

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah mendorong perubahan signifikan dalam pola perilaku konsumsi, khususnya di kalangan Generasi Z. Kemudahan bertransaksi melalui *fintech payment*, tingkat literasi keuangan, serta intensitas penggunaan media sosial menjadi faktor-faktor yang diyakini memengaruhi perilaku konsumtif, terutama dalam aktivitas belanja melalui e-commerce. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fintech payment*, literasi keuangan, dan media sosial terhadap perilaku konsumtif pengguna e-commerce pada Generasi Z di Kecamatan Kamal - Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form dengan skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang berdomisili di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 100 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *fintech payment*, literasi keuangan, dan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi penggunaan layanan keuangan digital, pemahaman terhadap pengelolaan keuangan, serta eksposur terhadap media sosial, maka semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh Generasi Z dalam aktivitas e-commerce.

Kata kunci: *Fintech Payment*, Literasi Keuangan, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Generasi Z

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has driven significant changes in consumption behavior patterns, especially among Generation Z. Ease of transactions through payment fintech, level of financial literacy, and intensity of social media use are factors believed to influence consumer behavior, especially in shopping activities through e-commerce. This study aims to determine the effect of payment fintech, financial literacy, and social media on the consumer behavior of e-commerce users in Generation Z in Kamal District - Bangkalan. This study uses a quantitative approach. Data collection was carried out by distributing questionnaires in the form of Google Form with a Likert scale. The population in this study was Generation Z who live in Kamal District, Bangkalan Regency. Determination of the number of samples using the Slovin formula with a purposive sampling technique, so that 100 respondents were obtained. Data were analyzed using multiple linear regression with the help of the SPSS version 25 application. The results showed that payment fintech, financial literacy, and social media had a positive and significant effect on consumer behavior. These findings show that the higher the use of digital financial services, understanding of financial management, and exposure to social media, the higher the tendency of consumer behavior shown by Generation Z in e-commerce activities.

Keywords: *Fintech Payment, Financial Literacy, Social Media, Consumptive Behavior, Generation Z*