuangan yang baik.

Berdasarkan tabel 2.1 terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian satu dengan yang lain. Persamaan dan perbedaan ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya dan berguna untuk membedakan penelitiannya dengan peneliti sebelumnya. Berikut disajikan persamaan dan perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan:

Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbedaan antara Penelitian Terdahulu dengan Sekarang

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
1.	Azzahraa & Kartini (2022) dengan judul “ <i>Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge terhadap</i>	1. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Yogyakarta 2. Menggunakan <i>financial attitude</i> dan <i>financial knowledge</i> sebagai	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen 3. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> sebagai variabel mediasi

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
	<i>Financial Management Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta</i>		variabel independen	
2.	Ridwan et al (2022) dengan judul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Cipasung Tasikmalaya</i> ”	1. Menjadikan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menjadikan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa program studi akuntansi di Universitas Cipasung Tasikmalaya	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen 3. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi
3.	Hijir (2022) dengan judul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Financial Technology (FINTECH) sebagai Variabel Intervening pada UKM di Kota Jambi</i> ”	1. Menjadikan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menjadikan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu UKM di kota Jambi 2. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel mediasi	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen 3. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi
4.	Siskawati dan Ningtyas (2022)	1. Menggunakan <i>financial</i>	1. Populasi dari penelitian ini	1. Populasi dari penelitian ini

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
	dengan judul “ <i>Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior</i> ”	<i>technology</i> dan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	yaitu mahasiswa sarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang	yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi
5.	Haqiqi dan Pertiwi (2022) yang berjudul “ <i>Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur</i> ”	1. Menggunakan <i>financial technology</i> dan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur 2. Menggunakan sikap keuangan sebagai variabel independen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi
6.	Akib et al (2022) yang berjudul “ <i>Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Keuangan Dimoderasi dengan Locul of Control</i> ”	1. Menggunakan <i>financial technology</i> variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu masyarakat di kota Palopo 2. Menggunakan <i>Locul Of Control</i> sebagai variabel	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan literasi keuangan

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
			moderasi	sebagai variabel independen
7.	Andiani dan Maria (2023) yang berjudul “ <i>Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z</i> ”	1. Menggunakan <i>financial technology</i> dan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu generasi Z	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi
8.	Safitri dan Rinaldi (2023) yang berjudul “ <i>Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee</i> ”	1. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswi pembeli barang diskon aplikasi <i>shopee</i> 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel independen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan <i>financial technology</i> dan literasi keuangan sebagai variabel independen
9.	Widiantari dan Dewi (2024) yang berjudul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FOMO</i> ”	1. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha 2. Menggunakan	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
	<i>terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha)”</i>		Kontrol Diri dan Perilaku FOMO sebagai variabel independen	3. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen
10.	Nurikadini (2024) yang berjudul “ <i>Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan</i> ”	1. Menggunakan <i>financial technology</i> dan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di kabupaten Nganjuk 2. Menggunakan gaya hidup sebagai variabel independen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> sebagai variabel mediasi
11.	Ambarwati & Indriastuti (2024) yang berjudul “ <i>Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money dan Fear of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta</i> ”	1. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu generasi Z di Kota Surakarta 2. Menggunakan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out (FOMO)</i> sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen
12.	Fahrezi et al (2025) yang berjudul	1. Menggunakan literasi keuangan	1. Populasi dari	1. Populasi dari penelitian ini

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
	“Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam”	sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	penelitian ini yaitu mahasiswa pengguna <i>shopee</i> 2. Menggunakan pendapatan dan FOMO sebagai variabel independen	yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen
13.	Pangesti dan Safitri (2025) yang berjudul “Pengaruh Literasi Keuangan , Teman Sebaya , Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Dalam Menghadapi Fear Of Missing Out (FOMO)”	1. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas ‘Aisyiyah Yogyakarta 2. Menggunakan teman sebaya dan gaya hidup sebagai variabel independen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen
14.	Zahira et al (2025) yang berjudul “Pengaruh Fintech Payment Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Prodi Akuntansi &	1. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa prodi akuntansi dan manajemen keuangan STAIN Bengkalis angkatan 2022-2024	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen

No.	Nama, Tahun, Judul	Persamaan	Perbedaan	
			Terdahulu	Sekarang
	<i>Manajemen Keuangan STAIN Bengkalis Angkatan 2022-2024"</i>			
15.	Wahyuni et al (2025) dengan judul "Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FOMO, Love of Money"	1. Menggunakan <i>financial technology</i> sebagai variabel independen 2. Menggunakan perilaku keuangan sebagai variabel dependen	1. Populasi dari penelitian ini yaitu generasi Z di kota Pasuruan 2. Menggunakan FOMO dan <i>Love Of Money</i> sebagai variabel independen 3. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel mediasi	1. Populasi dari penelitian ini yaitu mahasiswa di Malang 2. Menggunakan <i>Fear Of Missing Out</i> (FOMO) sebagai variabel mediasi 3. Menggunakan literasi keuangan sebagai variabel independen

Berdasarkan tabel 2.2 penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu, yaitu sama-sama mengkaji dampak financial technology dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan. Namun, penelitian ini memiliki perbedaan yang terletak pada penggunaan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai variabel penghubung, yang pada penelitian sebelumnya umumnya digunakan sebagai variabel independen atau tidak dimasukkan dalam model penelitian. Selain itu, perbedaan lainnya terletak pada objek penelitian, dimana penelitian sebelumnya dilakukan pada populasi yang beragam seperti mahasiswa perguruan tinggi tertentu, generasi Z, masyarakat umum, maupun pengguna aplikasi tertentu, sedangkan penelitian ini secara khusus berfokus pada mahasiswa di Kota Malang

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Financial Technology

Istilah fintech termasuk hasil dari penggabungan kata finansial dan teknologi, yang merepresentasikan keterkaitan antara pemanfaatan teknologi internet modern dengan aktivitas bisnis yang telah berkembang sebelumnya (Haqiqi & Pertiwi, 2022). Ekosistem teknologi finansial mencakup lebih dari sekadar perusahaan rintisan. Istilah "FinTech" kerap dikaitkan dengan bisnis-bisnis ini karena penggunaan teknologi digital modern dalam penyediaan layanan keuangan. Namun demikian, beberapa perusahaan besar juga telah mengalami transformasi jangka panjang melalui penyediaan layanan keuangan berbasis digital (Andiani & Maria, 2023).

Fintech (*Financial Technology*) adalah hasil integrasi antara sistem keuangan dan teknologi. Di Indonesia, perkembangan fintech telah melahirkan berbagai inovasi aplikasi, terutama dalam layanan keuangan seperti sarana pembayaran, penyimpanan dana, hingga fasilitas pinjaman. Pertumbuhan fintech yang pesat menunjukkan adanya perubahan perilaku masyarakat dari sistem keuangan konvensional menuju sistem berbasis digital. Perubahan tersebut didorong oleh kemudahan serta kecepatan akses yang ditawarkan fintech dalam memenuhi berbagai kebutuhan finansial. Kondisi ini secara signifikan telah membawa perubahan pada lanskap industri keuangan (Zahira et al., 2025).

Dalam konteks ini, teori yang relevan adalah teori inovasi disruptif yang dikembangkan oleh Clayton Christensen dalam bukunya *The Innovator's Dilemma* (1997). Teori tersebut menjelaskan bahwa inovasi baru dapat mengganggu pasar yang telah ada dengan menawarkan solusi yang lebih sederhana dan efisien. Layanan fintech seperti pinjaman online dan pembayaran digital menjadi contoh nyata dari inovasi yang mampu menggantikan model bisnis perbankan tradisional (Zahira et al., 2025).

Secara garis besar, perkembangan layanan keuangan digital di Indonesia dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu:

a. Sistem/Saluran Pembayaran.

Layanan ini berfungsi sebagai pengganti uang tunai maupun giral dalam aktivitas transaksi. Contohnya meliputi penggunaan kartu pembayaran serta uang elektronik (*e-money*). Selain itu, dijumpai pula berbagai instrumen pembayaran elektronik lain yang sudah dimanfaatkan secara luas di tingkat global.

b. Perbankan Digital.

Layanan ini merupakan bentuk pelayanan perbankan yang menggunakan teknologi digital guna memenuhi berbagai kebutuhan nasabah. Di Indonesia, khayalak umum terbiasa menggunakan berbagai layanan perbankan elektronik, termasuk ATM, *internet banking*, *mobile banking*, *SMS banking*, *phone banking*, serta *video banking*.

c. *Peer to Peer (P2P) Lending*.

P2P lending merupakan jasa keuangan berbasis teknologi digital yang berfungsi mempertemukan pihak yang membutuhkan pendanaan dengan pihak yang bersedia menyalurkan pinjaman. Proses tersebut pada umumnya difasilitasi melalui platform berbasis website.

d. Asuransi Digital.

Jenis layanan asuransi yang memanfaatkan teknologi digital dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Saat ini, banyak perusahaan yang juga menyediakan layanan perbandingan premi (konsultan digital) maupun keagenan (digital marketer) melalui aplikasi seluler atau situs *web*.

e. *Crowdfunding*.

Merupakan aktivitas penghimpunan dana yang dilakukan secara kolektif dengan *website* atau *platform* digital lainnya, yang bertujuan untuk sosial maupun investasi (Azzahraa & Kartini, 2022).

Adapun landasan-landasan fintech sebagai berikut:

- a. Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran menjelaskan, “perkembangan teknologi dan sistem informasi keuangan terus

mendorong munculnya berbagai bentuk inovasi, khususnya yang berkaitan dengan Financial Technology (FinTech).” Inovasi tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk dalam bidang jasa sistem pembayaran, baik dari aspek instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur dalam penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

- b. Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 tentang Penyelenggaraan Teknologi Financial merupakan peraturan yang ditetapkan sebagai pedoman bagi penyelenggara teknologi financial, khususnya terkait kewajiban untuk melakukan pendaftaran kepada Bank Indonesia, terutama bagi pihak yang menyediakan layanan sistem pembayaran. Dalam Pasal 3 ayat 1, dijelaskan mengenai kategori penyelenggaraan teknologi finansial, yang meliputi penyelenggara sistem pembayaran, layanan pinjaman, pembiayaan, serta penyediaan modal pendukung pasar, manajemen investasi, manajemen risiko, dan berbagai jasa keuangan lainnya (Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017).
- c. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 13/POJK.02/2018 tentang Inovasi Keuangan Digital di sektor Jasa Keuangan menjelaskan bahwa Inovasi Keuangan Digital merupakan kegiatan pembaruan yang mencakup proses bisnis, model bisnis, serta instrumen keuangan, yang bertujuan untuk memberikan nilai tambah bagi sektor jasa keuangan melalui keterlibatan ekosistem digital.

2.2.2 Literasi Keuangan

Literasi keuangan dimaknai dengan tingkat kapasitas individu dalam menelaah konsep-konsep keuangan, dibersamai dengan keyakinan dan kapabilitas untuk memanajemen keuangan pribadi, baik dalam memenuhi kebutuhan yang bersifat temporer maupun menyusun perencanaan keuangan untuk jangka panjang, dengan tetap mempertimbangkan kondisi ekonomi yang dihadapi. Literasi keuangan mencakup kesadaran dan

pengetahuan mengenai berbagai instrumen keuangan serta penerapannya dalam kegiatan bisnis maupun rutinitas harian. Pengetahuan tersebut selanjutnya berkembang menjadi keterampilan finansial, yaitu kemampuan individu dalam mengimplementasikan pemahaman keuangan ke dalam praktik nyata. Keterampilan ini memungkinkan seseorang untuk membuat keputusan keuangan secara rasional dan tepat dalam mengelola sumber daya finansialnya. Selain itu, literasi keuangan juga berkaitan dengan kecakapan individu dalam membuat keputusan secara percaya diri terkait penganggaran, pengeluaran, tabungan, serta pemanfaatan produk dan layanan keuangan, mulai dari transaksi perbankan sehari-hari, pinjaman, investasi, hingga perencanaan keuangan di masa depan (Ridwan et al., 2022).

Tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia diklasifikasikan ke dalam empat kategori. Pertama, *well literate* (21,84%), yaitu individu yang memiliki pemahaman, keyakinan, serta keterampilan dalam memahami lembaga jasa keuangan dan mampu mengaplikasikan berbagai produk maupun layanan keuangan. Kedua, *sufficient literate* (75,69%), yakni individu yang memiliki pengetahuan dan keyakinan mengenai lembaga jasa keuangan serta produk yang ditawarkan, termasuk memahami fitur, manfaat, risiko, serta hak dan kewajiban yang terkait. Ketiga, *less literate* (2,06%), yaitu mereka yang hanya mengetahui lembaga jasa keuangan beserta produk dan layanannya tanpa pemahaman yang mendalam. Keempat, *not literate* (0,41%), yaitu kelompok yang sama sekali tidak memiliki pengetahuan, keyakinan, maupun keterampilan dalam menggunakan lembaga maupun produk jasa keuangan (Widiantari & Dewi, 2024).

2.2.3 Perilaku Keuangan

Perilaku keuangan merujuk pada tindakan individu dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan pribadi secara efisien dan produktif, terutama untuk memenuhi kebutuhan jangka panjang. Perilaku tersebut mencakup cara seseorang mengatur penggunaan

dana, mengelola kredit, serta melakukan kegiatan menabung. Bagi generasi Z, khususnya mahasiswa, penerapan perilaku keuangan yang baik menjadi hal yang penting agar mereka mampu bersikap lebih bijaksana dalam mengelola kondisi keuangannya (Siskawati & Ningtyas, 2022).

Perilaku keuangan dapat diartikan sebagai serangkaian tindakan yang dilakukan individu dalam manajemen dan memanfaatkan sumber daya keuangan yang dimilikinya. Seseorang yang memiliki tingkat tanggung jawab tinggi pada perilaku keuangannya cenderung dapat mengelola keuangan secara bijaksana, seperti dengan melakukan kegiatan menabung, mengendalikan pengeluaran, berinvestasi, serta memenuhi kewajiban utang tepat waktu. Istilah perilaku keuangan mencerminkan tingkat tanggung jawab seseorang dalam mengatur kondisi keuangannya. Hal ini menggambarkan bagaimana individu memperlakukan, mengelola, dan menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki. Perilaku keuangan yang efektif ditunjukkan melalui sikap bertanggung jawab dalam membelanjakan dan mengalokasikan dana yang tersedia (Andiani & Maria, 2023).

Kemampuan seseorang dalam mengatur keuangan dengan baik memungkinkan terpenuhinya kebutuhan sehari-hari sekaligus menyisihkan sebagian pendapatan. Kondisi tersebut dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

a. Aspek Internal

- 1) Motivasi serta Perilaku. Individu yang memiliki dorongan internal serta perilaku positif terhadap mengelola keuangan cenderung lebih termotivasi untuk memanfaatkan layanan fintech dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan pribadi.
- 2) *Lifestyle* serta Prioritas. Mereka yang menempatkan kestabilan finansial sebagai prioritas cenderung mengaplikasikan fintech untuk mengatur tabungan, pinjaman, maupun transaksi keuangan secara lebih efisien.

b. Aspek Eksternal

- 1) Kebijakan dan Regulasi. Adanya aturan serta iklim regulasi yang mendukung dapat mendorong adopsi fintech sekaligus memperluas akses serta menjaga keandalan layanan keuangan digital.
- 2) Teknologi dan Infrastruktur. Ketersediaan jaringan internet yang cepat dan stabil merupakan prasyarat penting dalam pemanfaatan fintech. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, penggunaan fintech akan terhambat.
- 3) Lingkungan Sosial dan Komunitas. Norma serta dukungan dari orang-orang di sekitar dapat memengaruhi perilaku finansial individu. Misalnya, ketika keluarga atau teman dekat sudah terbiasa menggunakan fintech, individu akan lebih mudah terdorong untuk ikut memanfaatkannya (Azzahraa & Kartini, 2022).

Perilaku individu dalam mengelola keuangan dapat diamati melalui empat aspek utama, yaitu:

- a. Konsumsi. Aspek ini berkaitan dengan pengeluaran seseorang untuk membeli barang maupun jasa, baik yang bersifat kebutuhan maupun sekadar keinginan. Pola konsumsi sehari-hari mencerminkan bagaimana individu mengatur pengeluarannya.
- b. Pengelolaan Arus Kas. Manajemen arus kas menjadi indikator penting dalam menilai kondisi keuangan seseorang, khususnya terkait kemampuan memenuhi seluruh kewajibannya. Arus kas yang sehat ditunjukkan dengan keseimbangan antara pendapatan dan pengeluaran.
- c. Tabungan dan Investasi. Tabungan merupakan sebagian pendapatan yang disimpan untuk keperluan di masa mendatang dan tidak digunakan dalam jangka waktu tertentu. Sementara itu, investasi adalah penempatan sumber daya saat ini dengan tujuan memperoleh keuntungan atau manfaat di masa depan.

- d. Pengelolaan Kredit. Manajemen kredit mencerminkan kemampuan individu dalam memanfaatkan pinjaman secara bijak agar tidak menimbulkan risiko kebangkrutan, melainkan justru dapat meningkatkan kesejahteraan finansial (Azzahraa & Kartini, 2022).

2.2.4 Fear Of Missing Out (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) didefinisikan sebagai rasa takut dan cemas yang muncul saat seseorang merasa tidak terlibat dalam momen membahagiakan bersama orang di sekitarnya. Perasaan tersebut memicu kekhawatiran akan diabaikan atau tertinggal karena tidak turut serta dalam pengalaman sosial tersebut. FOMO memiliki peran sebagai variabel mediasi antara gejala psikopatologis seperti depresi dan kecemasan dengan dampak negatif dari penggunaan perangkat digital. Temuan mereka menunjukkan bahwa FOMO sepenuhnya memediasi hubungan tersebut karena tidak terdapat pengaruh langsung antara gejala kecemasan dengan konsekuensi negatif dari penggunaan gawai, sehingga memperjelas posisi FOMO sebagai mediator utama (RistiaAngesti & Oriza, 2018).

FOMO memungkinkan menjadi mediator antara suasana hati (*mood*) dan keterlibatan dalam media sosial. Hasil yang diperoleh sesuai dengan dugaan awal, yakni FOMO berperan dalam menjembatani hubungan antara kondisi emosional individu dan intensitas penggunaan media sosial. Pada kalangan mahasiswa, perilaku FOMO mencerminkan dampak emosional dari aktivitas online yang tinggi, keterikatan pada media sosial, serta kesulitan untuk melepaskan diri dari perangkat digital. Studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa FOMO memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa (Pangesti & Safitri, 2025).

2.2.5 Teori Stimulus–Organism–Response (SOR)

Teori *Stimulus–Organism–Response* (SOR) ditemukan oleh Mehrabian dan Russell (1974) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh *stimulus* (S) dari lingkungan eksternal yang kemudian diolah secara internal oleh individu (*organism*/O) dan menghasilkan respons

perilaku (*response/R*). Pada konteks perilaku konsumen, *stimulus* dapat berupa rangsangan visual, sosial, atau teknologi yang memicu respons emosional atau kognitif tertentu, yang pada akhirnya memengaruhi tindakan yang diambil individu. Teori ini sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu faktor eksternal memicu proses psikologis yang menghasilkan perilaku spesifik (Yu et al., 2025).

Dalam penelitian Syastra dan Wangdra (2018), teori SOR diterapkan untuk menjelaskan pembelian impulsif di *e-commerce*. Mereka menemukan bahwa *stimulus* seperti promosi digital dan fitur interaktif aplikasi dapat membangkitkan respons emosional tertentu pada konsumen (sebagai *organism*), yang kemudian memicu perilaku impulsif seperti pembelian spontan. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Ratnawati (2024), yang menggunakan teori SOR untuk menganalisis perilaku belanja impulsif pada generasi Z di media sosial. Hasilnya menunjukkan bahwa interaksi sosial dan konten dari *influencer* menjadi *stimulus* yang memicu reaksi emosional seperti keinginan untuk tidak tertinggal (FOMO), yang akhirnya memengaruhi keputusan pembelian.

2.2.6 Teori Behavioral accounting

Behavioral accounting adalah cabang akuntansi yang menekankan bagaimana aspek psikologis, sosial, dan emosional memengaruhi proses akuntansi, baik dalam pencatatan, pelaporan, maupun pengambilan keputusan keuangan. Egiyi (2023) menyebutkan bahwa *behavioral accounting* melihat perilaku individu bukan sekadar “gangguan” dalam akuntansi, tetapi justru sebagai sumber wawasan untuk memahami kualitas informasi keuangan dan keputusan ekonomi. Dengan demikian, praktik akuntansi tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga dipengaruhi oleh perilaku, bias kognitif, dan faktor eksternal. Menurut Gokten (2017), *behavioral accounting* memperluas ruang lingkup akuntansi dengan memperhatikan aspek perilaku individu, sehingga praktik akuntansi tidak hanya sekadar proses teknis, tapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi kualitas keputusan keuangan.

Trisnaningsih dan Husna (2022) menjelaskan bahwa *behavioral accounting* mengintegrasikan perspektif psikologi dan sosiologi, termasuk motivasi, persepsi, dan emosi yang dapat memengaruhi keandalan laporan keuangan. Hal ini relevan dalam konteks penelitian ini karena variabel independen yang digunakan *financial technology*, literasi keuangan, dan *fear of missing out* (FOMO) merupakan unsur yang dapat membentuk perilaku keuangan individu.

- a. Fintech berperan sebagai faktor eksternal yang memudahkan transaksi dan pencatatan keuangan digital.
- b. Literasi keuangan berfungsi sebagai kemampuan internal individu dalam memahami konsep keuangan, sehingga memengaruhi kualitas keputusan akuntansi.
- c. FOMO merepresentasikan faktor psikologis yang dapat mendorong perilaku impulsif dalam transaksi keuangan.

Dalam kerangka *behavioral accounting*, ketiga variabel ini dipandang saling berkontribusi dalam menjelaskan bagaimana mahasiswa sebagai subjek penelitian melakukan pencatatan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan keuangan.

2.2.7 Kajian Islam

- a. Pengelolaan Keuangan dalam Perspektif Islam

Islam memberikan panduan yang jelas dalam mengatur dan menggunakan harta. Setiap Muslim diperintahkan untuk menggunakan harta dengan cara yang baik, tidak berlebihan, dan tidak kikir. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.” (QS. Al-Furqan [25]: 67)

- b. Larangan Riba dan Prinsip Kehati-hatian dalam Transaksi

Islam secara tegas melarang praktik riba, yaitu penambahan yang memberatkan dalam transaksi keuangan. Allah SWT berfirman:

...وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: “Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.” (QS. Al-Baqarah [2]: 275)

c. Pentingnya Literasi Keuangan dalam Islam

Islam mendorong umatnya untuk selalu menuntut ilmu, termasuk ilmu dalam bidang ekonomi dan keuangan. Allah SWT berfirman:

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ

Artinya: “Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat.” (QS. Al-Mujādilah [58]: 11)

d. Larangan Hidup Berlebihan dan Fenomena FOMO

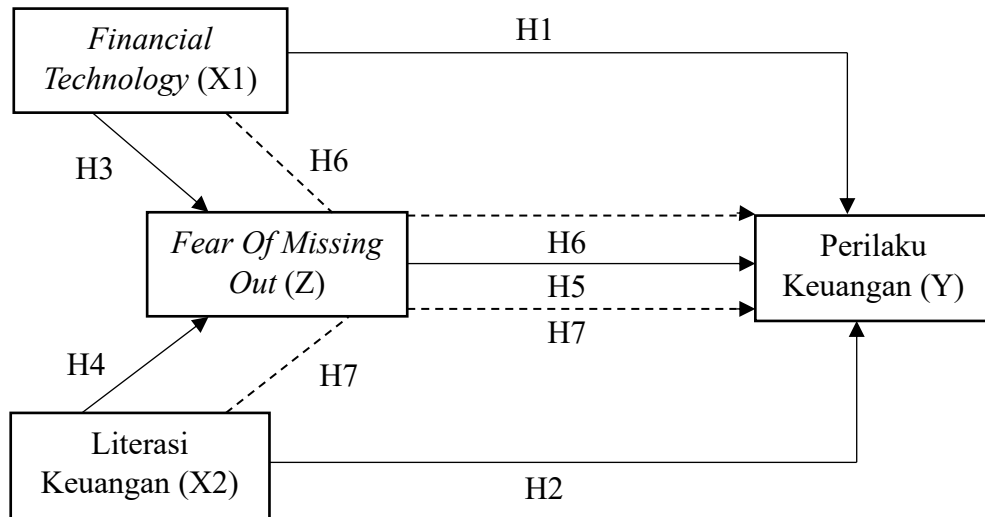
Perilaku konsumtif yang timbul akibat *Fear of Missing Out* (FOMO) sering kali mendorong seseorang untuk membeli sesuatu hanya karena ingin mengikuti tren, bukan berdasarkan kebutuhan. Islam dengan tegas melarang gaya hidup berlebihan sebagaimana firman Allah SWT:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.” (QS. Al-Isrā’ [17]: 27)

2.3 Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



Sumber: Diolah Peneliti

2.4 Hipotesis

2.4.1 Financial Technology Berpengaruh Terhadap Perilaku Keuangan

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), perilaku seseorang terbentuk dari niat (*intention*) yang dipengaruhi oleh sikap (*attitude*), norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) (Ajzen, 1991). Dalam konteks penggunaan *financial technology*, kemudahan dan efisiensi transaksi berpotensi membentuk sikap positif terhadap pengelolaan keuangan, meningkatkan persepsi kontrol, serta memengaruhi niat individu dalam mengatur dan mengelola keuangannya.

Financial Technology memberikan kemudahan dalam mengakses transaksi keuangan secara cepat dan efisien, termasuk bagi kalangan mahasiswa. Namun demikian, kemudahan tersebut juga berpotensi mendorong munculnya perilaku konsumtif apabila tidak disertai dengan tingkat literasi keuangan yang memadai. Dalam penelitian oleh Akib et al (2022) dan Khofifa et al (2023),

disebutkan bahwa fintech memiliki pengaruh signifikan positif terhadap perilaku keuangan.

Jurnal oleh Andiani dan Maria (2023) juga menyatakan bahwa *financial technology* memengaruhi perilaku keuangan pelaku UMKM, dan efek ini juga dapat diterapkan pada mahasiswa yang secara aktif menggunakan fintech. Fasilitas seperti pembayaran digital, *PayLater*, dan investasi berbasis aplikasi menjadi faktor-faktor yang dapat memengaruhi pola belanja, tabungan, dan investasi mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Financial Technology* berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

2.4.2 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Keuangan

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), literasi keuangan berfungsi untuk meningkatkan *perceived behavioral control*, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuannya dalam mengatur dan mengelola keuangan secara efektif (Ajzen, 1991). Pemahaman yang mendalam tentang konsep keuangan dapat mendorong individu untuk membuat keputusan secara rasional sekaligus menghindari kecenderungan perilaku konsumtif.

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu untuk memahami konsep keuangan serta mengaplikasikannya pada kehidupan sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki literasi keuangan yang baik cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih terencana, misalnya dalam menyusun anggaran, menabung, serta menghindari utang konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Nurikadini (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, dimana individu dengan literasi keuangan tinggi akan lebih bijak dalam mengelola sumber daya keuangannya. Hasil serupa juga ditemukan

oleh Siskawati dan Ningtyas (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Literasi keuangan berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan.

2.4.3 *Financial Technology Berpengaruh Terhadap Fear of Missing Out (FOMO)*

Financial Technology (fintech) tidak hanya memberi kemudahan dalam transaksi keuangan, tetapi juga berperan sebagai stimulus yang mampu memicu tekanan psikologis seperti FOMO (*Fear of Missing Out*). Fitur-fitur seperti notifikasi promo, akses cepat ke layanan, hingga kemudahan *PayLater* dapat membuat pengguna merasa perlu untuk segera mengambil keputusan keuangan supaya tidak tertinggal dari orang lain (Syastra & Wangdra, 2018).

Penelitian oleh Przybylski et al (2013) menjelaskan bahwa FOMO adalah kondisi di mana individu merasa cemas jika tertinggal dari peluang atau tren tertentu. Selain itu, faktor motivasi yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan psikologis dasar yaitu kompetensi (rasa mampu), otonomi (kebebasan memilih), dan keterhubungan (relasi dengan orang lain) juga berperan penting dalam FOMO. *Financial Technology* (fintech) tidak hanya memberikan kemudahan dalam transaksi keuangan, tetapi juga menciptakan lingkungan digital yang memperkuat eksposur individu terhadap tren dan aktivitas keuangan orang lain. Dalam konteks ini, fintech dapat berperan sebagai stimulus yang meningkatkan kecenderungan munculnya *Fear of Missing Out*

(FOMO), terutama ketika individu terdorong oleh kebutuhan psikologis seperti keterhubungan sosial, kompetensi, dan otonomi.

FOMO sendiri merupakan kondisi psikologis yang muncul akibat kecemasan tertinggal dari pengalaman atau peluang yang dianggap penting dalam lingkungan sosial digital. Oleh karena itu, keberadaan fitur fintech seperti notifikasi promo, kemudahan akses layanan, serta integrasi dengan gaya hidup digital dapat memperkuat persepsi individu terhadap peluang yang “tidak boleh dilewatkan”.

Berdasarkan teori *Stimulus-Organism-Response* (SOR), teknologi keuangan berperan sebagai stimulus eksternal yang memengaruhi kondisi psikologis individu (*organism*), dalam hal ini memicu FOMO (Yu et al., 2025).

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: *Financial Technology* berpengaruh signifikan terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO).

2.4.4 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap *Fear Of Missing Out* (FOMO)

Berdasarkan teori *Stimulus–Organism–Response* (SOR), tingkat literasi keuangan berperan penting dalam menentukan bagaimana individu memproses dan merespons berbagai stimulus eksternal di lingkungan keuangan digital (Syastra & Wangdra, 2018). Literasi keuangan yang baik memungkinkan seseorang untuk lebih aktif dalam mengakses, memahami, dan mengevaluasi berbagai informasi keuangan, termasuk peluang investasi yang berkembang di media digital. Dengan tingginya literasi keuangan, individu cenderung lebih terpapar terhadap berbagai tren dan informasi keuangan yang sedang populer.

Salah satu fenomena psikologis yang turut memengaruhi respons individu terhadap stimulus tersebut adalah *Fear of Missing Out* (FOMO), yaitu kondisi di mana individu merasa cemas ketika

tertinggal dari peluang atau tren tertentu, khususnya dalam konteks sosial digital. FOMO juga dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis dasar, yaitu kompetensi (rasa mampu), otonomi (kebebasan memilih), dan keterhubungan (relasi dengan orang lain) (Przybylski et al., 2013).

Dalam kerangka *Stimulus–Organism–Response* (SOR), meningkatnya paparan terhadap informasi dan tren keuangan sebagai stimulus dapat memperkuat respons internal berupa FOMO. Individu dengan literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki rasa kompetensi yang lebih baik dalam memahami peluang, namun di sisi lain juga menjadi lebih sadar terhadap berbagai peluang yang mungkin terlewatkan. Kesadaran ini, ditambah dengan dorongan untuk tetap relevan dan terhubung dengan lingkungan sosial, dapat meningkatkan kecenderungan FOMO. Oleh karena itu, literasi keuangan berperan dalam meningkatkan tingkat FOMO yang dialami individu dalam pengambilan keputusan keuangan.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Literasi keuangan berpengaruh terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO).

2.4.5 *Fear of Missing Out* (FOMO) Berpengaruh terhadap Perilaku keuangan

FOMO mendorong mahasiswa untuk mengambil keputusan keuangan yang cepat dan kadang impulsif, seperti membeli barang demi mengikuti tren, meski tidak sesuai dengan kebutuhan. Dalam jurnal oleh Pratiknjo et al (2024), FOMO disebut memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan investasi, dan secara luas juga berlaku terhadap perilaku keuangan umum.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Widiyanti & Dewi (2024) yang menunjukkan bahwa individu yang mengalami

FOMO cenderung merasakan kecemasan, ketidakpuasan, dan dorongan untuk segera bertindak agar tidak kehilangan peluang, sehingga memicu pengambilan keputusan keuangan yang terburu-buru dan kurang rasional. Kondisi ini dapat menyebabkan perilaku konsumtif, pengeluaran impulsif, serta kecenderungan mengambil keputusan keuangan yang berisiko.

Selain itu, FOMO juga dapat mengurangi kontrol diri dalam pengelolaan keuangan dan meningkatkan kemungkinan penggunaan layanan *PayLater* atau pembelian impulsif (Ambarwati & Indriastuti, 2024). Dengan demikian, semakin tinggi tingkat FOMO yang dialami individu, maka semakin besar kecenderungan individu tersebut menunjukkan perilaku keuangan yang kurang bijak.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Fear of Missing Out (FOMO) berpengaruh terhadap perilaku keuangan.

2.4.6 *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Keuangan

Fear of Missing Out (FOMO) dapat menjadi faktor mediasi yang menjembatani pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa dengan tingkat FOMO tinggi cenderung lebih mudah terpengaruh untuk menggunakan layanan fintech seperti *PayLater* atau investasi digital tanpa pertimbangan matang, sehingga berpengaruh pada perilaku keuangan mereka (Ambarwati & Indriastuti, 2024). Menurut teori SOR (*Stimulus–Organism–Response*), stimulus berupa kemudahan dan fitur yang ditawarkan fintech dapat memengaruhi kondisi psikologis individu (*organism*), dalam hal ini FOMO, yang kemudian mendorong *respons* berupa perilaku keuangan tertentu (Syastra & Wangdra, 2018). Penelitian oleh Ratnawati (2024) menemukan bahwa FOMO dapat memperkuat perilaku konsumtif

melalui penggunaan fintech. Dengan demikian, FOMO berperan sebagai mediator dalam hubungan antara *financial technology* dan perilaku keuangan mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Fear of missing out* (FOMO) memediasi pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan.

2.4.7 *Fear of Missing Out* (FOMO) memediasi pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan

Fear of Missing Out (FOMO) juga dapat menjadi faktor mediasi yang menjembatani pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang rendah lebih rentan terdorong oleh FOMO untuk mengikuti tren penggunaan fintech atau investasi digital tanpa perhitungan yang matang, sehingga dapat menimbulkan perilaku keuangan yang kurang sehat. Namun, literasi keuangan yang baik berperan penting dalam menekan dampak negatif FOMO tersebut (Ratnawati, 2024). Hal ini sejalan dengan pandangan Gokten (2017) bahwa behavioral accounting memperhatikan faktor psikologis dan sosial dalam pengambilan keputusan keuangan. Penelitian oleh Ratnawati (2024) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan yang memadai dapat mengurangi kecenderungan perilaku konsumtif akibat FOMO. Dengan demikian, FOMO berperan sebagai mediator dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa.

Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Fear of missing out* (FOMO) memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disusun, penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Penelitian kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan metode statistik guna menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun pendekatan asosiatif kausal bertujuan untuk menganalisis hubungan antara dua variabel atau lebih serta menjelaskan keterkaitan yang bersifat sebab-akibat (Sugiyono, 2022). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah *financial technology* dan literasi keuangan, variabel dependen adalah perilaku keuangan, sedangkan *fear of missing out* (FOMO) berperan sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, penelitian ini berusaha menguji sejauh mana *financial technology* dan literasi keuangan memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa melalui FOMO sebagai mediator.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang dengan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Pemilihan Kota Malang didasarkan pada banyaknya perguruan tinggi serta besarnya jumlah mahasiswa yang ada, sehingga wilayah ini dinilai tepat untuk mengkaji perilaku keuangan generasi muda dalam pemanfaatan layanan *financial technology*. Selain itu, penelitian ini juga menelaah tingkat literasi keuangan serta *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berpotensi memengaruhi perilaku keuangan mahasiswa. Dengan demikian, data dan informasi yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari mahasiswa yang berdomisili maupun yang sedang menempuh pendidikan di Kota Malang.

3.3 Populasi Dan Sampel

- a. Populasi

Populasi merupakan seluruh subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan relevan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil populasi seluruh mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Kota Malang. Populasi ini dipilih karena mahasiswa merupakan kelompok yang aktif dalam penggunaan *financial technology*, tingkat literasi keuangan, dan juga rentan mengalami *Fear of Missing Out* (FOMO), yang dapat berdampak pada perilaku keuangan mereka.

b. Sampel

Sampel merupakan salah satu bagian dari populasi yang dipilih melalui suatu proses pengambilan sejumlah individu untuk mewakili keseluruhan kelompok yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2022). Mengingat jumlah populasi mahasiswa di Kota Malang belum dapat diketahui secara pasti, dalam penelitian ini digunakan rumus *Lemeshow* dalam menentukan jumlah sampel yang diperlukan. Perhitungan ukuran sampel dengan rumus *Lemeshow* umumnya digunakan pada kondisi populasi yang tidak diketahui secara jelas atau memiliki jumlah yang sangat besar (Saputra et al., 2023). Berikut rumus *Lemeshow* yang digunakan:

$$n = \frac{Z^2 P(1 - P)}{D^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

Z = Tingkat kepercayaan (1,96 untuk tingkat kepercayaan 95%)

P = Proporsi populasi (diasumsikan 0,5 untuk mendapatkan ukuran maksimum)

D = Margin of error (0,1 atau 10%)

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1 - 0,5)}{0,1^2} = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Lemeshow, jumlah sampel minimum yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Namun, untuk meningkatkan tingkat representativitas data, memperkecil potensi bias, serta memperkuat hasil analisis statistik, peneliti menetapkan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Penambahan jumlah sampel ini juga mempertimbangkan heterogenitas karakteristik mahasiswa di Kota Malang yang berasal dari berbagai perguruan tinggi dengan latar belakang yang berbeda, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Dalam penelitian ini, responden berasal dari 14 pilihan terbaik perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Malang menurut *website* binus.ac.id, yaitu BINUS University Malang, Universitas Gajayana (UNIGA), Universitas Islam Malang (UNISMA), Universitas Kanjuruhan Malang (UNIKAMA), Universitas Katolik Widya Karya Malang, Universitas Kristen Cipta Wacana (UKCW) Malang, Universitas Merdeka Malang (UNMER), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Widyagama Malang (UWG), Universitas Wisnuwardhana Malang, Universitas Brawijaya, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Universitas Negeri Malang (UM), dan Universitas Terbuka Malang.

Tabel 3. 1 Responden

No.	Universitas	Jumlah Responden
1.	BINUS University Malang	11
2.	Universitas Gajayana (UNIGA)	10
3.	Universitas Islam Malang (UNISMA)	11
4.	Universitas Kanjuruhan Malang (UNIKAMA)	11
5.	Universitas Katolik Widya Karya Malang	10

No.	Universitas	Jumlah Responden
6.	Universitas Kristen Cipta Wacana (UKCW) Malang	10
7.	Universitas Merdeka Malang (UNMER)	11
8.	Universitas Muhammadiyah Malang (UMM)	11
9.	Universitas Widyagama Malang (UWG)	10
10.	Universitas Wisnuwardhana Malang	10
11.	Universitas Brawijaya	12
12.	Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim	11
13.	Universitas Negeri Malang (UM)	11
14.	Universitas Terbuka Malang	10
	Total	150

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Purposive sampling adalah kiat pengutipan representatif yang dilakukan bersumber pada tolok ukur maupun pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan arah pengkajian. Melalui metode ini, peneliti dapat menentukan responden yang dinilai paling relevan dan sesuai dengan fokus penelitian yang dilakukan. Adapun kriteria responden adalah sebagai berikut:

- a. Mahasiswa aktif dari 14 pilihan terbaik perguruan tinggi negeri dan swasta di Kota Malang menurut *website* binus.ac.id, yaitu BINUS University Malang, Universitas Gajayana (UNIGA), Universitas Islam Malang (UNISMA), Universitas Kanjuruhan Malang (UNIKAMA), Universitas Katolik Widya Karya Malang, Universitas Kristen Cipta Wacana (UKCW) Malang, Universitas Merdeka Malang (UNMER), Universitas Muhammadiyah Malang (UMM), Universitas Widyagama Malang (UWG), Universitas Wisnuwardhana Malang, Universitas Brawijaya, Universitas

Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim, Universitas Negeri Malang (UM), dan Universitas Terbuka Malang.

- b. Menggunakan layanan *Financial Technology* seperti *mobile banking*, *e-wallet*, aplikasi pinjaman online, dan aplikasi investasi.
- c. Sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi.

Metode ini umum digunakan pada penelitian yang membutuhkan ketepatan data dari kelompok tertentu tanpa harus melakukan generalisasi secara luas (Sugiyono, 2022).

3.5 Data Dan Jenis Data

Dalam penelitian ini, data primer digunakan sebagai sumber utama. Menurut (Sugiyono, 2022), data primer dihasilkan langsung dari subjek penelitian. Peneliti mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan mahasiswa di Kota Malang melalui *Google Form*. Tanggapan yang diberikan oleh mahasiswa terhadap pertanyaan dalam kuesioner menjadi sumber data utama untuk menganalisis pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan FOMO sebagai variabel mediasi.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Menurut (Wijaya, 2016), Kuesioner umumnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu kuesioner terbuka (tidak terstruktur) dan kuesioner tertutup (terstruktur). Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup, dimana responden diminta untuk memberikan jawaban yang sesuai karakteristik masing-masing dengan menandai silang (X) atau centang (✓) pada alternatif jawaban yang telah disediakan (Andri et al., 2023).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner berbasis *Google Form* yang disusun menggunakan skala Likert. Skala *Likert* lazim digunakan sebagai alat ukur untuk menilai sikap, persepsi, pandangan, maupun respons individu terhadap suatu fenomena sosial tertentu (Saputra et al., 2023). Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari lima tingkat penilaian

dengan, rentang skor antara 1 hingga 5 (Aries et al., 2022), yang menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Ragu-ragu (RG)
- d. Tidak Setuju (TS)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS)

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
<i>Financial Technology</i> (X1)	Pengembangan aplikasi khususnya di bidang jasa keuangan yang membantu pengelolaan keuangan seperti melakukan transaksi pembayaran, menyimpan uang, dan meminjam uang (Andiani & Maria, 2023).	1. Manfaat penggunaan (<i>usefull</i>)	1. Fintech membantu saya mengatur keuangan dengan lebih efisien.
		2. Mudah digunakan (<i>easy to use</i>)	2. Aplikasi fintech mudah digunakan untuk pengelolaan keuangan dan berbagai jenis transaksi.
		3. Tampilan website (<i>website design</i>)	3. Desain aplikasi fintech menarik dan membuat saya ingin sering menggunakannya.
		4. Ketersediaan sistem (<i>system availability</i>)	4. Layanan fintech (seperti <i>mobile banking</i> , <i>e-wallet</i> , aplikasi

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
			pinjaman, dan aplikasi investasi) selalu tersedia saat saya membutuhkannya.
		5. Privasi (<i>privacy</i>)	5. Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan fintech untuk mengelola keuangan dan bertransaksi.
		6. Keamanan (<i>safety</i>)	6. Saya merasa aman mengelola keuangan dan bertransaksi melalui aplikasi fintech.
Literasi Keuangan (X2)	Literasi keuangan adalah keahlian dan pengetahuan seseorang untuk memanfaatkan seluruh sumber daya keuangan yang dimiliki untuk mengambil	1. Pemahaman dasar mengenai pengelolaan Keuangan	1. Saya mampu mengatur pemasukan dan pengeluaran dengan baik.
			2. Pengetahuan keuangan membuat saya tidak mudah

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
	keputusan yang efektif (Pangesti & Safitri, 2025).		terbawa tren (FOMO).
		2. Pengelolaan mengenai tabungan dan pinjaman	3. Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dari sebagian uang saku/penghasilan.
			4. Saya berhati-hati sebelum mengambil pinjaman digital meskipun banyak teman sudah melakukannya.
		3. Pengelolaan asuransi	5. Saya mengetahui manfaat asuransi dalam memberikan perlindungan terhadap risiko keuangan.
		4. Pengelolaan investasi	6. Saya memahami risiko dan manfaat investasi sebelum mengikuti tren

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
			investasi di media sosial.
Perilaku Keuangan (Y)	Perilaku keuangan merujuk pada tindakan yang dilakukan individu dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya keuangannya secara bijak, seperti menabung, mengurangi pengeluaran, berinvestasi, dan melunasi hutang tepat waktu (Andiani & Maria, 2023).	1. Membayar tagihan tepat waktu.	1. Saya menggunakan aplikasi fintech dan pengetahuan keuangan saya untuk memastikan tagihan dibayar tepat waktu.
		2. Menyusun anggaran sebagai pedoman pengeluaran dan belanja.	2. Saya membuat anggaran berdasarkan pemahaman keuangan agar tidak terbawa tren belanja digital.
		3. Melakukan pencatatan secara teratur atas setiap pengeluaran dan belanja.	3. Saya mencatat pengeluaran untuk memantau penggunaan fintech dan menjaga keseimbangan keuangan pribadi.
		4. Menyediakan dana cadangan untuk menghadapi keadaan darurat.	4. Saya menyisihkan dana darurat di rekening digital.

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
		5. Menyisihkan sebagian dana secara rutin untuk ditabung.	5. Saya menabung di aplikasi fintech karena memahami pentingnya pengelolaan keuangan.
		6. Membandingkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan pengeluaran atau belanja.	6. Saya membandingkan harga melalui aplikasi digital sebelum membeli, agar lebih hemat dan bijak.
Fear Of Missing Out (Z)	Fear of Missing Out (FOMO) adalah kecemasan sosial karena takut tertinggal tren yang mendorong mahasiswa mengambil keputusan keuangan impulsif akibat pengaruh media sosial dan penggunaan financial technology.	1. <i>Pervasive apprehension.</i>	1. Saya merasa cemas ketika tidak mengikuti tren promosi atau diskon di aplikasi keuangan digital.
			2. Saya sering memeriksa aplikasi fintech karena takut melewatkan peluang transaksi atau investasi.
			3. Saya sulit menahan diri untuk tidak ikut

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
			tren meskipun sadar belum tentu bermanfaat.
		<i>2. Desire for connection.</i>	4. Saya menggunakan layanan keuangan digital agar tetap bisa mengikuti tren di kalangan teman sebaya.
			5. Saya merasa senang ketika bisa berbagi pengalaman menggunakan fitur promo atau cashback dengan teman.
			6. Saya terdorong menggunakan layanan fintech (seperti mobile banking, <i>e-wallet</i> , aplikasi pinjaman, dan aplikasi investasi) karena banyak orang di

Variabel	Definisi	Indikator	Pernyataan
			sekitar saya juga menggunakannya.

3.8 Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Structural Equation Modeling – Partial Least Square (SEM-PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Metode Partial Least Square (PLS) pertama kali dikembangkan oleh Herman Wold (1982). Selanjutnya, PLS Path Modeling dikembangkan sebagai pendekatan alternatif dalam pemodelan Structural Equation Modeling (SEM), khususnya pada penelitian yang memiliki dasar teori yang relatif lemah.

Adapun kriteria pengujian yang diterapkan pada kedua model tersebut adalah sebagai berikut (Hair, Hult, Ringle, & Sarstedt, 2016):

a. Pengujian Model Pengukuran (*Outer Model*)

1) Uji Validitas

a) *Convergent Validity*

Convergent validity merupakan pengukuran yang dilihat dari nilai loading factor antara variabel laten dengan indikator-indikator penyusunnya. Penilaian *convergent validity* dilakukan melalui hubungan antara item *score/compound score* dan *construct score* yang diperoleh menggunakan metode PLS. Indikator reflektif dikatakan memiliki kualitas yang baik apabila nilai korelasinya terhadap konstruk yang diukur melebihi 0,70. Selain itu, *convergent validity* juga dapat dievaluasi menggunakan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk dalam model penelitian. Suatu konstruk dinyatakan valid apabila memiliki nilai AVE > 0.5. Formula AVE dirumuskan sebagai berikut:

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum var(\epsilon_i)}$$

b) *Discriminant Validity*

Salah satu cara untuk menilai validitas adalah dengan memperhatikan nilai *cross loading factor*, yang berfungsi untuk memastikan apakah suatu konstruk memiliki tingkat diskriminan yang memadai. Hal ini dilakukan dengan membandingkan nilai loading pada konstruk yang diukur, yang harus lebih tinggi dibandingkan nilai loading pada konstruk lainnya. Selain itu, pengujian juga dapat dilakukan menggunakan metode Fornell dan Larcker, yaitu dengan membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) pada setiap konstruk dengan nilai korelasi antar konstruk dalam model penelitian. Apabila nilai akar kuadrat AVE dari setiap konstruk lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lainnya, maka konstruk tersebut dinyatakan memiliki *discriminant validity* yang baik.

2) Uji Reabilitas

Selain pengujian validitas konstruk, penelitian ini juga melakukan uji reliabilitas konstruk yang diukur menggunakan composite reliability dan cronbach's alpha pada blok indikator yang merepresentasikan konstruk. Suatu konstruk dapat dikatakan reliabel apabila memiliki nilai composite reliability lebih besar dari 0,70 serta nilai cronbach's alpha yang juga melebihi 0,70.

b. Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural dilakukan dengan melihat nilai *R-square* pada variabel dependen serta nilai path coefficient pada variabel independen. Selanjutnya, tingkat signifikansi masing-masing path dinilai berdasarkan nilai *t-statistic* yang dihasilkan.

1) *R Square*

Nilai *R Square* merupakan koefisien determinasi yang digunakan untuk menilai konstruk endogen. Secara umum, nilai *R square* sebesar 0.67 dikategorikan kuat, 0.33 termasuk kategori moderat, dan 0.19 tergolong lemah. Sementara itu, *R square Adjusted* digunakan untuk

menunjukkan besarnya pengaruh variabel-variabel yang memengaruhi terhadap variabel yang dipengaruhi. Selain itu, perubahan nilai R-square dapat dimanfaatkan untuk mengevaluasi sejauh mana variabel laten independen memberikan pengaruh terhadap variabel laten dependen, apakah pengaruh tersebut bersifat substantive atau tidak.

2) *Effect Size (f square)*.

Pengujian Effect size (f^2) dilakukan untuk mengetahui tingkat kebaikan model penelitian. Nilai f^2 diharapkan lebih besar dari 0.15, sehingga model dapat dikategorikan memiliki kualitas yang minimal cukup baik atau berada pada tingkat moderat.

3) *Stone-Geisser Q-square test (Predictive Relevance)*

Stone-Geisser Q-square test digunakan untuk menilai *predictive relevance*, serta didukung oleh uji t dan pengujian signifikansi terhadap koefisien parameter pada jalur struktural. *Q-square* berfungsi untuk mengukur sejauh mana model, beserta parameter yang dimilikinya, mampu menghasilkan nilai observasi dengan baik. Nilai *Q-square* yang lebih besar dari 0 (nol) menunjukkan bahwa model memiliki *predictive relevance*, sedangkan nilai *Q-square* yang lebih kecil dari 0 (nol) mengindikasikan bahwa model kurang memiliki *predictive relevance*. Perhitungan Q^2 dapat dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

Nilai *Q-square* lebih besar dari 0 mengartikan bahwa model mempunyai nilai *predictive relevance*.

4) *Goodness of Fit (gof)*

Evaluasi Goodness of Fit model dilakukan berdasarkan variabel laten dependen, dengan penafsiran yang sejalan dengan analisis regresi. Suatu model dapat dikategorikan baik apabila memiliki nilai GoF yang lebih besar dari 0,38. Nilai GoF tersebut dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

$$GoF = \sqrt{AVE * R^2}$$

c. Uji Hipotesis

Dengan melakukan pengujian statistik, peneliti dapat menentukan apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Pada penelitian ini, pengujian hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi antar kontrak, t-statistik, serta *p-value*. *Rules of thumb* menggunakan aturan t-statistik > 1,96. Hal ini sesuai dengan (Ringle, Sarstedt, dan Henseler, 2022) yang menyatakan bahwa uji signifikansi dilakukan pada tingkat kesalahan 5%, sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi (p-value) dari pengaruh tersebut ≤ 0.05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel independen dan variabel dependen $\rightarrow H_0$ ditolak, H_1 diterima.
- 2) Jika nilai signifikansi (p-value) dari pengaruh tersebut ≥ 0.05 maka tidak ada pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen $\rightarrow H_0$ diterima, H_1 ditolak (Sihombing et al., 2024).

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Malang dengan responden yang terdiri atas mahasiswa aktif yang sedang menempuh pendidikan di kota tersebut. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 responden, yang ditetapkan berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus *Lemeshow* dengan jumlah minimum sampel sebesar 100 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan pada periode 1 November 2025 sampai dengan 30 November 2025 melalui Google Form yang dibagikan lewat aplikasi WhatsApp, sehingga seluruh proses pengisian berlangsung secara online. Dari 150 kuesioner yang disebar, seluruhnya kembali terisi dengan lengkap dan dapat digunakan dalam proses analisis penelitian.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan mahasiswa aktif yang sedang menjalani pendidikan di Kota Malang. Karakteristik responden yang dianalisis mencakup jenis kelamin, usia, dan jenis layanan *financial technology* yang digunakan. Uraian mengenai pengelompokan karakteristik responden tersebut dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	63	42%
Perempuan	87	58%
Total	150	100%

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel, jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 150 mahasiswa. Dari total responden tersebut,

sebanyak 87 mahasiswa atau 58% berjenis kelamin perempuan, sementara 63 mahasiswa atau 42% berjenis kelamin laki-laki. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa responden mahasiswa perempuan memiliki jumlah yang lebih dominan dibandingkan responden mahasiswa laki-laki dalam penelitian ini.

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 Tahun	52	35%
20 – 25 Tahun	87	58%
> 25 Tahun	11	7%
Total	150	100%

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel, penelitian ini melibatkan 150 mahasiswa dengan variasi usia yang berbeda. Mayoritas responden berada pada usia 20–25 tahun, yakni sebanyak 87 orang atau 58%. Sementara itu, responden berusia di bawah 20 tahun berjumlah 52 orang (35%), dan kelompok usia di atas 25 tahun merupakan yang paling sedikit, yaitu 11 orang (7%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berusia 20–25 tahun mendominasi responden dalam penelitian ini.

Tabel 4. 3 Penggunaan Layanan *Financial Technology*

Jenis <i>Financial Technology</i>	Jumlah	Persentase
<i>Mobile Banking</i>	122	81,3%
<i>E - Wallet</i>	87	58,0%
Pinjaman <i>Online</i>	6	4,0%
Aplikasi Investasi	17	11,3%

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan data pada tabel, penggunaan jenis layanan *financial technology* oleh responden menunjukkan variasi yang cukup beragam, dimana setiap responden dapat menggunakan lebih dari satu jenis layanan.

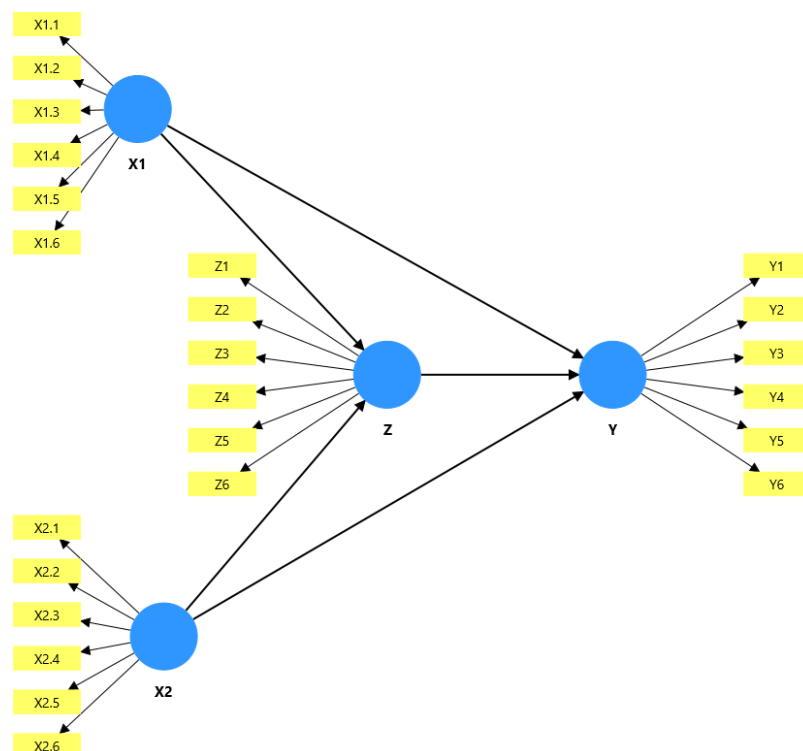
Mobile banking menjadi jenis *financial technology* yang paling banyak dimanfaatkan, yaitu oleh 122 responden atau 81,3%. Selanjutnya, *e-wallet* digunakan oleh 87 responden (58,0%), sementara aplikasi investasi dimanfaatkan oleh 17 responden (11,3%). Jenis layanan yang paling sedikit digunakan adalah pinjaman online, dengan jumlah 6 responden atau 4,0%.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Skema Model Partial Least Square (PLS)

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *Partial Least Square* (PLS), yang bertujuan untuk menguji hubungan antara konstruk variabel dan indikator-indikator penyusunnya. Pengolahan model PLS pada penelitian ini dibantu dengan perangkat lunak SmartPLS. Selanjutnya, rancangan model PLS yang digunakan dijadikan sebagai dasar pelaksanaan penelitian ini disajikan sebagai berikut:

Gambar 4. 1 Skema Model *Partial Least Square*



4.2.2 Model Pengukuran (*Outer Model*)

a Validitas Konvergen

Tabel 4. 4 Hasil *Outer Loadings*

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.719			
X1.2	0.744			
X1.3	0.713			
X1.4	0.716			
X1.5	0.784			
X1.6	0.795			
X2.1		0.765		
X2.2		0.727		
X2.3		0.754		
X2.4		0.704		
X2.5		0.714		
X2.6		0.706		
Y1			0.708	
Y2			0.715	
Y3			0.731	
Y4			0.715	
Y5			0.780	
Y6			0.705	
Z1				0.829
Z2				0.713
Z3				0.801
Z4				0.852
Z5				0.769
Z6				0.716

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Berdasarkan tabel, semua indikator dalam model penelitian memiliki nilai di atas 0,7. Hal ini menandakan bahwa setiap indikator memiliki tingkat korelasi yang memadai dengan variabel yang diukurnya. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada penelitian ini memenuhi syarat validitas.

Tabel 4. 5 Hasil Average Variance Extracted (AVE)

	AVE
X1	0.556
X2	0.531
Y	0.528
Z	0.611

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel memiliki nilai AVE yang lebih dari 0,5. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan cukup mampu merepresentasikan masing-masing variabel secara memadai. Dengan demikian, variabel-variabel pada penelitian ini valid serta layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

b Validitas Diskriminan

Hasil *Fornell Larcker* dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4. 6 Hasil Fornell Lacker

	X1	X2	Y	Z
X1	0.746			
X2	0.491	0.729		
Y	0.550	0.754	0.726	
Z	0.446	0.360	0.402	0.782

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Berdasarkan tabel, nilai akar kuadrat AVE untuk setiap variabel lebih tinggi dibandingkan dengan nilai korelasinya terhadap variabel lain. Hal ini menandakan bahwa seluruh variabel telah memenuhi kriteria validitas diskriminan menurut *Fornell–Larcker*. Dengan terpenuhinya kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki batasan yang jelas dan memiliki kemampuan membedakan diri dari variabel lainnya.

Selain *Fornell Larcker*, validitas diskriminan juga dapat dilihat dari nilai *Cross Loading* sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Cross Loading

	X1	X2	Y	Z
X1.1	0.719	0.359	0.458	0.328
X1.2	0.744	0.319	0.356	0.285
X1.3	0.713	0.429	0.434	0.428
X1.4	0.716	0.309	0.320	0.244
X1.5	0.784	0.402	0.441	0.380
X1.6	0.795	0.344	0.412	0.283
X2.1	0.421	0.765	0.551	0.263
X2.2	0.338	0.727	0.553	0.180
X2.3	0.336	0.754	0.544	0.237
X2.4	0.343	0.704	0.567	0.227
X2.5	0.334	0.714	0.535	0.381
X2.6	0.374	0.706	0.543	0.270
Y1	0.489	0.669	0.708	0.312
Y2	0.324	0.588	0.715	0.292
Y3	0.342	0.509	0.731	0.243
Y4	0.400	0.453	0.715	0.276
Y5	0.477	0.498	0.780	0.372

	X1	X2	Y	Z
Y6	0.335	0.517	0.705	0.241
Z1	0.328	0.285	0.305	0.829
Z2	0.251	0.357	0.393	0.713
Z3	0.348	0.198	0.197	0.801
Z4	0.301	0.274	0.247	0.852
Z5	0.418	0.334	0.416	0.769
Z6	0.417	0.188	0.249	0.716

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Mengacu pada tabel di atas, hasil *Outer Loading* memperlihatkan bahwa setiap indikator mempunyai nilai loading yang lebih tinggi pada variabel yang diukurnya dibandingkan dengan variabel lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa setiap variabel mampu membedakan diri dari variabel lain sehingga tidak terjadi tumpang tindih. Dengan demikian, indikator-indikator tersebut dinyatakan valid karena memiliki nilai outer loading di atas 0,7.

c Reliabilitas

Uji reliabilitas variabel dapat dilakukan dengan melihat nilai *Composite reliability (CR)* dan *Cronbach' Alpha* pada Tabel berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)
X1	0.841	0.845
X2	0.823	0.823
Y	0.822	0.825
Z	0.872	0.878

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Berdasarkan tabel, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Composite Reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* di atas 0,7. Hal ini mengartikan bahwa variabel-variabel tersebut memiliki tingkat reliabilitas yang baik, sehingga dapat dipercaya dan layak digunakan dalam tahap analisis model selanjutnya.

4.2.3 Struktural Model (*Inner Model*)

a. Uji *R-Square* (R^2)

Hasil pengujian *R-Square* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Uji *R-Square*

	<i>R-square</i>	<i>R-square adjusted</i>
Y	0.616	0.609
Z	0.225	0.215

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Berdasarkan hasil perhitungan, nilai *R-Square* pada variabel Y sebesar 0.616 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif dalam kategori moderat hingga kuat, sesuai dengan acuan yang menyatakan bahwa nilai 0.33 tergolong moderat dan 0.67 tergolong kuat. Nilai *R-Square Adjusted* sebesar 0.609 menunjukkan bahwa sekitar 60,9% variasi pada variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model, untuk sisanya dipengaruhi dari faktor lain di luar penelitian. Untuk variabel Z, nilai *R-Square* sebesar 0.225 menandakan kemampuan prediksi dalam kategori lemah, karena berada di atas 0.19 namun masih jauh di bawah 0.33. Nilai *R-Square Adjusted* untuk variabel Z sebesar 0.215 mengindikasikan bahwa 21,5% perubahan pada variabel Z dapat dijelaskan oleh variabel-variabel yang mempengaruhinya. Secara keseluruhan, perubahan nilai *R-Square* dan *R-Square Adjusted* ini menunjukkan bahwa variabel independen memberikan pengaruh yang substansial terhadap variabel Y, sedangkan pengaruhnya terhadap variabel Z relatif masih rendah.

b. *Effect Size (f square)*

Effect size (f^2) bertujuan untuk mengetahui kebaikan model. Jika nilainya lebih besar dari 0.15 sehingga model dikatakan minimal cukup baik (moderat).

Berikut ini merupakan hasil dari uji *Effect size* (f^2):

Tabel 4. 10 Hasil *Effect size* (f^2)

	X1	X2	Y	Z
X1			0.075	0.124
X2			0.739	0.033
Y				
Z			0.015	

Sumber : *Output SmartPLS (data diolah, 2025)*

Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Pengaruh fintech terhadap perilaku keuangan sebesar 0,075, maka pengaruh fintech terhadap perilaku keuangan dianggap lemah.
2. Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan sebesar 0,739, maka pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dianggap kuat.
3. Pengaruh FOMO terhadap perilaku keuangan sebesar 0,015, maka pengaruh FOMO terhadap perilaku keuangan dianggap lemah.
4. Pengaruh fintech terhadap FOMO sebesar 0,124, maka pengaruh fintech terhadap FOMO dianggap lemah.
5. Pengaruh literasi keuangan terhadap FOMO sebesar 0,033, maka pengaruh literasi keuangan terhadap FOMO dianggap lemah.

c. *Stone-Geisser Q-square test (Predictive Relevance)*

Untuk menghitung Q^2 dapat digunakan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots (1 - R_p^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0,616)(1 - 0,225) = 0,7024$$

Nilai Q^2 sebesar 0,7024 menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang kuat, karena nilai Q^2 yang lebih besar dari 0 menandakan adanya *predictive relevance*. Hal ini berarti variabel-variabel independen dalam model mampu menjelaskan sekitar 70,24% variasi pada konstruk endogen secara keseluruhan. Dengan demikian, nilai Q^2 sebesar 0,7024 mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang sangat baik, serta variabel-variabel laten independen memberikan kontribusi yang substantif dalam menjelaskan variabel laten dependen.

d. *Goodness of Fit* (gof)

Menghitung GoF dapat digunakan rumus:

$$GoF = \sqrt{AVE * R^2}$$

$$GoF = \sqrt{0,557 * 0,421} = 0,48$$

Suatu model dikatakan baik jika nilai GoF melebihi 0,38. Oleh karena itu, nilai GoF sebesar 0,48 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki tingkat kecocokan (fit) yang tinggi atau kuat. Hal ini berarti bahwa secara keseluruhan, model dapat dengan baik menggambarkan hubungan di antara variabel laten dan kombinasi antara kualitas pengukuran serta kemampuan prediksi model (*R-Square*) berada dalam kategori sangat memadai. Dengan demikian, model ini dapat dianggap memiliki kecocokan yang baik dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

e. Uji Hipotesis

Berikut ini merupakan hasil uji hipotesis yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Hipotesis

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample mean (M)</i>	<i>Standard deviation (STDEV)</i>	<i>T statistics (O/STDEV)</i>	<i>P values</i>	Ket.
X1 -> Y	0.206	0.212	0.088	2.347	0.019	Diterima
X1 -> Z	0.356	0.364	0.069	5.117	0.000	Diterima
X2 -> Y	0.621	0.620	0.079	7.908	0.000	Diterima
X2 -> Z	0.185	0.186	0.078	2.377	0.018	Diterima
Z -> Y	0.087	0.084	0.059	1.472	0.141	Ditolak
X1 -> Z -> Y	0.031	0.031	0.024	1.306	0.192	Ditolak
X2 -> Z -> Y	0.016	0.016	0.013	1.189	0.234	Ditolak

Sumber : Output SmartPLS (data diolah, 2025)

Berdasarkan tabel hasil uji hipotesis diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Keuangan.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,206, t-statistic 2,347 dan p-value tercatat sebesar 0,019. Hasil ini menyatakan jika *financial technology* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan, sehingga hipotesis penelitian diterima.

2. Pengaruh *Financial Technology* terhadap FOMO.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,356, t-statistic 5,117 dan p-value tercatat sebesar 0,000. Hasil ini menyatakan jika *financial technology* memiliki pengaruh terhadap FOMO, sehingga hipotesis penelitian diterima.

3. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,621, t-statistic 7.908 dan p-

value tercatat sebesar 0,000. Hasil ini menyatakan jika literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan, sehingga hipotesis penelitian diterima.

4. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap FOMO.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,185, *t-statistic* 2.377 dan *p-value* tercatat sebesar 0,018. Hasil ini menyatakan jika literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap FOMO, sehingga hipotesis penelitian diterima.

5. Pengaruh FOMO terhadap Perilaku Keuangan.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,087, *t-statistic* 1.472 dan *p-value* tercatat sebesar 0.141. Hasil ini menyatakan jika FOMO tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan, sehingga hipotesis penelitian ditolak.

6. Pengaruh *Financial Technology* terhadap Perilaku Keuangan dengan FOMO sebagai Variabel Mediasi.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,031, *t-statistic* 1.306 dan *p-value* tercatat sebesar 0.192. Hasil ini menyatakan jika *financial technology* tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan dengan FOMO sebagai variabel mediasi, sehingga hipotesis penelitian ditolak.

7. Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan FOMO sebagai Variabel Mediasi.

Hasil dari proses pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien mencapai 0,016, *t-statistic* 1.189 dan *p-value* tercatat sebesar 0.234. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan dengan FOMO sebagai

variabel mediasi, sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

4.3 Pembahasan

4.3.1 *Financial Technology* Berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang

Penelitian ini menemukan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Hal ini menunjukkan bahwasanya semakin sering mahasiswa memanfaatkan teknologi keuangan, semakin positif pula perilaku keuangan mereka. Selain mempermudah proses transaksi, penggunaan *financial technology* juga mendukung mahasiswa dalam mengatur keuangan secara lebih sistematis melalui berbagai fitur, seperti pengecekan saldo, pencatatan pemasukan dan pengeluaran, serta perencanaan anggaran.

Pengaruh signifikan tersebut dapat disebabkan oleh karakteristik mahasiswa di Malang yang sebagian besar merupakan mahasiswa perantau dan berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Kondisi ini menuntut mahasiswa untuk mengelola keuangan secara lebih mandiri dan efisien. *Financial technology* menjadi solusi praktis karena memberikan akses yang cepat, transparan, dan mudah terhadap informasi keuangan, sehingga mahasiswa memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi finansialnya. Selain itu, tingginya penetrasi penggunaan *smartphone* dan internet di kalangan mahasiswa di Malang turut mendorong intensitas penggunaan layanan *financial technology* dalam kehidupan sehari-hari.

Akses informasi keuangan yang *real-time* melalui *financial technology* juga meningkatkan kesadaran mahasiswa terhadap pola pengeluaran mereka, sehingga mendorong pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional. Beberapa aplikasi fintech bahkan menyediakan fitur analisis dan notifikasi keuangan yang secara tidak langsung membentuk kebiasaan keuangan yang lebih disiplin. Dengan demikian, teknologi keuangan bukan sekadar peran media transaksi, namun

dapat menjadi alat yang membantu mengubah kebiasaan dalam manajemen keuangan yang lebih tertata dan positif.

Hasil studi ini konsisten dengan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperkenalkan oleh Ajzen (1991), yang menyatakan bahwa tindakan individu dipengaruhi oleh niat (*intention*), sedangkan niat itu sendiri dibentuk oleh sikap (*attitude*), norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*). Dalam konteks penggunaan *financial technology*, kemudahan, efisiensi, dan transparansi layanan fintech membangun sikap positif mahasiswa terhadap pengelolaan keuangan serta meningkatkan pemahaman tentang kontrol terhadap keuangan yang dimiliki, serta mendorong niat untuk berperilaku keuangan secara lebih baik. Dengan demikian, dampak teknologi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa dalam penelitian ini sesuai dengan teori yang diterapkan.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian Akib et al (2022) dan Khofifa et al (2023) yang menunjukkan bahwa *financial technology* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Dengan kata lain, semakin sering mahasiswa memanfaatkan layanan fintech seperti *mobile banking*, *e-wallet*, aplikasi pinjaman online, dan aplikasi investasi, semakin baik pula perilaku keuangan yang mereka tunjukkan. Namun demikian, hasil studi ini tidak konsisten dengan yang dilakukan oleh Anisyah et al (2021) yang menemukan bahwa *financial technology* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan. Perbedaan hasil ini disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden dan objek penelitian, dimana penelitian Anisyah et al (2021) dilakukan pada pelaku UMKM di Kecamatan Sekupang yang mayoritas respondennya berusia lebih dari 40 tahun, berpendidikan SMA, serta memiliki tingkat pendapatan rendah, sehingga pemanfaatan dan pemahaman terhadap *financial technology* masih terbatas dan belum mampu mendorong perubahan perilaku keuangan secara signifikan.

4.3.2 Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang

Studi ini menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak positif dan berarti terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Hal ini berarti menunjukkan jika semakin tinggi pengetahuan dan pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan seperti pengelolaan pendapatan, perencanaan keuangan, dan pengendalian pengeluaran maka perilaku keuangan mereka dalam kehidupan sehari-hari akan semakin rasional dan bijak. Literasi keuangan dapat tercatat sebagai variabel yang paling dominan memengaruhi perilaku keuangan dibandingkan variabel lain, hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi yang paling tinggi.

Kuatnya dampak pemahaman keuangan terhadap perilaku finansial mahasiswa di Malang dapat dijelaskan oleh karakteristik mereka sebagai kelompok yang sedang dalam tahap transisi menuju kemandirian finansial. Sebagai kota pendidikan dengan biaya hidup yang beragam, mahasiswa di Malang dituntut untuk mampu mengelola keuangan secara mandiri, baik untuk kebutuhan akademik maupun non-akademik. Dalam situasi ini, mahasiswa yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu menetapkan prioritas pengeluaran, menghindari perilaku boros, serta membuat keputusan keuangan yang lebih terstruktur dibandingkan dengan mahasiswa yang literasi keuangannya rendah.

Hasil penelitian ini mendukung *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), menyatakan “literasi keuangan dapat meningkatkan perceived behavioral control, yaitu keyakinan seseorang terhadap kemampuannya dalam mengendalikan dan mengatur perilaku tertentu, termasuk perilaku keuangan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, semakin besar pula kepercayaan mereka untuk mengelola keuangan secara efektif, yang pada akhirnya tercermin dalam perilaku keuangan yang lebih baik.”. Dengan demikian, temuan ini sesuai dengan teori yang menekankan bahwa pengetahuan dan pemahaman individu menjadi faktor kunci dalam pembentukan perilaku.

Hasil dari penelitian ini juga linier bersamaan dengan penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Nurikadini (2024) serta Siskawati & Ningtyas (2022), yang merujuk bahwa pemahaman keuangan memiliki pengaruh signifikan pada perilaku keuangan. Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung menunjukkan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab, seperti kemampuan dalam mengelola pendapatan, mengendalikan pengeluaran, dan merencanakan keuangan untuk masa depan. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan menjadi faktor penting yang berperan positif dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

4.3.3 *Financial Technology* Berpengaruh terhadap *Fear Of Missing Out* (FOMO) pada Mahasiswa di Malang

Penelitian ini menemukan bahwa *financial technology* mempunyai pengaruh baik pada *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang. Indikasi berikut juga menunjukkan bahwa semakin sering mahasiswa memanfaatkan layanan fintech, semakin besar pula kecenderungan mereka mengalami FOMO. Fenomena ini terutama dipicu oleh berbagai fitur yang ditawarkan *platform* fintech, seperti notifikasi promo, *cashback*, diskon terbatas waktu, serta kemudahan dalam melakukan transaksi, yang mendorong mahasiswa untuk tetap aktif dalam aktivitas konsumsi digital.

Pengaruh *financial technology* terhadap FOMO pada mahasiswa di Malang dapat dijelaskan melalui karakteristik mahasiswa sebagai generasi yang sangat lekat terhadap teknologi digital dan media sosial. Mahasiswa di Malang, sebagai bagian dari kota pendidikan dengan lingkungan sosial yang dinamis, cenderung memiliki intensitas interaksi digital yang tinggi, baik dalam aktivitas akademik maupun gaya hidup. Paparan informasi secara terus-menerus mengenai tren konsumsi, promo terbatas, serta aktivitas finansial teman sebaya melalui *platform* digital dapat menimbulkan tekanan sosial, sehingga memicu rasa takut tertinggal apabila tidak ikut memanfaatkan layanan atau penawaran yang sedang berlangsung.

Penemuan ini dapat dijelaskan dengan teori respons organisme terhadap stimulus (SOR), yang menyatakan bahwa *financial technology* bertindak sebagai pengaruh luar yang memengaruhi keadaan psikologis individu (*organism*), sehingga memunculkan respons berupa *Fear of Missing Out* (FOMO). Fitur-fitur dalam aplikasi fintech, seperti notifikasi *real-time* dan penawaran eksklusif dalam waktu terbatas, berperan sebagai *stimulus* yang secara tidak langsung membentuk respons emosional pengguna. Dengan cara ini, temuan penelitian ini memperkuat teori SOR, yang menekankan bahwa rangsangan dari lingkungan digital dapat memengaruhi kondisi psikologis dan perilaku individu.

Temuan dalam studi berikut ikut sejalan bersama riset sebelumnya yang dilaksanakan Wahyuni et al (2025), menunjukkan bahwasanya pemanfaatan *financial technology* berkontribusi terhadap munculnya FOMO di kalangan Generasi Z. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa tekanan sosial, ekspektasi terkait gaya hidup digital, serta kemudahan akses terhadap teknologi keuangan menjadi faktor utama yang mendorong meningkatnya FOMO. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa *financial technology* memiliki peran penting dalam memicu *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap mahasiswa di Malang.

4.3.4 Literasi Keuangan Berpengaruh terhadap Fear Of Missing Out (FOMO) pada Mahasiswa di Malang

Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) pada mahasiswa di Malang. Meskipun demikian, besarnya pengaruh tersebut relatif lebih kecil dibandingkan variabel lainnya, sehingga menunjukkan bahwa literasi keuangan bukan merupakan faktor dominan dalam membentuk FOMO. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih aktif dalam mengakses dan memahami berbagai informasi keuangan, sehingga meningkatkan kesadaran terhadap peluang dan tren yang berkembang, yang pada akhirnya dapat memicu munculnya FOMO.

Pengaruh literasi keuangan terhadap FOMO pada mahasiswa di Malang dapat dijelaskan melalui kemampuan individu dalam memproses informasi keuangan secara lebih luas dan mendalam. Sebagai mahasiswa yang hidup di lingkungan perkotaan dan dekat dengan budaya digital, mahasiswa di Malang menghadapi arus informasi keuangan yang sangat cepat, khususnya melalui media sosial dan *platform* digital. Dalam kondisi tersebut, literasi keuangan tidak hanya berperan dalam menyaring informasi, tetapi juga meningkatkan eksposur terhadap berbagai peluang finansial, sehingga individu menjadi lebih sadar terhadap kemungkinan yang terlewatkan. Kesadaran ini dapat mendorong munculnya FOMO, meskipun dalam tingkat yang tidak terlalu besar.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui teori *Stimulus Organism Response* (SOR), dimana literasi keuangan berperan sebagai bagian dari *organism* yang memengaruhi cara individu memproses rangsangan eksternal di lingkungan keuangan digital. Individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung lebih responsif terhadap berbagai *stimulus* seperti promosi, tren, dan informasi investasi yang berkembang. *Respons* ini tidak hanya berupa pertimbangan rasional, tetapi juga dapat menimbulkan dorongan psikologis untuk tidak tertinggal dari peluang yang ada. Dengan demikian, temuan studi ini tetap sejalan dengan teori SOR yang menegaskan bahwa kondisi internal individu berperan dalam membentuk respons terhadap stimulus eksternal.

Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori yang dikemukakan oleh Przybylski et al (2013), yang menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) merupakan kondisi di mana individu merasa cemas ketika tertinggal dari peluang atau tren tertentu, terutama dalam konteks sosial digital. FOMO juga dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis dasar, yaitu kompetensi (rasa mampu), otonomi (kebebasan memilih), dan keterhubungan (relasi dengan orang lain). Dalam konteks penelitian ini, individu dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung memiliki rasa

kompetensi yang lebih tinggi dalam memahami peluang keuangan, sehingga meningkatkan kesadaran terhadap berbagai informasi yang tersedia. Namun, kesadaran tersebut juga dapat memicu kekhawatiran akan tertinggal dari peluang yang ada, sehingga meningkatkan kecenderungan FOMO, meskipun pengaruhnya tidak sebesar variabel lainnya.

4.3.5 Pengaruh FOMO terhadap Perilaku Keuangan

Penelitian ini menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Hasil ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa mengalami dorongan emosional berupa rasa takut tertinggal terhadap tren atau aktivitas konsumsi tertentu, kondisi tersebut tidak berbanding lurus dengan tingkah laku keuangan yang mereka tunjukkan. Dengan kata lain, adanya FOMO tidak terlalu mendorong mahasiswa untuk melakukan pilihan keuangan yang tergesa-gesa atau tidak teratur.

Dalam perspektif *Behavioral Accounting*, keputusan keuangan individu dipandang sangat dipengaruhi oleh faktor psikologis dan emosional, seperti tekanan sosial, bias perilaku, serta dorongan emosional, termasuk *Fear of Missing Out* (FOMO). Namun, penemuan penelitian ini tidak *linier* dengan teori *Behavioral Accounting*, karena mengungkapkan bahwa aspek psikologis yang berupa FOMO tidak memberikan dampak yang berarti pada perilaku keuangan mahasiswa. Temuan ini menandakan bahwa mahasiswa di Malang cenderung mampu mengendalikan pengaruh emosional dalam pengambilan keputusan keuangan, dengan lebih mengutamakan pertimbangan rasional, seperti kemampuan finansial dan kebutuhan prioritas. Oleh karena itu, walaupun dalam teori FOMO dapat berpengaruh pada tindakan finansial, dalam konteks studi ini efeknya tidak tampak secara langsung pada perilaku keuangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini mendukung temuan Fahrezi et al (2025) yang menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua dorongan emosional langsung memengaruhi keputusan keuangan

individu, terutama ketika individu masih memiliki kontrol diri dan pertimbangan rasional yang memadai. Namun demikian, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Safitri & Rinaldi (2023) menunjukkan bahwa FOMO memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku pembelian. Variasi hasil ini mungkin disebabkan oleh perbedaan dalam karakteristik peserta, lingkungan sosial yang ada, serta variasi dalam tingkat pematangan finansial, dimana mahasiswa di Malang cenderung mengevaluasi terlebih dahulu manfaat, risiko, dan kesesuaian pengeluaran dengan kondisi keuangan pribadi mereka.

Berdasarkan hasil penelitian, bisa disimpulkan bahwa Fear of Missing Out (FOMO) tidak selalu berperan sebagai pengaruh utama dalam keputusan finansial yang diambil oleh para mahasiswa. Tekanan sosial atau dorongan untuk mengikuti tren tidak otomatis memengaruhi perilaku keuangan, karena mahasiswa tetap mempertimbangkan aspek rasional dalam mengelola keuangan mereka.

4.3.6 *Fear Of Missing Out (FOMO) Memediasi Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang*

Penelitian ini mengungkapkan bahwa *Fear of Missing Out (FOMO)* tidak berfungsi sebagai perantara dalam pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Temuan ini mengindikasikan bahwa walaupun penggunaan *financial technology* berpotensi memicu respon psikologis dalam bentuk FOMO, respon tersebut tidak cukup jelas untuk mendemonstrasikan cara pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan para mahasiswa. Dengan kata lain, perubahan dalam perilaku keuangan mahasiswa tidak dipicu oleh dorongan emosional dari FOMO.

Dalam teori *Behavioral Accounting*, *financial technology* dipandang dapat memicu bias perilaku melalui kemudahan akses, kecepatan transaksi, serta paparan informasi finansial secara *real-time*, yang berpotensi mendorong pengambilan keputusan keuangan secara tidak rasional. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori *Behavioral Accounting*, karena

menunjukkan bahwa *stimulus* dari *financial technology* yang memunculkan FOMO tidak direspon oleh mahasiswa sebagai dasar dalam pengambilan keputusan keuangan. Mahasiswa di Malang cenderung menggunakan layanan fintech berdasarkan pertimbangan yang bersifat fungsional dan rasional, seperti kebutuhan transaksi, efisiensi, serta keterbatasan kemampuan finansial sebagai mahasiswa, sehingga bias perilaku berupa FOMO tidak berperan sebagai mekanisme mediasi.

Tidak terjadinya peran mediasi FOMO pada mahasiswa di Malang dapat disebabkan oleh karakteristik mahasiswa yang relatif masih bergantung pada uang saku atau pendapatan terbatas, sehingga memiliki batasan yang jelas dalam melakukan pengeluaran. Kondisi tersebut mendorong mahasiswa untuk tetap mempertimbangkan aspek kebutuhan, manfaat, dan kemampuan finansial, meskipun mereka terpapar berbagai *stimulus* digital dari *financial technology*. Dengan demikian, dorongan emosional akibat FOMO dapat ditekan dan tidak secara langsung memengaruhi perilaku keuangan.

Secara konsep, variabel mediasi berfungsi untuk menjelaskan mekanisme bagaimana variabel independen memengaruhi variabel dependen. Namun, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berfungsi sebagai mediator dalam hubungan antara *financial technology* dan perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Artinya, pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa terjadi secara langsung, tanpa melibatkan FOMO. Hasil penelitian ini tidak dapat dibandingkan secara langsung dengan penelitian Widiyanti & Dewi (2024) maupun Fahrezi et al (2025) karena variasi lokasi variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) di dalam model studi. Penelitian Widiyanti & Dewi (2024) menunjukkan bahwa FOMO berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan ketika ditempatkan sebagai variabel independen. Sementara itu, penelitian Fahrezi et al (2025) menunjukkan bahwa FOMO tidak signifikan terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, tidak ditemukannya peran mediasi FOMO dalam penelitian ini

bukan berarti bertentangan dengan penelitian sebelumnya, melainkan menunjukkan bahwa bagi mahasiswa di Malang, pengaruh financial technology terhadap perilaku keuangan lebih bersifat langsung dan dipandu oleh pertimbangan rasional, bukan dorongan emosional berupa FOMO.

4.3.7 *Fear Of Missing Out* (FOMO) Memediasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa di Malang

Penelitian ini menemukan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berperan sebagai mediator dalam pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang. Penemuan ini mengindikasikan bahwa pengetahuan mengenai keuangan secara langsung berdampak pada cara mahasiswa dalam mengelola keuangannya, tanpa melalui faktor psikologis seperti rasa takut kehilangan. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik umumnya dapat mengambil keputusan keuangan yang logis dan terstruktur, sehingga pengaruh emosional seperti FOMO tidak menjadi faktor utama dalam tindakan keuangan mereka.

Dalam perspektif *Behavioral Accounting*, literasi keuangan dianggap sebagai faktor internal yang membantu mengurangi bias perilaku sekaligus meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa di Malang dengan tingkat literasi keuangan yang baik dapat mengatur reaksi psikologis mereka terhadap tekanan sosial dan dorongan emosional, termasuk *Fear of Missing Out* (FOMO). Oleh karena itu, hasil ini tidak sepenuhnya konsisten dengan anggapan bahwa faktor psikologis selalu berperan sebagai perantara dalam pembentukan perilaku keuangan, karena literasi keuangan justru mendukung pengambilan keputusan yang logis dan tidak tergantung pada bias psikologis.

Ketidakberhasilan menemukan peran FOMO sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara literasi keuangan dan perilaku keuangan mahasiswa di Malang mungkin disebabkan oleh kemampuan mahasiswa untuk mengelola dan mengevaluasi informasi keuangan dengan cara yang kritis. Sebagai mahasiswa yang memiliki keterbatasan sumber daya finansial,

mereka biasanya lebih mempertimbangkan dengan hati-hati sebelum membuat keputusan keuangan dan lebih mengutamakan kebutuhan yang bersifat pokok. Kondisi ini mendorong mahasiswa untuk lebih mengandalkan pengetahuan dan pemahaman keuangan dibandingkan dorongan emosional, sehingga FOMO tidak berfungsi sebagai mekanisme penjas dalam hubungan tersebut.

Temuan penelitian ini mendukung hasil penelitian Widiantri & Dewi (2024) yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap keuangan berdampak langsung pada perilaku keuangan individu untuk menjadi lebih teratur dan terencana. Dalam penelitian ini, literasi keuangan berperan sebagai landasan berpikir yang membantu mahasiswa untuk memahami risiko dan dampak dari setiap pilihan keuangan, sehingga mereka dapat mengendalikan dorongan emosional seperti *Fear of Missing Out* (FOMO). Sebaliknya, temuan penelitian oleh Fahrezi et al (2025) yang mengindikasikan bahwa FOMO tidak memengaruhi perilaku konsumtif juga memperkuat hasil ini, menegaskan bahwa tekanan psikologis tidak selalu merupakan faktor utama dalam perilaku keuangan. Dengan demikian, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang tampak bersifat langsung dan berlandaskan pada pemahaman finansial, sehingga FOMO tidak berfungsi sebagai variabel penghubung dalam hubungan ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, penelitian ini mengkaji pengaruh *financial technology* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai variabel mediasi, beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

- a. *Financial technology* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa semakin besar penggunaan layanan teknologi keuangan, maka semakin baik pula keuangan mahasiswa. Akses yang mudah, efisiensi transaksi, serta fitur pengelolaan keuangan yang disediakan oleh *fintech* mendorong mahasiswa untuk mengelola keuangan secara lebih disiplin, logis, dan terencana.

- b. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

Literasi keuangan menjadi variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku keuangan. Mahasiswa yang memiliki pemahaman dan pengetahuan keuangan yang baik biasanya dapat mengambil keputusan keuangan lebih cermat, memperhatikan risiko, serta mengelola keuangan dengan penuh tanggung jawab.

- c. *Financial technology* berpengaruh signifikan terhadap Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa di Malang.

Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *fintech* dapat memicu munculnya FOMO, terutama melalui paparan promo, diskon, notifikasi, dan kemudahan transaksi digital yang mendorong dorongan emosional dalam pengambilan keputusan keuangan.

- d. Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap Fear of Missing Out (FOMO) pada mahasiswa di Malang.

Mahasiswa dengan literasi keuangan yang lebih baik cenderung mempunyai kemampuan pengendalian diri yang lebih kuat ketika menghadapi tekanan sosial dan dorongan emosional, sehingga tingkat FOMO dapat ditekan dan dikelola secara lebih rasional.

- e. *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

Hal ini menunjukkan bahwa FOMO bukan merupakan faktor utama yang menentukan perilaku keuangan mahasiswa. Mahasiswa cenderung tetap mempertimbangkan aspek rasional seperti kebutuhan, kemampuan finansial, serta perencanaan keuangan sebelum mengambil keputusan keuangan.

- f. *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak memediasi pengaruh financial technology terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

Meskipun financial technology mampu memicu respon psikologis berupa FOMO, respon tersebut tidak cukup kuat untuk menjadi mekanisme perantara dalam memengaruhi perilaku keuangan. Pengaruh *financial technology* terhadap perilaku keuangan mahasiswa bersifat langsung dan lebih didasarkan pada pertimbangan fungsional serta rasional.

- g. *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak memediasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan mahasiswa di Malang.

Literasi keuangan berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan tanpa melalui perantara FOMO. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik mampu mengendalikan bias psikologis dan mengambil keputusan keuangan secara logis, sehingga peran mediasi FOMO dinyatakan tidak terbukti.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *financial technology* dan literasi keuangan berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa di Malang, namun *Fear of Missing Out* (FOMO) tidak berfungsi sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa perilaku keuangan mahasiswa lebih dipengaruhi oleh faktor rasional dan kemampuan dalam mengelola keuangan dibandingkan semata-mata oleh dorongan emosional.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta kesimpulan yang telah diperoleh, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

a. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis perilaku keuangan dengan memasukkan faktor-faktor tambahan di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga hasil yang diperoleh dapat memberikan gambaran yang lebih luas. Selain itu, cakupan responden dan lokasi penelitian dapat diperluas agar temuan penelitian tidak hanya merepresentasikan kondisi mahasiswa di Kota Malang. Peneliti selanjutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan pendekatan atau metode yang berbeda untuk menggali lebih dalam alasan rasional maupun psikologis yang melatarbelakangi pengambilan keputusan keuangan. Mengingat Fear of Missing Out (FOMO) dalam penelitian ini belum menunjukkan peran sebagai variabel mediasi, variabel tersebut dapat diuji kembali dalam posisi yang berbeda sesuai dengan karakteristik responden dan konteks penelitian.

b. Bagi Mahasiswa Di Malang

Bagi mahasiswa di Kota Malang, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau pertimbangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa diharapkan mampu meningkatkan pemahaman keuangan serta menggunakan layanan financial technology secara lebih terkontrol. Sikap selektif terhadap berbagai penawaran dan tren yang muncul di platform digital juga perlu diterapkan agar keputusan keuangan yang diambil tetap sesuai dengan kebutuhan dan kondisi keuangan masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'ân al-Karîm.

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Akib, R., Jasman, J., & Asriany. (2022). Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Keuangan Dimoderasi dengan Locul of Control. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 558–572. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3729>
- Ambarwati, D. P., & Indriastuti, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money dan Fear of Missing Out (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z di Kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 1–10. <https://doi.org/10.62017/jemb>
- Andiani, D. A. P., & Maria, R. (2023). Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z. In *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Ekonomi* (Vol. 9, Issue 2, pp. 3468–3475). <https://doi.org/10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226>
- Andri, K., Yenni, Azis, Fayola, A. D., Kolong, J., Nanang, Zulkarnaini, Hermayani, Rusydi, & Sri, J. (2023). Penelitian Tindakan Kelas. In *Global Eksekutif Teknologi*. Global Eksekutif Teknologi.
- Anisyah, E. N., Pinem, D., & Hidayati, S. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Pelaku UMKM di Kecamatan Sekupang. In *Management and Business Review* (Vol. 5, Issue 2, pp. 310–324). <https://doi.org/10.21067/mbr.v5i2.6083>
- Aries, V., Ernawati, Rasdiana, Muhamad, A., Yusriani, Hadawiah, Nurul, H., Joko, S., Hastuti, M., Wiwiek, M., Zulkarnaini, & Syafni, A. S. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif (R. Hidayanti, Ed.). In *Get Press*. Get Press.
- Azzahraa, T., & Kartini. (2022). Pengaruh Financial Technology Payment, Financial Attitude, dan Financial Knowledge terhadap Financial Management Behavior bagi Mahasiswa di Yogyakarta. In *Selekta Manajemen: Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen* (Vol. 2, Issue 1, pp. 78–91).
- Egiyi, M. (2023). Behavioral Accounting : Analyzing How Cognitive Biases affect Financial Decisions and Reporting. *European Journal of Finance and Management Sciences*, 7(August), 20–30. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8278753>
- Fahrezi, M. Z., Balqis, S. R., Rahmawati, D., & Azzahra, A. M. P. (2025). Pengaruh Pendapatan, Literasi Keuangan, dan FOMO terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna Shopee dalam Perspektif Islam. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 3(1).

- Gokten, S. (2017). Accounting and Corporate Reporting - Today and Tomorrow. In *Accounting and Corporate Reporting - Today and Tomorrow* (Issue October). <https://doi.org/10.5772/66609>
- Haqiqi, A. F. Z., & Pertiwi, T. K. (2022). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z di Era Pandemi Covid-19 pada Mahasiswa UPN Veteran Jawa Timur. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(2), 355–367. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2301>
- Hatimatunnisani, H., Aryanti, S. S., Pancawati, K., Sutrisno, K. E., & Hermawan, W. (2024). Pengaruh Media Sosial dan FOMO Finansial terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa. *Jurnal Eko-Bisma*, 3(2), 313–320.
- Hijir, P. S. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan dengan Financial Technology (FINTECH) sebagai Variabel Intervening pada UKM di Kota Jambi*. 11(01), 147–156.
- Khofifa, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2023). Pengaruh Financial Technology terhadap Perilaku Keuangan dengan Literasi Keuangan sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 2(6), 1333–1349.
- Nurikadini, P. (2024). Pengaruh Financial Technology, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 16.
- Pangesti, D., & Safitri, T. A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan , Teman Sebaya , dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan dalam Menghadapi Fear Of Missing Out (FOMO). *YUME: Journal of Management*, 8(2), 178–191.
- Pratiknjo, M. L., Wijaya, L. I., & Marciano, D. (2024). Pengaruh Bias Perilaku terhadap Keputusan Investasi dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai Mediator di Indonesia. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(2), 489–502.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). 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>
- Ratnawati. (2024). Analisis Pola Perilaku Pembelian Impulsif Generasi Z di Pontianak pada Platform Social Commerce: SOR Theory. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 8(3), 1049–1060. <https://doi.org/10.29408/jpek.v8i3.27289>
- Ridwan, R., Lestari, D. F., Rachmanda, Y. S., & Nurlaila, F. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Program Studi Akuntansi Di Universitas Cipasung Tasikmalaya. *Jurnal*

- Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 643–650.
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1444>
- RistiaAngesti, & Oriza, I. D. I. (2018). Peran Fear Of Missing Out (Fomo) sebagai Mediator Antara Kepribadian dan Penggunaan Internet Bermasalah. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 2(2), 790–800.
- Safitri, A. F., & Rinaldi. (2023). Pengaruh Fear Of Missing Out (FOMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Pembeli Barang Diskon Aplikasi Shopee. *Ahkam: Jurnal Hukum Islam Dan Humaniora*, 2(4), 727–737.
- Saputra, M. R. A., Chalid, F. I., & Budianto, H. (2023). Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset). In *Nizamia Learning Center*. Nizamia Learning Center. https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Iliah_dan_Penelitian_Kuantitatif/CRvTEAAQBAJ?hl=id&gbpv=0&kptab=overview
- Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Nugraheni, R., Wijaya, L., & Muhammad, I. (2024). Aplikasi Smartpls 4.0 Untuk Statistisi Pemula. In *Minhaj Pustaka* (Issue October, pp. 1–23).
- Siskawati, E. N., & Ningtyas, M. N. (2022). Financial Literature, Financial Technology and Student Financial Behavior. *Dialekta: Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 7(2), 102–113. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v7i2.1334>
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. In Sutopo (Ed.), *Alfabeta*. ALFABETA.
- Syastra, M. T., & Wangdra, Y. (2018). Analisis Online Impulse Buying dengan menggunakan Framework SOR. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 8(2), 133. <https://doi.org/10.21456/vol8iss2pp133-140>
- Trisnaningsih, S., & Husna, G. A. (2022). Concepts of Behavioral Accounting From Psychological, Social, and Human Behavior Aspects. *Journal Research of Social Science, Economics, and Management*, 2(4), 512–521. <https://doi.org/10.59141/jrssem.v2i04.295>
- Wahyuni, H., Erwantiningsih, E., & Pudyaningsih, A. R. (2025). Analysis Financial Management Behavior through Financial Literacy: Gen Z's Preferences Fintech, FOMO, Love of Money. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 13(1), 102–114. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v13i1.15526>
- Widiantari, G. A. A. P. R., & Dewi, G. A. K. R. S. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri dan Perilaku FOMO terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Akuntansi FE Undiksha). *Vokasi: Jurnal Riset Akuntansi*, 13(1), 82–92.
- Wijaya, H. (2016). Metodologi Penelitian Pendidikan Teologi. In *Sekolah Tinggi Theologia Jaffray*. Sekolah Tinggi Theologia Jaffray. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Pendidikan_Teologi/UMWDCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0

- Yu, S., Zhang, H., Zheng, Q., Chu, D. dong, Chen, T., & Chen, X. (2025). Consumer Behavior Based on the SOR Model: How do Short Video Advertisements Affect Furniture Consumers' Purchase Intentions? In *Bioresources: Vol. 19 (2)* (pp. 2639–2659).
- Zahira, D., Imron, A. A., Pratama, A. P., & K, J. H. (2025). Pengaruh Fintech Payment Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Prodi Akuntansi dan Manajemen Keuangan STAIN Bengkalis Angkatan 2022-2024. *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling*, 3(1), 160–166.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Perkenalkan saya Nur Haliza mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang melakukan penelitian tugas akhir (skripsi) dengan judul:

“Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan Fear of Missing Out (FOMO) sebagai Variabel Mediasi.”

Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik. Tidak ada jawaban benar atau salah, sehingga mohon untuk menjawab seluruh pertanyaan dengan jujur sesuai kondisi Anda yang sebenarnya. Bagi responden yang beruntung akan mendapatkan saldo *shopeepay*, *gopay*, atau DANA.

Mengisi kuesioner ini hanya membutuhkan waktu sekitar 5–10 menit.

Keterangan cara pengisian:

☐ : Pilih salah satu

☐ : Bisa memilih lebih dari satu

(1) STS : Sangat Tidak Setuju

(2) TS : Tidak Setuju

(3) N : Netral

(4) S : Setuju

(5) SS : Sangat Setuju

Atas waktu dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Data Responden

Nama:

Sedang berkuliah di Malang:

- ☐ Ya
- ☐ Tidak (Jika "Tidak" maka Anda tidak perlu melanjutkan mengisi kuesioner ini)

Jenis Kelamin:

- ☐ Laki-Laki
- ☐ Perempuan

Usia:

- ☐ < 20 Tahun
- ☐ 20 – 25 Tahun
- ☐ > 25 Tahun

Menggunakan Layanan *Financial Technology*:

- ☐ *Mobile Banking*
- ☐ *E - Wallet*
- ☐ Pinjaman *Online*
- ☐ Aplikasi Investasi

Sering memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi:

- ☐ Ya
- ☐ Tidak (Jika "Tidak" maka Anda tidak perlu melanjutkan mengisi kuesioner ini)

Pernyataan Kuesioner

No.	Pernyataan	Keterangan				
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
Financial Technology						
1.	Fintech membantu saya mengatur keuangan dengan lebih efisien.					
2.	Aplikasi fintech mudah digunakan untuk pengelolaan keuangan dan berbagai jenis transaksi.					
3.	Desain aplikasi fintech menarik dan membuat saya ingin sering menggunakannya.					
4.	Layanan fintech (seperti <i>mobile banking</i> , <i>e-wallet</i> , aplikasi pinjaman, dan aplikasi investasi) selalu tersedia saat saya membutuhkannya.					
5.	Saya merasa data pribadi saya aman saat menggunakan fintech untuk mengelola keuangan dan bertransaksi.					
6.	Saya merasa aman mengelola keuangan dan bertransaksi melalui aplikasi fintech.					
Literasi Keuangan						
1.	Saya mampu mengatur pemasukan dan pengeluaran dengan baik.					
2.	Pengetahuan keuangan membuat saya tidak mudah terbawa tren (FOMO).					
3.	Saya memiliki kebiasaan menabung secara rutin dari sebagian uang saku/penghasilan.					
4.	Saya berhati-hati sebelum mengambil pinjaman digital meskipun banyak teman sudah melakukannya.					
5.	Saya mengetahui manfaat asuransi dalam memberikan perlindungan terhadap risiko keuangan.					
6.	Saya memahami risiko dan manfaat investasi sebelum mengikuti tren investasi di media sosial.					
Fear Of Missing Out (FOMO)						
1.	Saya merasa cemas ketika tidak mengikuti tren promosi atau diskon di aplikasi keuangan digital.					
2.	Saya sering memeriksa aplikasi fintech karena takut melewatkan peluang transaksi atau investasi.					

No.	Pernyataan	Keterangan				
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
3.	Saya sulit menahan diri untuk tidak ikut tren meskipun sadar belum tentu bermanfaat.					
4.	Saya menggunakan layanan keuangan digital agar tetap bisa mengikuti tren di kalangan teman sebaya.					
5.	Saya merasa senang ketika bisa berbagi pengalaman menggunakan fitur promo atau cashback dengan teman.					
6.	Saya terdorong menggunakan layanan fintech (seperti mobile banking, <i>e-wallet</i> , aplikasi pinjaman, dan aplikasi investasi) karena banyak orang di sekitar saya juga menggunakannya.					
Perilaku Keuangan						
1.	Saya menggunakan aplikasi fintech dan pengetahuan keuangan saya untuk memastikan tagihan dibayar tepat waktu.					
2.	Saya membuat anggaran berdasarkan pemahaman keuangan agar tidak terbawa tren belanja digital.					
3.	Saya mencatat pengeluaran untuk memantau penggunaan fintech dan menjaga keseimbangan keuangan pribadi.					
4.	Saya menyisihkan dana darurat di rekening digital.					
5.	Saya menabung di aplikasi fintech karena memahami pentingnya pengelolaan keuangan.					
6.	Saya membandingkan harga melalui aplikasi digital sebelum membeli, agar lebih hemat dan bijak.					

Lampiran 2 Jawaban Responden

1. Financial Technology (X1)

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
1	3	5	3	5	5	5
2	2	3	3	2	3	3
3	4	3	3	4	4	4
4	4	4	5	5	5	4
5	2	5	3	5	2	3
6	3	3	3	3	3	3
7	4	5	4	4	5	4
8	3	2	2	2	2	2
9	5	5	5	5	5	5
10	3	3	2	3	2	2
11	4	3	4	5	4	4
12	3	5	4	5	3	3
13	3	4	4	4	3	4
14	3	4	5	4	3	4
15	4	4	3	4	3	4
16	5	4	5	4	5	5
17	4	5	3	4	4	4
18	3	3	3	2	3	3
19	4	5	5	5	3	3
20	5	5	4	4	5	4
21	4	4	3	4	3	4
22	3	5	5	5	5	5
23	3	4	3	4	3	3
24	4	5	4	5	3	4
25	4	5	3	5	4	4
26	4	4	4	4	4	4
27	3	1	1	1	3	3
28	4	5	5	3	3	4
29	2	2	2	3	3	3
30	3	4	2	3	3	3
31	5	5	5	4	4	5
32	4	4	4	5	5	5
33	4	5	5	4	5	5
34	5	2	2	1	2	2
35	4	4	4	4	4	4

36	3	4	3	5	4	3
37	4	5	4	4	4	4
38	2	3	5	5	2	1
39	4	4	3	4	4	4
40	5	5	4	5	4	4
41	4	5	5	5	5	5
42	2	5	5	4	3	4
43	1	4	4	4	4	4
44	4	4	3	3	3	4
45	4	4	5	4	3	4
46	2	4	2	5	2	2
47	4	5	5	5	5	5
48	4	4	3	4	3	4
49	5	3	5	5	1	2
50	4	5	5	4	4	5
51	4	4	4	4	4	4
52	5	4	4	5	4	4
53	4	4	4	4	3	4
54	4	5	3	5	5	4
55	4	5	4	5	4	5
56	4	5	3	4	4	4
57	5	5	5	5	5	4
58	5	4	3	5	2	3
59	5	5	5	5	4	4
60	2	2	3	2	3	3
61	3	3	4	3	3	3
62	4	4	3	4	3	3
63	5	5	5	5	5	2
64	4	4	4	4	4	4
65	3	4	4	5	2	3
66	4	4	4	5	5	5
67	3	4	3	5	4	5
68	2	2	2	2	3	2
69	4	4	4	4	4	4
70	2	5	3	3	3	2
71	3	2	3	2	3	3
72	4	4	3	3	4	4
73	3	1	3	5	4	4
74	3	4	4	4	3	5
75	3	5	3	5	3	4

76	4	4	3	3	4	4
77	5	5	4	5	5	5
78	4	4	5	5	4	4
79	3	3	3	3	3	3
80	3	4	3	4	3	4
81	3	3	4	3	1	3
82	4	4	4	4	3	4
83	3	3	3	3	3	3
84	3	4	3	3	4	4
85	5	4	5	5	4	4
86	4	5	5	4	4	5
87	4	4	3	5	2	2
88	3	5	3	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4
90	5	4	3	4	4	4
91	4	4	5	5	3	4
92	2	2	3	2	2	2
93	4	4	4	4	4	4
94	5	5	4	3	3	5
95	1	5	4	4	3	4
96	4	5	4	5	4	4
97	5	5	4	5	4	4
98	1	5	1	5	3	3
99	5	5	4	5	5	5
100	5	5	5	5	4	5
101	3	4	2	5	5	5
102	5	5	5	5	5	5
103	3	4	3	3	3	4
104	4	3	4	4	4	4
105	5	5	5	5	4	4
106	2	5	4	4	5	3
107	4	4	4	4	5	5
108	4	4	3	5	5	5
109	5	5	5	5	5	5
110	3	4	4	3	3	3
111	5	5	4	5	5	5
112	3	3	3	5	4	4
113	5	5	2	5	5	5
114	2	2	2	3	2	2
115	3	5	2	3	3	4

116	5	5	5	5	5	5
117	5	5	4	1	2	2
118	5	5	5	5	5	5
119	3	5	3	5	4	5
120	4	3	2	1	3	3
121	4	4	4	4	4	4
122	5	4	4	5	4	5
123	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4
125	5	5	5	4	4	4
126	3	4	4	4	2	3
127	5	4	3	4	3	4
128	4	4	4	4	4	4
129	3	4	3	4	3	4
130	5	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	3	3
133	4	5	4	4	5	4
134	5	5	4	5	4	5
135	4	5	4	4	5	5
136	4	5	4	5	4	5
137	4	5	4	4	5	4
138	5	5	4	5	4	5
139	5	4	5	4	5	4
140	4	5	4	4	4	4
141	5	4	5	5	5	5
142	4	5	3	5	4	5
143	1	1	3	1	2	2
144	4	5	3	4	4	3
145	4	3	3	4	4	4
146	4	5	4	4	5	3
147	4	4	5	5	4	5
148	3	4	5	5	3	3
149	4	5	3	5	4	5
150	4	4	5	5	4	5

2. Literasi Keuangan (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
1	5	5	5	5	5	5
2	3	2	3	3	3	3
3	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4
5	2	2	2	2	2	4
6	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	4	4	5
8	1	1	2	2	2	2
9	5	5	5	5	5	5
10	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	3
12	5	5	5	5	5	4
13	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	5
15	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	3
17	4	4	4	4	4	5
18	3	3	3	3	3	3
19	5	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	3	4
21	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	2
23	3	3	3	3	3	3
24	2	2	2	2	2	4
25	4	4	4	4	4	3
26	4	4	4	4	4	2
27	3	3	3	3	3	2
28	2	2	1	5	5	5
29	3	3	3	3	3	3
30	3	5	3	3	3	4
31	5	5	5	5	5	5
32	5	2	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5
34	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	4	5	4	4	4	4
37	4	4	4	4	4	3

38	5	5	5	5	5	5
39	5	4	5	5	5	4
40	3	4	2	5	1	5
41	2	2	2	3	4	5
42	4	4	2	5	4	5
43	3	5	3	5	3	5
44	1	5	2	5	4	4
45	4	3	4	5	4	4
46	4	4	3	5	3	5
47	3	4	3	5	4	5
48	3	4	5	5	3	3
49	2	4	2	1	5	2
50	3	4	4	5	5	4
51	5	3	4	4	4	3
52	4	3	4	4	4	5
53	4	3	4	3	4	3
54	2	4	3	3	3	4
55	5	4	3	3	5	3
56	2	5	5	5	5	5
57	3	2	1	3	3	2
58	3	5	5	4	3	4
59	5	3	2	5	3	4
60	4	5	5	5	4	3
61	4	3	3	3	3	3
62	5	3	3	5	4	4
63	5	5	5	5	5	4
64	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	5	3	3
66	3	5	3	5	5	4
67	4	4	3	5	4	4
68	2	1	2	2	4	2
69	5	4	5	5	4	4
70	2	2	3	5	3	2
71	3	2	2	4	3	4
72	4	4	4	5	4	3
73	2	3	3	1	4	3
74	3	4	4	4	3	3
75	2	4	3	4	4	4
76	3	3	4	1	3	1
77	4	4	3	5	4	4

78	3	4	5	5	4	4
79	4	4	4	4	4	4
80	2	3	2	1	4	2
81	3	4	3	5	3	4
82	4	4	4	5	4	5
83	5	4	5	5	5	5
84	3	4	3	1	3	2
85	3	3	4	4	2	2
86	4	5	5	4	4	5
87	5	5	4	4	3	5
88	4	4	4	5	2	2
89	4	4	4	4	4	4
90	4	4	3	5	2	3
91	4	3	3	5	3	3
92	1	2	2	3	3	3
93	3	5	4	5	4	3
94	4	5	3	5	4	5
95	1	3	1	5	3	3
96	4	5	4	5	5	5
97	4	5	4	5	5	5
98	1	5	1	2	5	3
99	4	5	3	5	3	5
100	3	3	3	4	2	4
101	3	4	4	4	4	4
102	5	5	5	5	5	3
103	3	3	4	5	4	3
104	3	3	4	4	4	4
105	5	5	5	5	5	5
106	2	2	4	5	5	5
107	4	5	5	5	5	5
108	4	3	3	4	4	5
109	5	5	5	5	5	5
110	3	3	3	5	4	4
111	4	5	5	5	4	5
112	3	5	2	4	2	4
113	3	5	4	5	4	5
114	1	3	2	2	2	2
115	3	3	3	5	2	3
116	5	5	5	5	5	5
117	1	5	2	5	5	5

118	5	5	5	5	5	5
119	3	4	3	5	4	4
120	3	3	4	5	4	4
121	4	5	3	5	5	5
122	5	5	4	4	5	4
123	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4
126	4	4	2	5	4	4
127	4	4	4	5	3	4
128	4	4	5	5	4	4
129	3	2	4	5	3	3
130	5	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5
132	2	2	3	5	4	4
133	5	4	4	3	5	5
134	4	4	5	5	5	5
135	4	5	2	4	5	4
136	4	4	4	5	4	5
137	5	5	4	3	2	3
138	3	4	4	5	5	5
139	5	4	4	5	5	4
140	4	5	4	4	5	4
141	5	4	5	5	4	5
142	4	3	5	5	4	4
143	5	5	4	5	5	5
144	4	5	4	4	4	4
145	4	4	3	5	4	4
146	4	5	3	4	5	5
147	5	4	4	5	4	5
148	3	4	5	5	3	4
149	3	4	2	5	3	2
150	4	5	4	4	5	5

3. Fear Of Missing Out (Z)

No.	Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6
1	1	1	1	1	5	1
2	3	3	3	3	3	2

3	3	3	3	1	4	3
4	1	5	1	1	3	1
5	1	1	3	1	2	2
6	3	3	1	3	3	3
7	3	3	4	5	3	4
8	2	2	2	2	2	2
9	5	5	5	5	5	2
10	2	2	2	3	3	3
11	2	3	2	2	3	4
12	5	3	5	5	5	5
13	1	1	1	2	3	4
14	1	1	1	2	4	4
15	3	3	2	3	5	3
16	3	4	3	4	4	4
17	1	1	1	1	3	3
18	3	3	3	3	3	4
19	3	3	5	3	5	5
20	3	3	3	3	3	5
21	1	2	1	1	4	3
22	3	1	5	5	5	5
23	4	4	3	3	3	4
24	2	2	2	2	2	2
25	1	1	1	1	3	3
26	3	3	3	3	4	4
27	3	2	3	3	3	3
28	1	3	1	2	5	5
29	3	3	2	3	3	3
30	1	1	1	1	3	3
31	4	5	5	5	5	5
32	1	2	4	4	4	4
33	5	4	5	5	5	4
34	3	3	2	2	5	4
35	4	4	3	4	3	4
36	1	3	1	1	3	4
37	1	1	1	1	5	5
38	1	5	1	1	5	5
39	1	2	1	1	4	1
40	1	1	2	1	4	3
41	4	3	5	5	5	5
42	2	3	1	2	2	4

43	4	4	3	3	3	3
44	1	2	1	2	3	3
45	1	2	2	2	3	2
46	1	3	2	2	3	3
47	2	3	2	2	4	4
48	1	2	2	2	5	4
49	3	2	2	3	3	5
50	4	5	3	4	4	4
51	3	4	3	3	3	3
52	2	3	3	2	3	3
53	3	4	4	3	4	3
54	2	1	2	2	2	3
55	3	2	1	2	4	4
56	5	4	4	4	5	4
57	1	2	5	2	5	5
58	2	3	4	5	5	3
59	3	4	4	3	3	3
60	1	1	1	2	3	3
61	3	3	3	3	3	3
62	2	3	3	3	3	3
63	5	5	5	4	5	5
64	4	4	3	4	4	4
65	2	3	2	2	4	4
66	2	4	1	2	4	4
67	5	4	5	4	4	5
68	2	3	2	3	3	1
69	4	3	2	3	3	5
70	1	1	3	1	3	5
71	4	4	4	3	4	2
72	2	1	1	1	2	3
73	1	5	1	1	1	3
74	2	2	1	3	3	3
75	2	2	3	2	3	3
76	1	2	2	2	3	3
77	5	5	4	4	5	5
78	2	4	4	2	4	3
79	3	3	2	3	3	3
80	1	2	1	2	2	1
81	1	1	1	1	2	1
82	1	2	2	1	4	2

83	3	3	3	3	3	3
84	1	2	1	2	3	2
85	3	2	3	3	4	5
86	4	5	4	4	5	4
87	2	1	3	3	2	3
88	1	1	1	1	3	4
89	1	5	4	4	4	4
90	1	4	1	1	2	4
91	4	3	4	3	4	5
92	2	2	4	2	3	2
93	1	2	5	4	4	4
94	3	5	4	4	5	5
95	4	3	4	4	4	3
96	4	4	4	4	5	5
97	4	5	5	4	5	5
98	1	3	3	3	3	2
99	2	2	1	4	5	5
100	2	2	2	2	5	5
101	4	4	4	4	4	4
102	5	5	5	5	5	5
103	2	3	2	2	3	3
104	4	4	4	3	4	4
105	1	1	1	1	3	2
106	5	5	5	5	5	5
107	1	2	1	1	2	1
108	3	3	3	4	4	4
109	1	2	1	1	1	1
110	2	5	2	5	4	5
111	4	3	1	3	4	5
112	1	4	2	3	3	4
113	1	1	1	1	1	1
114	3	3	3	3	3	3
115	1	1	1	1	3	2
116	5	5	5	5	5	5
117	1	1	1	5	5	5
118	3	5	3	3	3	4
119	3	2	3	3	3	3
120	3	3	2	3	2	2
121	4	4	3	3	3	2
122	5	5	4	4	4	5

123	3	3	3	3	3	3
124	3	3	1	1	3	3
125	2	2	4	2	2	4
126	1	2	3	2	3	1
127	1	2	3	2	4	3
128	2	5	2	4	2	4
129	2	2	2	2	3	4
130	3	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5
132	3	2	3	2	5	5
133	4	4	5	3	4	4
134	5	4	5	5	5	5
135	2	4	5	4	5	5
136	3	4	4	4	5	4
137	4	3	4	4	5	4
138	4	3	4	5	5	5
139	5	4	5	4	5	5
140	3	4	3	4	4	4
141	5	5	4	5	5	3
142	4	3	4	4	5	5
143	1	5	1	2	2	1
144	3	4	4	4	3	3
145	2	2	2	4	4	4
146	5	4	4	3	4	5
147	4	4	3	4	4	4
148	2	1	4	1	3	1
149	2	1	1	1	3	4
150	5	4	5	4	4	5

4. Perilaku Keuangan (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
1	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	2	3	3
3	4	3	5	4	4	4
4	5	4	5	5	4	5
5	2	3	2	2	2	2
6	5	5	5	5	5	5
7	4	4	4	5	4	4

8	2	2	2	2	2	2
9	5	5	5	5	5	5
10	3	3	2	2	3	3
11	4	4	3	4	5	4
12	5	2	2	2	4	5
13	4	4	4	2	4	4
14	4	4	3	2	3	4
15	3	4	5	5	4	3
16	4	3	3	4	4	4
17	4	4	3	3	3	4
18	3	3	3	3	2	3
19	5	5	5	5	3	5
20	3	4	5	5	3	3
21	4	4	5	3	3	4
22	5	4	1	2	4	5
23	3	4	3	3	3	3
24	2	2	4	2	2	2
25	4	4	3	3	3	4
26	4	4	4	4	4	4
27	3	3	2	1	1	3
28	4	1	3	5	5	5
29	3	2	2	2	2	3
30	3	4	4	2	3	3
31	5	4	5	3	5	5
32	5	2	1	1	2	5
33	5	5	5	4	5	5
34	4	5	5	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	5	4
37	4	4	2	3	4	4
38	5	5	4	4	3	5
39	5	4	5	5	5	5
40	5	3	4	5	5	5
41	5	3	4	4	4	5
42	4	3	3	2	3	4
43	4	4	3	4	4	4
44	4	5	4	3	3	4
45	4	4	5	5	5	4
46	4	4	4	3	2	4
47	3	4	4	3	3	3

48	4	4	3	4	3	4
49	2	3	5	2	3	2
50	5	4	4	3	3	5
51	4	4	4	5	5	5
52	4	4	4	5	4	4
53	4	3	4	3	4	3
54	4	3	2	3	3	3
55	4	5	4	3	3	3
56	4	4	3	4	3	4
57	5	2	1	2	3	1
58	3	4	5	5	4	5
59	3	3	3	3	3	3
60	4	4	3	2	3	4
61	3	3	3	3	3	3
62	3	5	5	3	3	5
63	5	5	5	5	5	4
64	4	4	4	4	3	4
65	4	4	4	5	4	4
66	5	5	4	4	4	4
67	4	5	4	5	5	5
68	1	2	2	4	2	2
69	5	5	4	3	4	5
70	3	5	3	2	2	5
71	3	3	2	3	4	3
72	4	4	5	5	4	4
73	4	4	3	3	3	3
74	3	3	2	4	3	4
75	4	4	4	4	4	5
76	1	3	2	3	3	4
77	5	5	5	5	5	5
78	3	4	5	5	3	3
79	3	4	3	4	3	4
80	1	4	5	3	3	5
81	3	4	3	3	3	4
82	4	5	5	4	4	5
83	3	3	3	3	3	3
84	2	3	4	2	3	4
85	3	4	3	4	4	5
86	4	5	5	4	4	5
87	3	4	3	5	3	3

88	5	3	2	3	4	4
89	4	5	3	5	5	5
90	3	2	3	4	3	5
91	3	3	3	3	3	5
92	2	3	2	2	2	4
93	4	4	4	4	5	4
94	3	5	5	3	4	4
95	3	3	4	4	4	4
96	4	5	5	4	5	5
97	4	4	4	5	5	5
98	5	2	1	2	1	5
99	5	5	3	2	2	5
100	5	5	4	4	5	5
101	3	3	3	3	3	3
102	5	5	5	5	5	5
103	4	4	4	4	4	4
104	3	4	4	4	4	4
105	5	5	5	1	2	3
106	5	5	3	2	3	4
107	5	5	5	4	4	5
108	5	5	4	3	5	5
109	5	5	5	5	5	5
110	3	3	4	3	4	4
111	5	3	3	5	5	5
112	4	2	2	3	4	4
113	5	2	3	5	5	5
114	2	2	2	2	3	3
115	2	3	2	2	3	5
116	5	5	5	5	5	5
117	5	5	5	2	2	5
118	5	5	5	5	5	5
119	2	5	3	3	3	3
120	4	4	4	4	4	4
121	4	4	4	3	4	4
122	4	5	5	4	5	4
123	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	2	4
126	3	3	3	4	2	4
127	4	4	4	4	4	4

128	3	4	3	3	4	2
129	3	4	4	4	4	4
130	5	5	5	5	5	5
131	5	5	5	5	5	5
132	5	3	3	4	4	5
133	5	4	3	4	4	5
134	5	4	4	4	4	4
135	4	5	4	4	3	4
136	4	5	4	5	4	4
137	4	3	3	4	5	4
138	4	5	5	5	4	4
139	4	5	4	5	4	5
140	4	3	4	4	4	5
141	4	5	5	5	5	4
142	4	4	5	5	5	4
143	5	5	5	5	5	5
144	4	5	4	4	4	4
145	4	3	4	4	3	4
146	3	4	5	4	5	5
147	4	4	5	5	4	4
148	3	3	2	5	3	3
149	2	3	4	4	4	4
150	4	5	4	5	4	4

Lampiran 3 hasil output Smart PLS

Uji Outer Loadings

Outer loadings - Matrix						Outer loadings - Matrix					
	X1	X2	Y	Z			X1	X2	Y	Z	
X1.1	0.719					X2.5		0.714			
X1.2	0.744					X2.6		0.706			
X1.3	0.713					Y1			0.708		
X1.4	0.716					Y2			0.715		
X1.5	0.784					Y3			0.731		
X1.6	0.795					Y4			0.715		
X2.1		0.765				Y5			0.780		
X2.2		0.727				Y6			0.705		
X2.3		0.754				Z1				0.829	
X2.4		0.704				Z2				0.713	
X2.5		0.714				Z3				0.801	
X2.6		0.706				Z4				0.852	
Y1			0.708			Z5				0.769	
Y2			0.715			Z6				0.716	

Uji R-Square

R-square - Overview			
	R-square	R-square adjusted	
Y	0.616	0.609	
Z	0.225	0.215	

Uji Reability dan Validity

Construct reliability and validity - Overview					Copy to Excel/Word	Copy to R
	Cronbach's alpha	Composite reliability (r...	Composite reliability (r...	Average variance extrac...		
X1	0.841	0.845	0.883	0.556		
X2	0.823	0.823	0.871	0.531		
Y	0.822	0.825	0.870	0.528		
Z	0.872	0.878	0.904	0.611		

Uji Dikriminan- Fornell Lacker

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	X1	X2	Y	Z
X1	0.746			
X2	0.491	0.729		
Y	0.550	0.754	0.726	
Z	0.446	0.360	0.402	0.782

Uji Cross Loading

Discriminant validity - Cross loadings					Discriminant validity - Cross loadings				
	X1	X2	Y	Z		X1	X2	Y	Z
X1.1	0.719	0.359	0.458	0.328	X2.5	0.334	0.714	0.535	0.381
X1.2	0.744	0.319	0.356	0.285	X2.6	0.374	0.706	0.543	0.270
X1.3	0.713	0.429	0.434	0.428	Y1	0.489	0.669	0.708	0.312
X1.4	0.716	0.309	0.320	0.244	Y2	0.324	0.588	0.715	0.292
X1.5	0.784	0.402	0.441	0.380	Y3	0.342	0.509	0.731	0.243
X1.6	0.795	0.344	0.412	0.283	Y4	0.400	0.453	0.715	0.276
X2.1	0.421	0.765	0.551	0.263	Y5	0.477	0.498	0.780	0.372
X2.2	0.338	0.727	0.553	0.180	Y6	0.335	0.517	0.705	0.241
X2.3	0.336	0.754	0.544	0.237	Z1	0.328	0.285	0.305	0.829
X2.4	0.343	0.704	0.567	0.227	Z2	0.251	0.357	0.393	0.713
X2.5	0.334	0.714	0.535	0.381	Z3	0.348	0.198	0.197	0.801
X2.6	0.374	0.706	0.543	0.270	Z4	0.301	0.274	0.247	0.852
Y1	0.489	0.669	0.708	0.312	Z5	0.418	0.334	0.416	0.769
Y2	0.324	0.588	0.715	0.292	Z6	0.417	0.188	0.249	0.716

Uji Total Effect

Total effects - Mean, STDEV, T values, p values						Copy to Excel/Word	Copy to R
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values		
X1 -> Y	0.237	0.243	0.084	2.820	0.005		
X1 -> Z	0.356	0.364	0.069	5.117	0.000		
X2 -> Y	0.637	0.635	0.077	8.318	0.000		
X2 -> Z	0.185	0.186	0.078	2.377	0.018		
Z -> Y	0.087	0.084	0.059	1.472	0.141		

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values						Copy to Excel/Word	Copy to R
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST...	T statistics (O/STDEV)	P values		
X1 -> Z -> Y	0.031	0.031	0.024	1.306	0.192		
X2 -> Z -> Y	0.016	0.016	0.013	1.189	0.234		

*Lampiran 4 Biodata Penulis***BIODATA PENULIS**

Nama Lengkap : Nur Haliza
 Tempat, Tanggal Lahir : Pasuruan, 20 Agustus 2003
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Alamat : Dsn. Bulukrajan Ds. Bulu Kandang Kec. Prigen
 Kab. Pasuruan Jawa Timur
 Telepon : 085856379199
 E-mail : halizanur9566@gmail.com

Pendidikan Formal

2009-2015 : SDN 1 Bulu Kandang
 2015-2018 : SMPN 1 Sukorejo
 2018-2021 : SMAN 1 Purwosari
 2021-Sekarang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
 Malang

Pendidikan Non-formal

2021-2022 : Ma'had Sunan Ampel Al'Aly Malang
 2021-2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN
 Maliki Malang
 2022-2023 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Inggris UIN
 Maliki Malang

Riwayat Organisasi

1. Anggota Tax Center Program Studi Akuntansi UIN Malang

Lampiran 7 Lembar bimbingan skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
 Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

IDENTITAS MAHASISWA:

NIM 210502110144

Nama : Nur Haliza

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Akuntansi

Dosen Pembimbing : Nawirah, M.S.A., Ak. CA

Judul Skripsi : Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Malang dengan *Fear of Missing Out* (FOMO) sebagai Variabel Mediasi

JURNAL BIMBINGAN :

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	17 Februari 2025	Konsultasi judul skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	21 April 2025	Perubahan objek dan variabel penelitian.	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	25 Agustus 2025	Pengerjaan bab 1-3	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
4	15 September 2025	Revisi analisis data, cover, dan daftar pustaka	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi

5	28 Oktober 2025	Bimbingan terkait item pertanyaan kuesioner	Ganjil 2025/2026	Sudah Dikoreksi
6	2 Januari 2026	Konsultasi hasil running data penelitian	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
7	19 Januari 2026	Konsultasi hasil pembahasan	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi
8	30 Januari 2026	Revisi hasil pembahasan	Genap 2025/2026	Sudah Dikoreksi

Malang, 30 Januari 2026

Dosen Pembimbing



Nawirah, M.S.A., Ak. CA

Lampiran 8 Lembar Plagiarisme**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rohmatulloh Salis, M.Pd
NIP 198409302023211006
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Nur Haliza
NIM 210502110144
Konsentrasi : Akuntansi Manajemen
Pengaruh *Financial Technology* dan Literasi Keuangan terhadap Laporan

Judul Skripsi : **Keuangan Mahasiswa di Malang dengan *Fear Of Missing Out* (FOMO) sebagai Variabel Mediasi**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
23%	21%	17%	12%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 15 April 2026 UP2M



Rohmatulloh Salis, M.Pd