

ABSTRAK

Lufitha Nida Pebrianty. 2026. Pengaruh Lingkungan Keluarga, Gaya Hidup, Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Dengan *Financial Attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Tasikmalaya).

Di Indonesia, tantangan keuangan generasi milenial semakin nyata. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan dalam cara mereka mengelola uang yang bisa menimbulkan risiko di masa depan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 mengungkapkan bahwa pada kelompok usia 25-35 tahun yang didominasi oleh generasi milenial terdapat kesenjangan yang signifikan antara indeks inklusi keuangan yang tinggi (87,18%) dan indeks literasi keuangan yang masih relatif rendah (38,43%). Kondisi ini menciptakan sebuah situasi di mana akses untuk mendapatkan berbagai produk dan layanan keuangan, seperti pinjaman digital (pinjol) dan kartu kredit, semakin mudah, tetapi pemahaman untuk mengelolanya secara bijak dan bertanggung jawab justru sangat terbatas. Kesenjangan antara tingginya indeks inklusi keuangan dan masih rendahnya literasi keuangan dimanfaatkan oleh perkembangan ekosistem digital yang masif. Media sosial, khususnya platform seperti instagram, tiktok, dan shopee, menjadi ruang utama dalam mempromosikan dan menormalisasi gaya hidup konsumtif. Melalui konten *influencer* serta iklan yang sangat terarah, fenomena *fear of missing out* (FOMO) dieksploitasi sehingga mendorong perilaku konsumsi yang tidak sehat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku keuangan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui financial attitude sebagai variabel intervening pada generasi milenial di Tasikmalaya.

Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu generasi milenial muslim Tasikmalaya yang dipilih secara *purposive*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini kepada 200 responden. Data yang diperoleh diolah menggunakan SEM-PLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lingkungan keluarga dan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan, baik secara langsung maupun melalui financial attitude sebagai variabel intervening. Sementara itu, gaya hidup tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan. Penelitian ini menegaskan pentingnya peran faktor sosial dan media dalam pembentukan perilaku keuangan generasi milenial, sehingga dapat menjadi dasar pengembangan program edukasi keuangan yang lebih efektif.

Kata Kunci: lingkungan keluarga, gaya hidup, media sosial, financial attitude, perilaku keuangan, generasi milenial, Tasikmalaya