Business Management Journal
Versi Online: https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-management/
DOI: dx.doi.org/10.30813/bmj.8142

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Gen Z, Dengan Moderasi Pengaruh Sosial

Financial Literacy on Gen Z's Saving Behavior, with Social Influence as a Moderator

Chyntia Angelyna[1)], Tannia[2)]

[1)]Program Studi Manajemen/Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia
[2)]Program Studi Manajemen/Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Diajukan 6 Maret 2025 / Disetujui Tanggal Bulan Tahun

Abstrak

Perilaku menabung generasi Z di Indonesia masih rendah disebabkan generasi Z adalah kelompok yang lahir di zaman teknologi, sehingga sangat mengenal media sosial dimana mampu mempengaruhi perilaku menabung individu. Penyebab lain yang mampu berdampak pada perilaku menabung generasi Z adalah literasi keuangan dimana masih terbilang rendah di Indonesia. Studi ini dilaksanakan untuk mengeksplorasi apakah literasi keuangan berpengaruh secara signifikan pada perilaku menabung generasi Z di Indonesia dan pengaruh sosial sebagai moderasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, dimana pengumpulkan dan pengolahan data dengan menggunakan software SmartPLS 4.0.9.9. Metode pengujian yang dilakukan yaitu pengujian validitas, pengujian reliabilitas, pengujian koefisien determinasi, dan signifikansi. Temuan penelitian ini yaitu literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku menabung. Pengaruh sosial juga berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung karena memberikan informasi mengenai strategi dan teknik menabung yang dibutuhkan generasi Z. Tetapi, pengaruh sosial tidak mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan pada perilaku menabung generasi Z di Indonesia karena pengaruhnya yang terbatas. Studi ini mampu menjadi referensi penilaian literasi keuangan bagi pemerintah dalam meningkatkan perilaku menabung masyarakat. Penelitian ini memiliki jumlah responden yang terbatas, hal ini dapat mempengaruhi tingkat hubungan antar hipotesis, sehingga penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah responden serta meneliti variabel lain yang mampu mempengaruhi perilaku menabung.
Kata Kunci: Perilaku Menabung, Literasi Keuangan, Pengaruh Sosial, Generasi Z, Efek Moderasi.

Abstract

The saving behavior of Generation Z in Indonesia remains low due to their deep familiarity with technology and social media, which significantly influences their financial habits. Another factor affecting their saving behavior is financial literacy, which remains relatively low in Indonesia. This study explores whether financial literacy significantly influences the saving behavior of Generation Z in Indonesia and whether social influence acts as a moderating variable. This research employs a quantitative approach, with data collection and analysis conducted using SmartPLS 4.0.9.9 software. The testing methods include validity testing, reliability testing, coefficient of determination analysis, and significance testing.The findings indicate that financial literacy has a significant impact on saving behavior. Social influence also significantly affects saving behavior by providing information on saving strategies and techniques relevant to Generation Z. However, social influence does not moderate the relationship between financial literacy and saving behavior, as its effect is limited. This study serves as a valuable reference for policymakers to assess financial literacy and enhance saving behavior in society. One limitation of this research is the small number of respondents, which may affect the strength of the relationships between variables. Future research is recommended to increase the sample size and explore additional variables that may influence saving behavior.
Keywords: *Saving Behaviour, Financial Literacy, Social Influence, Generation Z, Moderation Effect.*

*Korespondensi Penulis:
E-mail: s12210027@student.ubm.ac.id

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

Pendahuluan

Menabung adalah kegiatan menyimpan uang untuk kebutuhan masa yang akan datang, dana darurat, atau investasi jangka panjang, dan untuk menunjukkan kebijaksanaan individu dalam mengelola keuangannya (Siti et al., 2024). Saat ini teknologi sudah semakin berkembang, dimana hal ini dapat memudahkan penggunanya dalam memenuhi semua kebutuhannya (Akbar & Armansyah, 2023). Pada penelitian (Akbar & Armansyah, 2023) juga mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang dinilai tidak dapat mengelola keuangannya dengan baik dan sulit menabung. Hal tersebut disebabkan karena teknologi yang saat ini sudah maju sehingga membuat generasi Z menjadi lebih konsumtif (Akbar & Armansyah, 2023).

Berdasarkan data yang dirilis oleh Indonesia Gen Z Report tahun 2022 yang melakukan survei pada 1.000 responden menyatakan bahwa generasi Z adalah generasi yang perlu diberikan dorongan untuk mulai membangun kebiasaan keuangan yang sehat, seperti menabung. Hal ini disebabkan karena generasi Z menyukai kegiatan yang bersifat material atau hedonistik. Berdasarkan survei Katadata Insight Center (KIC) (2021), yang membandingkan perilaku keuangan generasi Z dan Y, menyatakan 56,6% dari generasi Z jarang serta tidak pernah menabung sejak awal dan lebih mendahulukan melakukan pembelian barang daripada menyisihkan uangnya.

Menurut kompas.com (2024) generasi Z itu terkenal sulit atau malas menabung. Menurut (Akbar & Armansyah, 2023) generasi Z juga dianggap sebagai generasi yang konsumtif, dimana lebih memilih mengeluarkan pengeluaran untuk internet dan makan dibandingkan menabung atau investasi. Menurut tempo.com (2024), penyebab generasi Z kesulitan menabung disebabkan karena akses internet yang semakin mudah, sehingga semakin cepat dalam mendapatkan informasi, dari media sosial dimana ini membuat generasi Z muncul perasaan cemas atau takut ketinggalan trend. Pada survey Jawapos.com (2021) juga mengatakan bahwa platform mobile yang paling sering diakses oleh generasi muda saat ini yaitu media sosial.

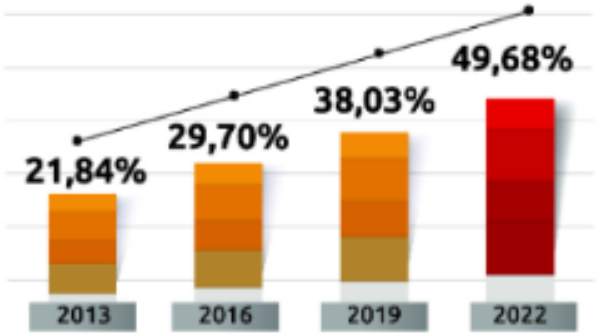
Bank Commonwealth yang dimuat di Jawapos.com (2021), menyatakan bahwa 53% generasi muda di Indonesia menganggap menabung merupakan hal yang tidak sulit, namun pada kenyataannya keseharian mereka menunjukan bahwa kebiasaan menabung ini masih menjadi tantangan untuk diterapkan. Menurut Kementrian Keuangan Republik Indonesia (2022), menyatakan bahwa menabung sudah merupakan sebuah kebiasaan untuk orang dewasa, tetapi masih menjadi sebuah masalah dan hal yang sulit dilakukan untuk anak muda saat ini. Masalah ini disebabkan karena lingkungan sekitar dan sosial media. Hal tersebut mempengaruhi anak muda dan menjadi hedonisme bahkan tidak memperdulikan urusan menabung, tetapi pada kenyataannya, menabung ini perlu dilakukan karena dapat membentuk kebiasaan yang baik agar lebih disiplin dalam mengatur keuangan dan mempersiapkan keuangan untuk jangka pendek bahkan untuk jangka panjang (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

Menurut Finance.detik.com (2021) menabung memiliki resiko kecil daripada investasi yang resikonya flukatuatif, apalagi menurut Investopedia.com (2024) mengatakan bahwa generasi Z paling tidak memahami pengelolaan resiko investasi. 32% generasi Z mengganggap risiko investasi menjadi hambatan utama bagi individu untuk melakukan investasi tersebut. Menurut CNBC Indonesia (2023) mengatakan bahwa perlu untuk membiasakan menabung sebelum memulai investasi sejak dini agar menabung ini dapat menjadi gaya hidup yang sering dilakukan, sehingga perilaku menabung penting bagi anak muda agar individu memiliki perilaku keuangan yang baik nantinya (Damanik et al., 2024).

Penelitian (Tannia et al., 2023) mengatakan pada surat yang diedarkan oleh OJK, menjelasakan bahwa literasi finansial merupakan pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, pengetahuan yang dapat

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

mempengaruhi seseorang dalam berperilaku untuk membuat pilihan finansial yang lebih berkualitas dan mengatur finansialnya dengan harapan agar mencapai kesejahteraan.



Gambar 1. Indeks Literasi Keuangan di Indonesia
Sumber: Otoritas Jasa Keuangan, 2022

Berdasarkan data dari hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022, mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia adalah 49,68%. Angka tersebut meningkat dari tahun 2019 yang hanya sebesar 38,03%. Namun, tingkat literasi keuangan di Indonesia masih kalah jauh dari rata-rata indeks literasi keuangan negara-negara tetangga yang sudah melebihi 70% (Yasa et al., 2020). Pada kumparan.com (2024) disebutkan bahwa, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), kelompok umur dengan tingkat literasi keuangan paling rendah di Indonesia yaitu generasi Z dibandingkan dengan kelompok umur lainnya. Generasi Z dapat dengan mudah mengakses layanan keuangan digital tetapi literasi keuangannya minim sehingga paling beresiko mengalami masalah keuangan (Kumparan.com, 2024). Hal yang sama juga dinyatakan pada penelitian (Tannia et al., 2022) menurut (Grohmann et al., 2018) literasi keuangan ini mampu membantu orang untuk menghindari masalah keuangan. Menurut Kompas.id (2024) mengatakan bahwa walaupun generasi Z saat ini sudah serba digital atau paling mengenal media sosial, namun hal tersbut tidak menjamin bahwa tingkat literasi keuangan generasi Z tinggi. Kompas.id (2024) mengatakan bahwa menurut Otorotas Jasa Keuangan (OJK) dan Badan Pusat Statistik (BPS) presentase tingkat literasi keuangan generasi Z di indonesia adalah yang terendah, hal tersebut membuat generasi Z rentan mengalami resiko keuangan seperti terjerat pinjaman online dan judi online. Oleh karena itu generasi Z perlu untuk mendapatkan edukasi financial terkait literasi keuangan agar mampu mengelola keuangan, tabungan, dan dana darurat.

Menurut (Rikayanti & Listiadi, 2020) dan (Peiris, 2021), literasi keuangan mampu mempengaruhi perilaku menabung secara signifikan, dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, individu cenderung melakukan perilaku menabung. Literasi keuangan yang baik membuat individu dapat mengambil keputusan yang sehat dimana dapat meningkatkan kesejahteraan individu di masa depan. Kesadaran tersebut mendorong individu memiliki perilaku menabung yang baik. Hasil temuan ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sulistiyani et al., 2024) serta (Wijanarko et al., 2022) yang mengatakan bahwa, literasi keuangan tidak memiliki berpengaruh terhadap sikap menabung. Hal tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa generasi muda tidak memiliki rencana kebutuhan mereka secara rutin setiap minggu atau setiap bulannya, oleh karena itu menjadi sulit untuk melakukan perilaku menabung. Tingkat literasi keuangan pada individu juga tidak mempengaruhi kebiasaan menabung, dimana menunjukkan bahwa individu masih bergantung pada penghasilan orang tua sehingga terbebas dari sisi pendapatan.

Menurut (Rantika et al., 2024) dan (Mpaata et al., 2020b), pengaruh sosial memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung secara signifikan. Pengaruh sosial ini mampu mempengaruhi perilaku

menabung secara positif serta signifikan di negara berkembang, tetapi konteks sosial juga dapat merusak perilaku keuangan individu di negara-negara berkembang tersebut, oleh karena itu perlu adanya pendidikan keuangan agar dapat mengurangi kebiasaan dan sikap keuangan buruk individu. Pada penelitian (Prakasha et al., 2023) juga menjelaskan bahwa, pengaruh sosial seperti media sosial yang berperan sebagai influencer juga mempengaruhi anak muda dalam menabung. Hasil temuan tersebut bertentangan dengan penelitian (Saber, 2022) dan (Tarisha et al., 2021) yang menyebutkan bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku menabung. Hal ini dikarenakan kebiasaan menabung inidividu tidak dipengaruhi oleh pihak ketiga dan menabung ini adalah keputusan yang ditentukan secara pribadi oleh diri individu.

Penelitian (Mpaata et al., 2020a) dan (Tarisha et al., 2021) mengatakan bahwa, pengaruh sosial dapat memoderasi antara literasi keuangan dan perilaku menabung. Pengaruh sosial ini memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari individu karena masyarakat hidup dalam dunia sosial yang sangat dinamis, dimana informasi sosial terus-menerus mempengaruhi pemahaman dan pengambilan keputusan individu. Pada penelitian (Amin et al., 2020), menjelaskan bahwa pengaruh sosial adalah faktor lingkungan yang dapat menyebabkan seseorang mengubah pikiran, perasaan, atau perilakunya. Menurut (Greenberg & Hershfield, 2019) banyak penelitian terdahulu yang mendukung hipotesis bahwa pengaruh sosial dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menabung. Sehingga, penelitian ini juga melibatkan pengaruh sosial sebagai moderasi, tetapi pengaruh sosial berupa media sosial yang saat ini sangat mempengaruhi generasi Z belum banyak diteliti.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melaksanakan penelitian tentang "Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Gen Z, Dengan Moderasi Pengaruh Sosial".

Literasi Keuangan dan Perilaku Menabung

Beberapa penelitian terdahulu seperti (Mpaata et al., 2020a), (Tarisha et al., 2021), dan (Razak & Ishwara, 2022) mengatakan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan pada perilaku menabung seseorang. Penelitian-penelitian ini menunjukkan bahwa literasi finansial mendukung orang dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat, seperti menabung. Pada penelitian (Lupikawaty et al., 2024), menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan seperangkat intuisi, kemampuan, perilaku, pengetahuan, dan sikap yang dibutuhkan untuk mengambil pilihan finansial, tanpa pengetahuan yang tepat, individu akan kesulitan dalam membuat keputusan terkait tabungan, investasi, serta pinjaman. Menurut (Lie et al., 2023) literasi keuangan dapat mempengaruhi perilaku menabung, hal ini dikarenakan adanya faktor berupa pengetahuan yang mempengaruhi niat individu untuk membentuk suatu perilaku dimana pengetahuan tersebut adalah literasi keuangan yang dimiliki setiap individu.

Pengaruh Sosial dan Perilaku Menabung

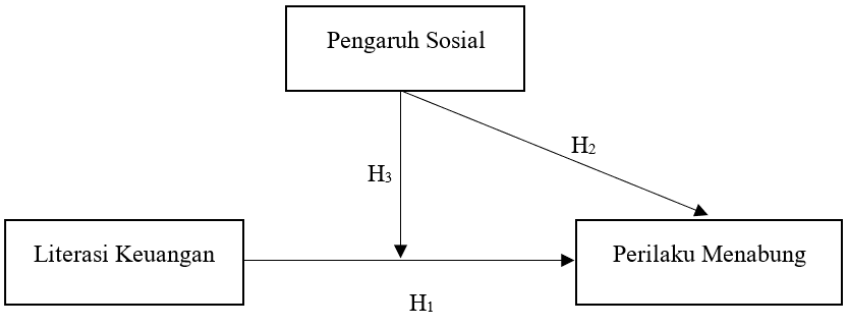
Penelitian-penelitian terdahulu seperti (Rantika et al., 2024) dan (Mpaata et al., 2020b) mengatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Menurut (Amin et al., 2020) hal ini dikarenakan lingkungan dapat mempengaruhi seseorang dalam mengubah pikiran, perasaan, atau perilakunya. Menurut (Prakasha et al., 2023), pengaruh sosial ini dapat secara kolektif membentuk sikap dan perilaku keuangan individu. Pengaruh sosial berupa media sosial dapat mempromosikan gaya hidup yang mendorong penghematan dan pemborosan individu. Pada penelitian (Pramudita, 2021) menjelaskan bahwa, menurut (Palamida, 2016) pengaruh sosial yang berupa hubungan atau interaksi antar manusia akan memberikan arahan dan persetujuan kepada setiap individu yang terlibat, sehingga pengaruh sosial ini memiliki peran dalam mempengaruhi perilaku individu.

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

Pengaruh Sosial sebagai Moderasi pada Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Pada penelitian (Tarisha et al., 2021) dan (Mpaata et al., 2020a) mengatakan bahwa pengaruh sosial dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung. Pada penelitian (Mpaata et al., 2020a) menjelaskan menurut (Sedera et al., 2017), pengaruh sosial ini dapat mempengaruhi perubahan pikiran, perasaan, sikap, emosi, dan perilaku seseorang yang disebabkan karena adanya interaksi dengan orang lain atau sekelompok orang, sehingga memenuhi syarat sebagai moderator mengingat kemungkinannya mempengaruhi arah dan/atau kekuatan pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung. Hal tersebut sejalan dengan (Arrieta et al., 2019) pada penelitian (Mpaata et al., 2020a) yang mengatakan bahwa, pengaruh sosial merupakan variabel moderator potensial karena pengaruh sosial ini merupakan variabel sentral yang berhubungan positif dengan sejumlah variabel yang terkait dengan perilaku. Hal ini dikarenakan pengaruh sosial adalah fenomena psikologis dimana membuat individu berusaha menghasilkan suatu perilaku agar dapat diterima orang lain dengan tujuan mempengaruhi pandangan orang lain tersebut.

Paradigma Penelitian



Gambar 2 Paradigma Penelitian
Sumber: (Mpaata et al., 2020a) dan (Tarisha et al., 2021)

H1: Literasi keuangan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung.
H2: Pengaruh sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung.
H3: Pengaruh sosial memoderasi pengaruh literasi keuangan pada perilaku menabung.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif deskriptif karena penelitian ini terdapat informasi dari penelitian sebelumnya yang memiliki celah penelitian sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis dan ditarik kesimpulan. Menurut (Bougie & Sekaran, 2020), penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan data yang digunakan berbentuk angka dimana biasanya dikumpulkan melalui pertanyaan yang terstruktur. Menurut Bougie dan Sekaran (2020), penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu topik yang menarik perhatian, di mana penelitian ini biasanya dibuat untuk mengumpulkan informasi yang menggambarkan ciri-ciri objek yang diteliti.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan kuesioner tertutup (angket) yang disebar secara online melalui media sosial dan offline dengan mencari responden di tempat umum. Kriteria sampel pada penelitian ini adalah masyarakat generasi Z di Indonesia dimana merupakan masyarakat yang lahir antara tahun 1997-2012 atau berusia antara 12-27 tahun di tahun ini dan

responden yang mengikuti komunitas yang berfokus pada menabung di media sosial. Jumlah sampel pada penelitian ini menyesuaikan dengan aturan jumlah sampel menurut Roscoe (1975) pada buku (Bougie & Sekaran, 2020:249), sehingga penelitian ini mendapatkan total sebanyak 200 responden dengan 152 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini tahap pengolahan data dimulai dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dikumpulkan lalu dianalisis dengan metode analisis statistik deskriptif. Pada penelitian ini hasil data yang dikumpulkan juga akan diolah dengan analisis SEM (Structural Equation Modelling) berupa software SmartPLS 4.0.9.9. Menurut (Wijaya, 2019) dalam pengujian PLS terdapat dua sisi yang perlu diuji yaitu *outer model* dan *inner model*. Pada buku Wijaya (2019:166) menjelaskan bahwa pengujian yang termasuk dalam *outer model* adalah uji *Convergent Validity and Reliability* dan uji *Discriminant Validity*, lalu pengujian yang termasuk dalam *inner model* adalah *R square* dan *Path Coefficient.*

Hasil Dan Pembahasan

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Nurul Z., 2023:165) statistik deskriptif merupakan teknik yang diterapkan untuk menyusun dan merangkum informasi agar lebih jelas dan mudah dipahami. Dari hasil pengolahan data penelitian, maka berikut rincian dari statistik deskriptif penelitian ini:

1. Literasi Keuangan (LK)
   Pada variabel literasi keuangan (X1), mean tertinggi ada pada indikator ke 5 (LK5) yaitu senilai 3.842, lalu, indikator dengan mean terendah yaitu LK2 yang sebesar 3.579.
2. Pengaruh Sosial (PS)
   Indikator yang memiliki nilai mean tertinggi pada variabel pengaruh sosial ini adalah indikator PS3 yaitu sebesar 4.072, sedangkan, indikator PS5 memiliki nilai 3.763 atau yang terkecil.
3. Perilaku Menabung (PM)
   Pada variabel perilaku menabung (Y), indikator dengan mean tertinggi yaitu PM5 sebesar 4.355, lalu mean terkecil ada pada PM4 yaitu sebesar 4.072.

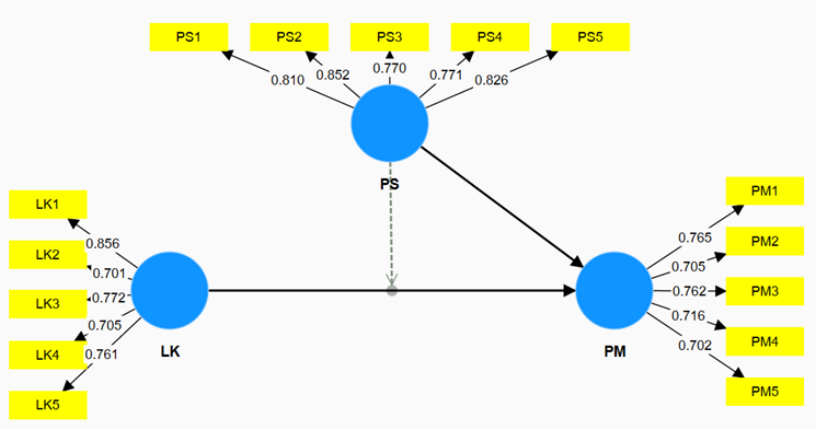
Uji Validitas

Menurut (Bougie & Sekaran, 2020), uji validitas adalah menguji pertanyaan-pertanyaan yang digunakan sebagai data penelitian apakah valid atau tidak, mengukur suatu konsep yang benar-benar dibutuhkan atau tidak.

Convergent Validity

Menurut (Ghozali & Kusumadewi, 2023) Convergent Validity dapat dilihat dari *Outer loading factor* dan *Average Variance Extracted* (AVE). Berikut merupakan hasil pengujian *Outer Loading Factor* dari data responden.

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775



Gambar 3 ***Outer Loading Factor***
Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Dari hasil *Outer Loading Factor* yang dijalankan dengan SmartPLS 4.0.9.9, menunjukan bahwa seluruh indikator dari masing-masing variabel pada penelitian ini yaitu Literasi Keuangan, Pengaruh Sosial, Perilaku Menabung lebih besar dari 0,7 dimana sesuai dengan syarat *Outer loading factor* yang dinyatakan oleh Ghozali & Kusumadewi (2023:98) bahwa nilai *Outer Loading Factor* dikatakan valid jika >0,7, sehingga dikatakan valid. Pada penelitian (Shintawati & Budidarma, 2023) mengatakan bahwa berdasarkan (Hair et al., 2019) nilai dari *outer loading* yang di bawah 0,7 harus dihapus dari model pengujian. Berikut ini adalah hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) dari data responden:

Tabel 1 ***Average Variance Extracted*** **(AVE)**

	Average Variance Extracted (AVE)
Literasi Keuangan	0.579
Pengaruh Sosial	0.534
Perilaku Menabung	0.650

Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Berdasarkan data tabel dan gambar diatas yang merupakan hasil pengujian *Average Variance Extracted* (AVE), menunjukan bahwa seluruh indikator variabel pada penelitian ini telah lebih besar dari 0,5 dimana sesuai dengan syarat *Average Variance Extracted* (AVE) yang dinyatakan oleh Ghozali & Kusumadewi (2023:98) bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dikatakan valid jika >0,5, sehingga seluruh indikator variabel dikatakan valid.

Discriminant Validity

Tabel 2 ***Cross Loading***

	LK	PS	PM	LK X PS
LK1	**0.856**	0.499	0.585	-0.257
LK2	**0.701**	0.276	0.420	-0.127
LK3	**0.772**	0.352	0.530	-0.145
LK4	**0.705**	0.354	0.451	-0.161
LK5	**0.761**	0.465	0.491	-0.240
PM1	0.486	0.765	**0.473**	-0.179
PM2	0.360	0.705	**0.368**	-0.129
PM3	0.396	0.762	**0.376**	-0.142
PM4	0.394	0.716	**0.451**	-0.079

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

PM5	0.268	0.702	**0.449**	-0.240
PS1	**0.483**	0.455	0.810	-0.275
PS2	**0.501**	0.521	0.852	-0.317
PS3	**0.510**	0.406	0.770	-0.383
PS4	**0.537**	0.429	0.771	-0.367
PS5	**0.616**	0.524	0.826	-0.358
PS × LK	-0.256	-0.210	-0.419	**1.000**

Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Berdasarkan pengujian *Cross Loading* yang dilakukan, terlihat bahwa nilai *Cross Loading* untuk setiap indikator dari variabel tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan nilai *Cross Loading* indikator dari variabel lainnya. Hal ini sejalan dengan kriteria *Cross Loading* yang ditetapkan oleh Ghozali dan Kusumadewi (2023:98), sehingga semua indikator variabel dianggap valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 3 Uji Reliabilitas

	Composite reliability (rho_a)	*Composite reliability* (rho_c)	*Conbrach's Alpha*
Literasi Keuangan	0.843	0.873	0.819
Pengaruh Sosial	0.787	0.851	0.782
Perilaku Menabung	0.873	0.903	0.866

Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat dilihat bahwa seluruh indikator variabel pada penelitian ini telah lebih besar dari 0,7 dimana sesuai dengan syarat uji reliabilitas yang dinyatakan oleh Ghozali & Kusumadewi (2023:98) bahwa nilai reliabilitas dikatakan reliabel jika > 0,7, sehingga seluruh indikator variabel telah dikatakan reliabel.

Koefisien Determinasi

Tabel 4 Koefisien Determinasi

	R square	*R square adjusted*
Perilaku Menabung	0.378	0.366

Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Berdasarkan hasil uji *R-square* diatas disimpulkan bahwa pengaruh variabel literasi keuangan, dan pengaruh sosial sebesar 0.378 atau sebesar 37.8% terhadap variabel pengaruh menabung, sehingga berdasarkan teori pada buku (Duryadi, 2021) dan (Sihombing et al., 2024) pengaruh literasi keuangan serta pengaruh sosial pada penelitian ini pada perilaku menabung dikatakan pengaruhnya moderate.

Berdasarkan hasil uji *R-square adjusted* diatas dapat disimpulkan bahwa variabel literasi keuangan, dan variabel pengaruh sosial mampu menjelaskan variabel perilaku menabung sebesar 0.366 (36.6%) sedangkan sisanya sebesar 0.634 (63.4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

***Path Coefficient* (Uji Signifikansi)**

Tabel 5 *Path Coefficient*

	P value
Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung	0.023
Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Menabung	0.000
Pengaruh Sosial Memoderasi Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung	0.811

Sumber: Hasil Uji SmartPLS (2024)

Berdasarkan hasil uji signifikansi diatas, mampu disimpulkan bahwa:

1. Nilai *p value* pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung sebesar 0.023 artinya literasi keuangan secara signifikan mampu mempengaruhi perilaku menabung karena nilai dari *p value* kurang dari 0.05 yang merupakan kriteria untuk adanya dampak signifikan berdasarkan (Sudargini, 2021).
2. Pengaruh sosial terhadap perilaku menabung memiliki nilai *p value* sebesar 0.000 artinya pengaruh sosial secara signifikan mempengaruhi perilaku menabung karena nilai dari *p value* kurang dari 0.05 yang merupakan kriteria untuk adanya dampak signifikan berdasarkan (Sudargini, 2021).
3. Pengaruh literasi keuangan pada perilaku menabung dimana pengaruh sosial merupakan moderasi memiliki nilai *p value* sebesar 0.811 artinya pengaruh sosial tidak mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan pada perilaku menabung karena nilai dari *p value* melebihi 0.05, maka tidak memenuhi kriteria untuk adanya dampak signifikan berdasarkan (Sudargini, 2021).

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung

Hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai *p value* < 0.05, sehingga Ha diterima dan Ho tidak diterima maka penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan secara siginifikan mampu mempengaruhi perilaku menabung generasi Z di Indonesia.

Dari hasil statistik deskriptif dapat disimpulkan bahwa indikator mengenai "saya memiliki kemampuan untuk mengelola catatan keuangan untuk pendatapan dan pengeluaran saya" memiliki nilai mean terbesar daripada indikator literasi keuangan lainya, artinya generasi Z di Indonesia cukup percaya diri mencatat dan mengelola keuangan pribadinya seperti mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur. Hasil penelitian ini juga mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z artinya dengan memiliki kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi generasi Z seperti mencatat keuangan untuk pendapatan dan pengeluaran, generasi Z akan cenderung lebih mampu mengalokasikan keuangannya untuk menabung.

Hasil studi ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Mpaata et al., 2020a) yang menunjukkan bahwa pemahaman keuangan memungkinkan individu untuk membuat pilihan finansial yang bijak seperti menabung dan berinvestasi. Oleh karena itu, semakin mendalam pemahaman seseorang mengenai literasi keuangan, semakin besar pula pemahaman mereka akan pentingnya dan perilaku menabung. Pemahaman keuangan ini mencerminkan kemampuan generasi Z yang diperoleh dari pendidikan individu dan membentuk pola pikir yang sehat dalam mengelola keuangan. Dengan tingkat pemahaman yang memadai, generasi Z mampu mengatur keuangan mereka dengan baik dan menyisihkan uang untuk ditabung. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan akan menyulitkan generasi Z dalam mengelola keuangan mereka serta membuat keputusan keuangan yang kurang tepat.

Pada penelitian (Candy & Vira, 2024) juga mengatakan menurut Afsar et al. (2018), generasi Z yang melek keuangan lebih banyak melakukan perilaku menabung daripada generasi Z yang tidak memiliki pengetahuan keuangan yang memadai. Generasi Z yang melek finansial memiliki pemahaman yang lebih baik tentang menabung dan investasi, sehingga generasi Z yang memiliki pemahaman

finansial atau tingkat literasi keuangan yang rendah, perilaku menabung atau kemungkinan untuk menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan juga rendah.

Penelitian (Firdaus & Asandimitra, 2024) mengatakan bahwa literasi keuangan yang mencakup pemahaman detail mengenai konsep keuangan, produk keuangan, dan keterampilan pengelolaan keuangan memainkan peran penting dalam membentuk perilaku menabung yang baik pada generasi Z. Penelitian sebelumnya (Rikayanti & Listiadi, 2020) juga mengungkapkan bahwa orang-orang dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung menyadari betapa krusialnya memiliki wawasan finansial dalam mengelola keuangan saat ini maupun di waktu mendatang. Pemahaman keuangan yang baik juga berkontribusi terhadap keputusan yang lebih baik dan pada akhirnya memungkinkan tercapainya kesejahteraan hidup. Kesadaran akan pentingnya pengetahuan keuangan tersebut pada akhirnya akan membuat generasi Z melakukan kegiatan menabung dengan baik.

Hasil temuan ini sejalan dengan penelitian (Ayuningsih & Dewi, 2023), (Alshebami & Aldhyani, 2022), (Riana, 2022), dan (Widjaja et al., 2020) yang mengatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Menabung

Hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai *p value* < 0.05, maka Ha diterima dan Ho tidak diterima, sehingga penelitian ini menemukan bahwa pengaruh sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia.

Hasil statistik deskriptif juga dapat disimpulkan bahwa indikator mengenai "Media sosial telah memperkenalkan saya pada teknik atau strategi menabung baru yang sebelumnya tidak saya ketahui." merupakan indikator dengan mean terbesar daripada indikator pengaruh sosial lainya, artinya generasi Z di Indonesia merasa bahwa media sosial menjadi sumber informasi yang signifikan mengenai pengetahuan baru tentang strategi dan teknik menabung. Hasil penelitian ini juga mengatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung yang artinya informasi yang telah diberikan oleh media sosial memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku menabung. Informasi yang diberikan di media sosial dapat memotivasi generasi Z untuk menyisihkan keuangan mereka dan ditabung.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh (Mpaata et al., 2020a) bahwa pengaruh sosial dapat memotivasi individu untuk menabung. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Handayani et al., 2024) yang mengatakan bahwa individu dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan melalui media sosial agar dapat mengelola keuangan yang baik dan dapat menyisihkan keuangannya untuk ditabung. Informasi yang generasi Z dapatkan dapat melalui interaksi dengan teman atau melihat konten pada media sosial yang menyediakan informasi seputar keuangan.

Hasil dari temuan ini diperkuat oleh penelitian (Safitri & Dewa, 2022) yang mengatakan bahwa sosial media mempengaruhi generasi Z dalam mengelola keuangannya apalagi generasi Z merupakan kelompok umur yang lahir dan tumbuh pada era teknologi, sehingga mampu memanfaatkan media sosial untuk mendapatkan informasi seputar keuangan. Penelitian (Prakasha et al., 2023) juga mengatakan bahwa pengaruh sosial seperti media sosial mempengaruhi kebiasaan generasi Z untuk menabung. Pengaruh sosial seperti media sosial dapat mempengaruhi kepribadian generasi Z sendiri misalnya dalam mengelola keuangan individu, menabung dan berinvestasi untuk masa depan. Media sosial dapat berperan sebagai influencer yang mempengaruhi kebiasaan menabung generasi Z. Penelitian sebelumnya (Cabral et al., 2024) juga mengatakan bahwa media sosial merupakan tempat yang memberikan sumber informasi mengenai menabung yang berharga dan mampu mempengaruhi kebiasaan menabung generasi Z menjadi lebih positif.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu seperti (Mpaata et al., 2021), dan (Yuliarto et al., 2024) yang menyatakan bahwa pengaruh sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Menabung dengan Pengaruh Sosial sebagai Moderasi

Hasil penelitian dapat dilihat bahwa nilai p value > 0.05, maka Ha tidak diterima dan Ho diterima, sehingga penelitian ini menemukan bahwa variabel pengaruh sosial tidak mampu memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian terdahulu oleh (Mpaata et al., 2020a). Hal ini bisa terjadi karena literasi keuangan tetap mampu mempengaruhi perilaku menabung generasi Z tanpa adanya moderasi pengaruh sosial berupa media sosial. Hal tersebut disebabkan karena terdapat kemungkinan bahwa sosial media hanya sebagai alat penyebaran informasi bagi generasi Z ketimbang untuk edukasi keuangan.

Dari hasil statistik deskriptif juga dapat dilihat bahwa nilai mean indikator pengaruh sosial terkecil yaitu mengenai "mengikuti komunitas pakar yang berfokus pada tabungan di media sosial telah mempengaruhi kebiasasaan saya secara positif." yang artinya mengikuti komunitas yang berfokus dengan menabung di media sosial kurang dirasakan atau tidak sepenuhnya diterapkan oleh generasi Z, sehingga keterlibatan komunitas yang berfokus dengan menabung belum cukup kuat untuk memoderasi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung. Hal tersebut bisa saja terjadi karena informasi yang didapatkan melalui komunitas terlalu kompleks atau kurang menarik bagi generasi Z, sehingga pengaruh sosial belum cukup untuk mempengaruhi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung dimana literasi keuangan itu sendiri sudah mampu mempengaruhi perilaku menabung secara kuat dan mandiri.

Penelitian (Kenny, 2020) mengatakan bahwa literasi keuangan memiliki hubungan kuat dengan perilaku menabung, selain itu pada penelitian (Rajagukguk & Susanti, 2024) juga menjelaskan bahwa dalam memahami konten atau yang berhubungan dengan edukasi keuangan di sosial media cenderung memerlukan waktu untuk memahami isinya. Konten edukasi keuangan di media sosial perlu dibuat semenarik mungkin dan relevan dengan keseharian audience karena sifat dari konten edukasi biasanya lebih kompleks dan lebih memerlukan waktu dan usaha dari penontonya dalam memahami informasi yang diberikan, sehingga peran dari media sosial sebagai pengaruh sosial ini terbatas atau kurang untuk memoderasi atau mengubah kekuatan pengaruh literasi keuangan ke perilaku menabung.

Simpulan

Berdasarkan temuan dari penelitian yang dilaksanakan, kesimpulan yang bisa diambil dari studi ini adalah literasi keuangan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia. Generasi Z yang memiliki kemampuan mengelola keuangan dengan baik akan semakin melakukan perilaku menabung, artinya generasi Z menjadi lebih disiplin dalam mengendalikan pengeluaran yang tidak perlu dan menabung sebagian pendapatan yang mereka miliki.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pengaruh sosial terdapat pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia. Pengaruh sosial berupa media sosial mampu mempengaruhi perilaku generasi Z dalam mengelola keuangannya. Media sosial mampu memberikan informasi yang dibutuhkan oleh generasi Z seputar keuangan sehingga generasi Z mampu mengelola keuangannya dengan baik dan melakukan perilaku menabung.

Penelitian ini juga menunjukan bahwa pengaruh sosial tidak dapat memoderasi pengaruh literasi keuangan pada perilaku menabung generasi Z di Indonesia. Hasil penelitian ini juga menjelaskan bahwa keterlibatan generasi Z pada komunitas menabung di media sosial yang memberikan informasi kurang dirasakan oleh generasi Z, sehingga peran pengaruh sosial berupa media sosial ini terbatas untuk mempengaruhi pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung generasi Z di Indonesia yang sudah kuat. Faktor ini terjadi karena informasi yang diberikan oleh komunitas terlalu kompleks atau kurang menarik bagi generasi Z.

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

Studi ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pihak pemerintah dalam memperbaiki kebiasaan menabung serta pemahaman finansial masyarakat. Penelitian ini terdapat sejumlah batasan, seperti terbatasnya jumlah responden yang diperoleh, hal ini dapat mempengaruhi tingkat hubungan antar hipotesis, oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan jumlah responden yang lebih maksimal. Selain itu disarankan untuk mengeksplorasi peran media sosial sebagai variabel moderasi dalam konteks lain atau dengan pengaruh sosial lain seperti tingkat pendidikan (Kohar, 2022) atau pendapatan (Asfia et al., 2024) serta menambah variabel lain mengingat masih kurangnya pengaruh variabel independen pada penelitian ini (Puspitaningrum et al., 2025).

Daftar Pustaka

Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku Keuangan Generasi Z berdasarkan Literasi Keuangan, Efikasi Diri, dan Gender. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBis)*, *2*(2). https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836

Alshebami, A. S., & Aldhyani, T. H. H. (2022). The Interplay of Social Influence, Financial Literacy, and Saving Behaviour among Saudi Youth and the Moderating Effect of Self-Control. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(14). https://doi.org/10.3390/su14148780

Amin, S., Dunn, A. G., & Laranjo, L. (2020). Social Influence in the Uptake and Use of Electronic Cigarettes: A Systematic Review. In *American Journal of Preventive Medicine* (Vol. 58, Issue 1). https://doi.org/10.1016/j.amepre.2019.08.023

Asfia, A., Supramono, S., & Lestari, R. I. (2024). Efek Pendapatan sebagai Moderasi Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Manajemen Keuangan. *Kinerja*, *6*(01). https://doi.org/10.34005/kinerja.v6i01.3401

Ayuningsih, D. L., & Dewi, A. A. (2023). Analysis of Social Influence, Financial Literacy, and Saving Behaviour on Students in Bandung City Using Self-Control As a Moderation Variable. *Jurnal Ekonomi*, *12*(03).

Bougie, R., & Sekaran, U. (2020). *Research Methods for Business. A Skill Building Approach.* (8th ed.). John Wiley & Sons, Ltd.

Cabral, D., Ravikumar, D., Naga Sundar Rao, V. A., Cedro, T. L., Anthony Fernando, G., & Lecturer, S. (2024). *Decoding Digital Dilemma: Exploring The Social Media Influence On Emerging Adults' Financial Literacy* (Vol. 12). www.ijcrt.org

Candy, C. & Vira,V. (2024). *Financial Behavior As Key Factors Affecting Indonesian Gen-Z Entrepreneurial Intention*. International Journal of Applied Business Research, Vol 20, No. 2.

Damanik, D., Panjaitan, P. D., Purba, F., Damanik, P., Nababan, M., Amri, S. B., & Manik, J. K. (2024). Sosialisasi Edukasi Menabung Sejak Dini di SDN 124404 Kelurahan Simarito Kota Pematangsiantar. *Jurnal Nusantara Berbakti*, *2*(2), 33–41. https://doi.org/10.59024/jnb.v2i2.417

Duryadi. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Issue 1).

Firdaus, E. M., & Asandimitra, N. (2024). Understanding Factors Influencing Gen Z Saving Behavior in Surabaya: Moderating Each with Attitude Toward Saving. *International Journal of Multicultural and Multireligious*. https://doi.org/10.18415/ijmmu.v11i9.6039

Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 untuk Penelitian Empiris*. Yoga Pratama.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.

Handayani, D., Solihat, A. N., & Sartika, H. (2024). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Social Influence terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Rantau (Survei pada Mahasiswa Universitas Siliwangi Asal Jabodetabek)* (Vol. 2, Issue 1). Elektronik.

Kenny. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung pada Mahasiswa di Kota Batam. *Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology*, *1*(1).

Kohar, M. A. (2022). Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan dan Sikap Menabung Pengaruhnya Terhadap Perencanaan Dana Pensiun Melalui Variabel Moderasi Tingkat Pendidikan. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, *19*(2). https://doi.org/10.30651/blc.v19i2.11175

Lie, S., Astuti, D., & Malelak, M. I. (2023). The Effect of Financial Literacy and Demographics on the Saving Behavior of the Millennial Generation. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, *3*(2). https://doi.org/10.9744/ijfis.3.2.110-118

Lupikawaty, M., Fadila, D., Zainal Ridho, S. L., Angguna, W. M., Nurcahaya, C., & Fadhil, S. M. (2024). Moderation of Self-Control on The Relationship of Financial Literacy and Saving Behavior in Women. *Atestasi : Jurnal Ilmiah Akuntansi*, *7*(2), 963–972. https://doi.org/10.57178/atestasi.v7i2.805

Mpaata, E., Koskei, N., & Saina, E. (2020a). Financial Literacy and Saving Behavior among Micro and Small Enterprise Owners in Kampala, Uganda : The Moderating Role of Social Influence. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies (JEFAS)*, *2*(1).

Mpaata, E., Koskei, N., & Saina, E. (2020b). Social Influence And Savings Behavior: Evidence From A Developing Country Context. *SEISENSE Journal of Management*, *3*(4), 56–67. https://doi.org/10.33215/sjom.v3i4.396

Mpaata, E., Saina, E., & Koskei, N. (2021). Does Self-Control Moderate the Relationship between Social Influence and Savings Behavior among Small Business Owners? *SEISENSE Business Review*, *1*(2), 32–47. https://doi.org/10.33215/sbr.v1i2.583

Peiris, T. U. I. (2021). Effect of Financial Literacy on Individual Savings Behavior; the Mediation Role of Intention to Saving. *European Journal of Business and Management Research*, *6*(5). https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.5.1064

Prakasha, G. S., Shruti, J., Jestin, J., Mathai, S., & Thirumalesha, S. (2023). Effect of social influence on the saving behaviour of freelancing undergraduate students, mediated by financial literacy and self-control. *Kontakt*, *25*(4). https://doi.org/10.32725/kont.2023.042

Pramudita, D. P. D. (2021). Entrepreneurship Self-Efficacy, Attitudes towards Entrepreneurship, and Student's Entrepreneurship Interest. *Airlangga Journal of Innovation Management*, *2*(1). https://doi.org/10.20473/ajim.v2i1.26541

Puspitaningrum, Y., Wahyudin, A., & Pujiati, A. (2025). Determinan Perilaku Menabung dengan Perilaku Konsumtif sebagai Moderasi. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, *5*(1), 2809–476. https://doi.org/10.47709/jpsk.v5i01.5449

Rajagukguk, R. J., & Susanti, E. (2024). Peranan Sosial Media dalam Mengedukasi Generasi Muda Mengenai Literasi Keuangan untuk Membangun Kebiasaan Menabung. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, *10*(2), 415. https://doi.org/10.32884/ideas.v10i2.1717

Rantika, N. S., Setyowibowo, F., & Octoria, D. (2024). Pengaruh Social Influence dan Self Control terhadap Perilaku Menabung Dimediasi Literasi Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS. *Journal on Education*, *06*(03), 17830–17839.

Razak, A., & Ishwara, P. (2022). Effectiveness of Financial Literacy on the Saving Behavior of Rural Women. *EPRA International Journal of Environmental Economics, Commerce and Educational Management*. https://doi.org/10.36713/epra11975

Riana, D. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Saving Behaviour (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kelas Reguler B Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, *10*(1). https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i1.1401

Rikayanti, V. R., & Listiadi, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Manajemen Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, *8*(3). https://doi.org/10.26740/jpak.v8n3.p29-36

Safitri, L. A., & Dewa, C. B. (2022). Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z. *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, *5*(2). https://doi.org/10.24269/asset.v5i2.6030

Shintawati, M. P. D., & Budidarma, I. G. A. M. (2023). The Effect Of Income And Financial Literacy On Investment Decisions With Financial Behavior As An Intervening Variable. *International Journal of Science and Society*, *5*(5). https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i5.864

Sihombing, P. R., Arsani, A. M., Oktaviani, M., Wijaya, L., Nugraheni, R., & Muhammad, I. (2024). *Aplikasi SmartPLS 4.0 untuk Statistisi Pemula.* .

Siti, K., Prabowo, H., & Indriasari, I. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung dengan Pengendalian Diri sebagai Variabel Intervening di Kalangan Mahasiswa. *MENAWAN : Jurnal Riset Dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, *2*(4), 234–242. https://doi.org/10.61132/menawan.v2i4.725

Sudargini, Y. (2021). Peran Supervisi Akademik dan Motivasi Kerja Terhadap Peningkatan kompetensi Guru SMA Negeri di Pati. *Journal of Industrial Engineering & Management …*, *2*(6).

Sulistiyani, T., Setyawan, R. R., & Salampessy, A. P. (2024). *Dampak Literasi Keuangan terhadap Sikap Menabung dengan Self-Control sebagai Variabel Mediasi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan*.

Tannia, Siratan, E. D., Jeffri, Elim, R. A. K., & Filadelfia, D. G. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Ketertarikan Untuk Berinvestasi, Persepsi Risiko, Dan Kesadaran Berinvestasi Terhadap Keputusan Investasi Masyarakat Di Wilayah Timur Indonesia. *Jurnal Ekonomi &I LmuSosial*.

Tannia, T., Wijaya, A., Wonda, V., Faujian, A. Z., & Vebrin, E. (2022). the Effect of Financial Literature and Big Five Personality Trait on Investment Intention on Millenials in Pandemic Era. *Proceeding of International Conference on Entrepreneurship (IConEnt)*, *2*(February).

Tarisha, A., Ardi, K. H., Fatkhurrahman, I. N., & Margaretha, F. (2021). Financial Literacy on Saving Behavior in MSMEs with Social Influence as an Intervening Variable. In *Oktober* (Vol. 5, Issue 2).

Widjaja, I., Arifin, A. Z., & Setini, M. (2020). The effects of financial literacy and subjective norms on saving behavior. *Management Science Letters*, *10*(15). https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.030

Wijanarko, A. H., Sulastri, S., & ... (2022). The Factors that Influence Saving Behaviour of Student at State Polytechnic of Sriwijaya. *… International Research and …*.

Wijaya, A. (2019). *Metode Penelitian Menggunakan SMARTPLS 03*. Innosain.

Yasa, W., Upadana, A., & Trisna Herawati, N. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan dan Perilaku Keuangan terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, *10*(2).

Yuliarto, T., Inayah, S. N., & Sugiyarti, G. (2024). The Influence of Financial Attitude and Social Influence on Saving Behavior with Financial Literacy as an Intervening Variable. *Saudi Journal of Economics and Finance*, *8*(01), 14–23. https://doi.org/10.36348/sjef.2024.v08i01.003

Referensi Artikel Online

Katadata Insight Center. (2021). Diambil kembali dari Survei Perilaku Keuangan Generasi Z: https://kic.katadata.co.id/insights/33/survei-perilaku-keuangan-generasi-z

KumparanBisnis. (2024). Diambil kembali dari Literasi Keuangan Gen Z Paling Rendah, Banyak yang Terjerumus Pinjol: https://m-kumparan-com.cdn.ampproject.org/v/s/m.kumparan.com/amp/kumparanbisnis/ojk-literasi-keuangan-gen-z-paling-rendah-banyak-yang-terjerumus-pinjol-23FkveSGLpB?amp_gsa=1&amp_js_v=a9

Maarif. (2021). *finan.detik.com*. Diambil kembali dari Menabung dan Investasi, Ini Perbedaan dan Untung-Ruginya: https://finance.detik.com/perencanaan-keuangan/d-5698493/menabung-dan-investasi-ini-perbedaan-dan-untung-ruginya

Metro TV News. (2024). Diambil kembali dari Survei: Gen Z Lebih Sedikit Menabung: https://www.metrotvnews.com/read/KRXC5D29-survei-gen-z-lebih-sedikit-menabung

Otoritas Jasa Keuangan. (2022). Diambil kembali dari Infografis Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022: https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx

Rainer, P. (2023). *data.goodstats.id*. Diambil kembali dari Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z: https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv

Rusilowati, P. R. (2022). *Direktorat Jenderal Kekayaan Negara Kementrian Keuangan*. Diambil kembali dari Yuk Nabung untuk Masa Depan Terjamin!: https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bandung/baca-artikel/15265/Yuk-Nabung-untuk-Masa-Depan-Terjamin.

Vol. 21 (No. 1): 83 - 98. Th. 2025
p-ISSN: 1907-0896
e-ISSN: 2598-6775

Salbiah, N. A. (2021). *Jawapos.com*. Diambil kembali dari Mayoritas Anak Muda Boros dan Susah Menabung: https://www.jawapos.com/lifestyle/01323825/survei-mayoritas-anak-muda-boros-dan-susah-menabung

Setiawan, S. R. (2024). *Kompas.com*. Diambil kembali dari Gen Z, Begini Cara Menabung dari Gaji Bulanan: https://money.kompas.com/read/2024/08/25/114100526/gen-z-begini-cara-menabung-dari-gaji-bulanan?page=all#google_vignette

Tempo.com. (2024). Diambil kembali dari Alasan Gen Z Sulit Menabung, Benarkah karena Bergantung pada Paylater?: https://www.tempo.co/ekonomi/alasan-gen-z-sulit-menabung-benarkah-karena-bergantung-pada-paylater--89533