

ABSTRAK

Bandung pada posisi pertama sebagai jumlah pengguna *fintech payment* terbesar dan juga menempati posisi pertama dengan jumlah pengguna layanan e-commerce terbesar. Tingginya jumlah konsumen menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif terutama pada generasi Z. Generasi Z sangat paham terhadap dunia digital, sehingga mereka memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap sosial media, selain itu generasi Z juga sering melakukan pembelian secara online, selain itu generasi Z selalu mengutamakan belanja. Tingkat perilaku konsumtif pada generasi Z yang besar dapat mempengaruhi dalam penggunaan *fintech payment*. kualitas pelayanan, kemudahan, manfaat, kepercayaan, dan promosi yang diberikan kepada pengguna *fintech payment* menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumtif.

Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui tingkat penggunaan dan pengaruh *fintech payment* terhadap perilaku konsumtif pada generasi Z di Kota Bandung. Variabel pada penelitian yaitu *fintech payment* sebagai variabel bebas. Perilaku konsumtif sebagai variabel terikat. Responden yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak 400 responden, dimana menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan sampelnya. Responden yang akan digunakan merupakan orang yang tinggal di Kota Bandung yang kelahiran tahun 1997-2012 dan menggunakan *fintech payment*. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *fintech payment* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Generasi Z di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Fintech Payment*, Generasi Z, Perilaku Konsumtif