

BAB III

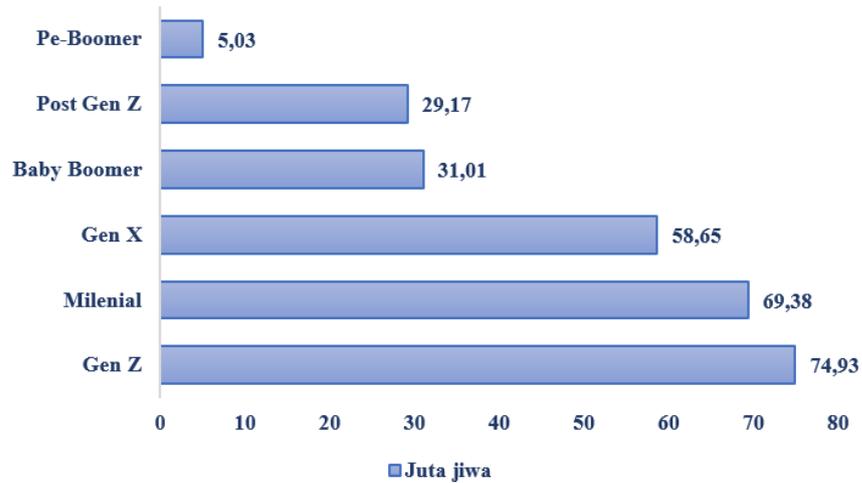
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior* terhadap *risk-taking propensity* Generasi Z dan Generasi Milenial yang menggunakan pengguna *Paylater*. Maka, objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Z dan Generasi Milenial pengguna *Paylater*.

3.1.1 Generasi Z

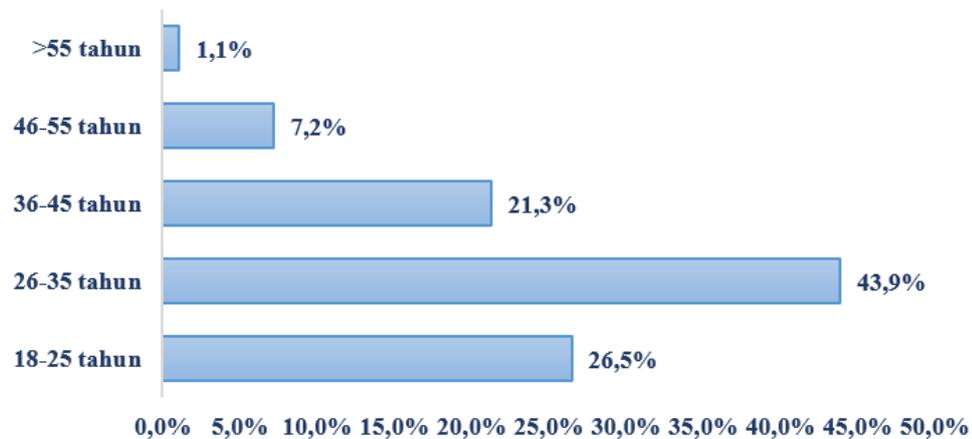
Generasi Z merupakan sekelompok individu yang lahir pada tahun 1997 hingga tahun 2012 (Rainer, 2023). Generasi Z dikenal juga dengan iGeneration, Generasi net atau Generasi *internet*. Hal ini dikarenakan, sejak kecil Generasi Z telah mengenal teknologi yang maju. Generasi Z mampu melakukan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan teknologi dalam satu waktu, seperti *browsing* menggunakan *smartphone*, bermain *games* di PC, dan mendengarkan musik dengan *headset* (Wijoyo et al., 2020). Dalam Sitepu & Fadila (2024), Generasi Z dikaitkan dengan Generasi digital, dikarenakan Generasi ini sangat bergantung dengan teknologi. *Internet* memiliki pengaruh besar terhadap Generasi Z, yang membentuk cara berpikir, berkomunikasi, berinteraksi, dan mendapatkan informasi dalam dunia sosial.



Gambar 3. 1 Jumlah Penduduk Indonesia Berdasarkan Kelompok Umur

Sumber : GoodStats (2023)

Pada Gambar 3.1, dapat diketahui bahwa Generasi Z telah mendominasi penduduk Indonesia dengan persentase 27,94% atau sekitar 74,93 juta jiwa. Dalam Wijoyo et al (2020), Generasi Z memiliki beberapa karakteristik, yaitu fasih dalam teknologi yang berdampak pada kemudahan dalam mendapatkan informasi yang akurat untuk kepentingannya, lebih intens berinteraksi melalui sosial media, cenderung toleran dengan perbedaan yang ada, *multitasking*, cepat beradaptasi, cenderung labil, dan senang berbagi. Karena lahir dengan perkembangan teknologi, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk menginginkan segala sesuatu dengan serba instan, sehingga kurangnya ambisi dalam mencapai sesuatu. Generasi Z menyukai suasana kerja yang fleksibel dan lebih terbuka dengan berbagai inovasi dan ide baru.



Gambar 3. 2 Jumlah Pengguna Paylater di Indonesia menurut Kelompok Usia (2023)

Sumber : Databoks (2023)

Pada Gambar 3.2, dapat diketahui bahwa Generasi Z merupakan kelompok masyarakat dengan penggunaan *Paylater* terbanyak setelah Generasi Milenial, yaitu sebesar 26,5%. Dalam membeli suatu produk, Generasi Z tidak membeli berdasarkan kebutuhannya, melainkan Generasi Z membeli suatu produk berdasarkan keinginannya (Sutarno & Purwanto, 2022). Hal tersebut menyebabkan sifat konsumtif tumbuh dalam diri Generasi Z yang tidak memikirkan dengan cermat sebelum membeli suatu produk. Dalam Marpaung & Rahma (2023) dinyatakan bahwa Generasi Z dapat dikatakan lebih konsumtif dibandingkan generasi sebelumnya karena dipicu oleh tekanan untuk mengikuti suatu *trend*. Dengan kata lain, Generasi Z selalu melakukan suatu hal atau menggunakan suatu barang yang sedang *trendy* di lingkungan sekitarnya. Dalam hasil survei Financial Fitness Index (FFI) 2024 yang telah dirilis oleh OCBC, dapat diketahui bahwa 80% Generasi Z mengeluarkan uangnya untuk mengikuti gaya hidup lingkungan sekitarnya. Persentase tersebut meningkat dibandingkan tahun 2023 sebesar 73% (IDX Channel, 2024). Generasi Z bertindak lebih konsumtif dibandingkan generasi sebelumnya karena Generasi Z belum memiliki tekanan dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari ataupun pemenuhan kebutuhan rumah tangga. Sedangkan, umumnya umur Generasi Milenial merupakan umur individu

yang sudah berkeluarga, sehingga harus bijak dalam mengendalikan dirinya untuk tidak bersikap konsumtif. Lalu, Generasi X minim kemungkinan untuk bertindak konsumtif karena sudah memiliki tanggungan, seperti biaya sekolah anak dan biaya kebutuhan rumah tangga lainnya. Selain itu, berdasarkan data pada Katadata Insight Center dan Zigi, dinyatakan bahwa Generasi Z memiliki pendapatan yang kecil dibandingkan dengan Generasi lainnya. Karena keinginannya yang tinggi dan pendapatannya yang masih tergolong kecil, Generasi Z memanfaatkan *Paylater* untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itulah, peneliti memilih Generasi Z sebagai objek penelitian.

3.1.2 Generasi Milenial

Generasi Milenial atau Generasi Y merupakan sekelompok individu yang lahir pada tahun 1981 hingga tahun 1996 (Rainer, 2023). Generasi Milenial memiliki keunikan dibandingkan Generasi X, yaitu Generasi Milenial sudah mulai memiliki kesadaran akan penggunaan teknologi yang mempengaruhi cara berpikir dan tingkah laku individu. Perubahan Generasi Milenial ini diawali dari perkembangan teknologi digital yang semakin modern (Arif, 2021).

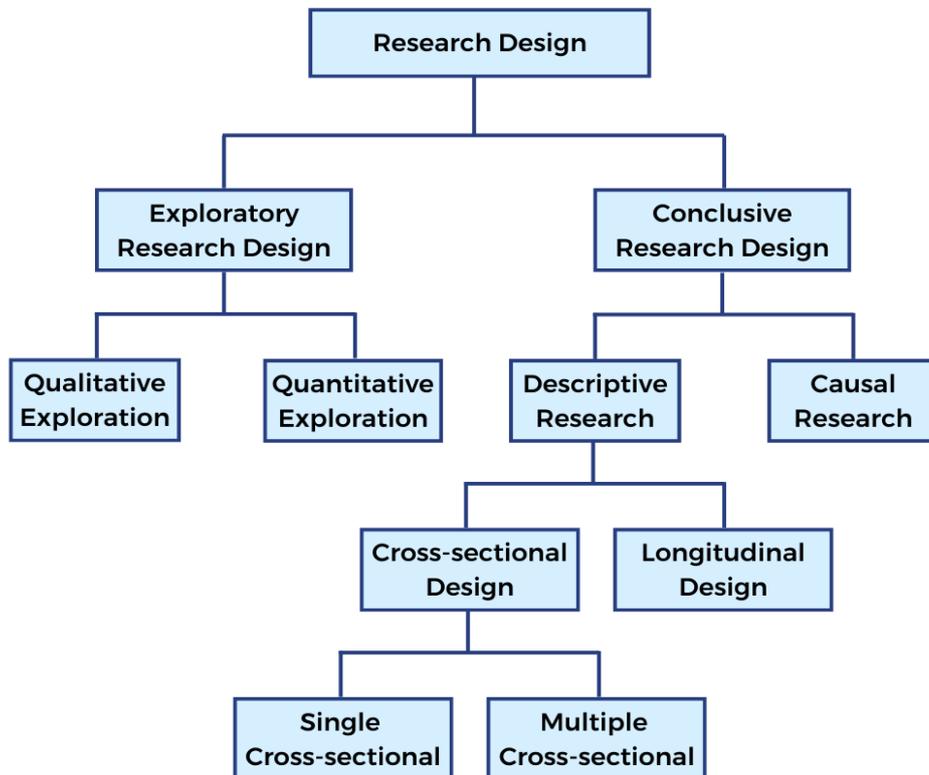
Badan Pusat Statistik telah merilis data statistik penduduk Indonesia berdasarkan kelompok umur. Seperti yang tertera pada gambar 3.1, dapat diketahui bahwa Generasi Milenial merupakan penduduk dominan kedua setelah Generasi Z, yaitu sebesar 25,87% atau sekitar 69,38 juta jiwa. Dalam Wijoyo et al (2020), Generasi Milenial memiliki beberapa karakteristik, yaitu optimis, idealis, senang dalam kelompok, tumbuh kembang diiringi dengan perkembangan teknologi, dan mulai mencari pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya, serta mudah merasa bosan dengan situasi yang terjadi. Pola pikir Generasi Milenial cenderung idealis, yang memiliki arti jika terdapat aturan yang tidak sesuai, maka Generasi Milenial tidak akan ragu untuk meninggalkannya. Generasi Milenial sangat menyukai tantangan, serta selalu bekerja keras agar mendapatkan hasil yang maksimal. Generasi ini tidak akan

ragu untuk bekerja diluar jam kerja, asalkan hasil kerja yang dilakukan dapat memuaskan hatinya, serta tidak menutup dirinya dari kritik.

Pada Gambar 3.2 merupakan hasil survei yang dilakukan oleh Kredivo dan Katadata Insight Center. Hasil survei tersebut menunjukkan, pengguna *Paylater* pada tahun 2023 didominasi oleh kelompok umur 36-45 tahun yang termasuk ke dalam golongan Generasi Milenial dengan persentase sebesar 43,9%. Mayoritas dari Generasi Milenial merupakan individu yang telah memasuki usia produkti, sehingga telah memiliki pendapatannya sendiri untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi, terkadang biaya hidup yang diperlukan melebihi pendapatannya. Hal ini dikarenakan, fase umur Milenial telah memasuki kehidupan rumah tangga, sehingga perlu penyesuaian dengan bertambahnya tanggung jawab keuangan dan kebutuhan yang harus dipenuhi. Dengan adanya *Paylater*, Generasi Milenial dapat memenuhi kebutuhan hidupnya, meskipun sedang berada dalam situasi keterbatasan keuangan (Dwiwansi et al., 2023). Oleh sebab itulah, peneliti memilih Generasi Milenial sebagai objek penelitian.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan suatu skema atau kerangka dalam cara mengumpulkan, mengukur, dan menganalisis data (Umar, 2018:6). Menurut Sekaran (2017:109), desain penelitian merupakan sebuah rencana dalam mengumpulkan, mengukur dan menganalisis data berlandaskan pertanyaan-pertanyaan pada penelitian dan studi. Desain penelitian membantu peneliti dalam mengevaluasi alokasi sumber daya yang diperlukan serta merancang rencana kerja yang terorganisir, sehingga hubungan antar variabel dapat tersusun secara sistematis dan menyeluruh. Dengan begitu, hasil penelitian yang dilakukan, mampu menjawab pertanyaan penelitian dengan tepat.



Gambar 3. 3 Desain Penelitian

Sumber : Malhotra (2020)

Menurut Malhotra (2020), terdapat dua jenis dalam desain penelitian, yaitu *exploratory research design* dan *conclusive research design*.

3.2.1. Exploratory Research Design

Exploratory Research Design merupakan desain penelitian yang diterapkan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman terhadap suatu fenomena yang sedang terjadi. Desain penelitian ini biasanya digunakan untuk meneliti suatu objek yang sukar untuk diukur, dengan pendekatan yang fleksibel, tidak terorganisir, serta dapat berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Kemudian, temuan dan pengetahuan yang diperoleh dari penelitian eksploratif dapat diverifikasi atau diukur lebih lanjut. Pada umumnya, desain penelitian ini tidak melibatkan sampel dalam jumlah yang besar, serta data yang yang diperoleh dapat dianalisis secara kualitatif maupun kuantitatif. Apabila menggunakan jenis desain penelitian ini,

peneliti diharuskan dapat merumuskan masalah, mengembangkan hipotesis, serta menjelaskan karakteristik dari suatu kelompok yang relevan dengan variabel yang digunakan. Kemudian, peneliti diharuskan untuk dapat menetapkan persepsi terhadap karakteristik suatu objek penelitian dan menentukan sejauh mana suatu variabel dapat dihubungkan. Penggunaan desain penelitian ini dapat menggunakan metode, yaitu *pilot survey*, *expert survey*, wawancara, data sekunder, dan *unstructured observations*.

3.2.2. Conclusive Research Design

Conclusive Research Design merupakan desain penelitian yang diterapkan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dan mengukur hubungan antara variabel-variabel yang digunakan. Desain penelitian ini memiliki sifat yang formal dan sistematis dengan informasi yang terbatas dan telah ditentukan sebelumnya dan analisisnya dilakukan secara kuantitatif. Desain penelitian ini dapat membantu peneliti dalam menentukan keputusan yang tepat dalam suatu situasi serta memastikan bahwa keputusan tersebut konsisten dengan hasil. Penggunaan desain penelitian ini dapat menggunakan metode, yaitu data sekunder, eksperimen, *survey*, *database*, *panels*, dan *structured observations*. Terdapat dua jenis *Conclusive Research Design*, yaitu *Descriptive Research* dan *Causal Research*.

a. Descriptive Research

Descriptive Research merupakan suatu desain penelitian yang mendeskripsikan setiap variabel yang digunakan secara rinci dan menguraikan hubungan sebab akibat antar variabel. Pada desain penelitian ini, peneliti diharuskan dapat menjelaskan masalah secara rinci agar hasil penelitian yang bermanfaat, menjelaskan hubungan antar variabel dan menghasilkan kesimpulan yang jelas. Desain penelitian ini, menggunakan pertanyaan atau pernyataan dan hipotesis yang spesifik serta membutuhkan sampel dalam jumlah yang besar untuk mewakili populasi secara akurat. *Descriptive research* memiliki

dua metode dalam mengumpulkan data, yaitu *Cross sectional design* yang merupakan metode pengambilan data hanya satu kali dalam suatu periode. Kemudian, *Longitudinal design* yang merupakan metode pengambilan data secara berulang dalam suatu periode.

b. Causal Research

Causal research merupakan suatu desain penelitian yang menguji hubungan sebab akibat antar variabel yang digunakan. Desain penelitian ini bertujuan untuk memastikan adanya hubungan antara variabel dengan variabel lainnya serta apakah variabel tersebut mampu mempengaruhi variabel lainnya. Pengujian hubungan sebab akibat tersebut akan digunakan dalam membuat kesimpulan berdasarkan hasil yang didapatkan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian *conclusive research design* dengan klasifikasi *descriptive design* dengan jenis *Multiple Cross-sectional*. Hal ini dikarenakan, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior* terhadap *risk taking propensity* pada Generasi Z dan Generasi Milenial. Penggunaan *Multiple Cross-sectional*, dikarenakan peneliti melakukan penelitian terhadap dua kelompok yang berbeda yaitu Generasi Z dan Generasi Milenial. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, yaitu penyebaran survey secara *online* kepada responden dan responden perlu menjawab dengan memberikan penilaian terhadap skala *likert* antara satu yang menggambarkan sangat tidak setuju hingga lima yang menggambarkan sangat setuju.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono dalam penelitian Jasmalinda (2021) menyatakan bahwa populasi merujuk pada generalisasi wilayah yang terdiri dari suatu objek dengan karakteristik tertentu. Populasi merupakan sekumpulan elemen yang akan diteliti dan memiliki karakteristik sejenis, meliputi

individu dalam suatu kelompok, peristiwa, atau objek yang menjadi fokus penelitian. Terdapat dua pembagian populasi, yaitu populasi tidak terhingga dan populasi terhingga (Handayani, 2020). Populasi pada penelitian ini adalah penduduk provinsi Banten dan DKI Jakarta yang pernah menggunakan *Paylater*.

3.3.2 Sampel

Sugiyono dalam penelitian Jasmalinda (2021) berpendapat bahwa sampel merupakan sebagian dari jumlah serta karakteristik dari populasi yang telah ditetapkan. Tujuan dari pengambilan sampel adalah untuk memberikan hasil dengan memilih beberapa objek dalam populasi yang dapat mewakili seluruh populasi. Dalam Malhotra (2020), terdapat beberapa proses yang perlu dilakukan untuk menentukan sampel.

1) Target Populasi

Target populasi merupakan Kumpulan suatu objek penelitian yang memiliki informasi penting yang dibutuhkan peneliti dalam penelitiannya. Terdapat empat bagian dalam target populasi, yaitu:

a. *Element*

Element merupakan objek yang memiliki informasi yang dibutuhkan oleh peneliti, yang sering dikenal sebagai responden. Pada penelitian ini, responden yang digunakan adalah responden yang pernah menggunakan pembayaran *Paylater*.

b. *Sampling Unit*

Sampling unit merupakan unit yang terdiri dari beberapa elemen dengan karakteristik yang sesuai dan tepat untuk dijadikan sampel. Pada penelitian ini, *sampling unit* yang digunakan, yaitu:

- (1) Responden memiliki rentang usia yang termasuk dalam Generasi Z (12-27 tahun) dan Generasi Milenial (28-43 tahun)
- (2) Responden pernah menggunakan pembayaran *Paylater*

c. *Extent*

Extent merupakan batasan wilayah geografis yang ditentukan peneliti sebagai area untuk mengumpulkan data dan sampel. Pada penelitian ini, peneliti menetapkan batasan geografis, yaitu provinsi Banten dan Provinsi DKI Jakarta.

d. *Time Frame*

Time frame merupakan rentang waktu yang dibutuhkan penelitian untuk menyusun penelitiannya, dimulai dari mengidentifikasi masalah hingga menyusun kesimpulan. Penelitian ini membutuhkan waktu sekitar tiga bulan yang terhitung sejak akhir Agustus 2024 hingga Akhir November 2024. Rentang waktu yang dibutuhkan dalam proses pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner dilakukan pada akhir Oktober 2024.

2) *Sampling Frame*

Sampling frame merupakan perwakilan dari populasi yang ditargetkan dan berisi tentang daftar panduan dalam mengidentifikasi populasi yang ditargetkan. Pada penelitian ini, tidak menggunakan *sampling frame* karena ketiadaan jumlah pasti dari pengguna *Paylater*.

3) *Sampling Techniques*

Sampling techniques merupakan suatu teknik yang dapat diterapkan peneliti untuk menetapkan cara pengambilan sampel dari populasi yang sedang diteliti. Dalam *sampling techniques*, terdapat dua jenis, yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

a. Probability Sampling

Probability sampling merupakan suatu metode dalam pengambilan sampel di mana setiap elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Dengan kata lain, pemilihan sampel dapat dilakukan dengan bebas dan memilih beberapa objek dalam populasi untuk dijadikan sampel. *Probability sampling* meliputi *simple random sampling*, *systematic sampling*, *stratified sampling*, dan *cluster sampling*.

Simple random sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel di mana setiap sampel dalam populasi memiliki probabilitas yang diketahui dan setara serta pemilihan sampel dilakukan secara independen dan acak berdasarkan kerangka *sampling*. Kemudian, *systematic sampling* merupakan teknik pengambilan sampel di mana titik awal pemilihan sampel ditentukan secara acak, kemudian sampel tersebut dipilih secara berurutan dari kerangka *sampling*. Lalu, *stratified sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam dua tahapan, yaitu pertama peneliti membagi suatu populasi besar menjadi sub populasi, kemudian peneliti memilih sampel secara acak dari setiap sub populasi tersebut. Kemudian, *cluster sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam dua tahapan, yaitu target populasi dibagi menjadi sub populasi yang eksklusif dan mencakup keseluruhan yang disebut sebagai cluster, kemudian peneliti memilih sampel secara acak dari cluster tersebut menggunakan teknik *simple random sampling*.

b. Non-probability Sampling

Non-probability sampling merupakan suatu metode dalam pengambilan sampel yang bergantung pada penilaian subjektifitas peneliti dibandingkan mengikuti prosedur tertentu. *Non-*

probability sampling meliputi *convenience sampling*, *judgemental sampling*, *quota sampling*, dan *snowball sampling*.

Convenience sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang menggunakan objek yang secara kebetulan berada di area tempat penelitian dan pemilihan sampelnya diserahkan kepada peneliti sepenuhnya. Teknik *convenience sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang paling minim biaya dan hanya membutuhkan waktu yang singkat, tetapi sampel yang didapatkan tidak dapat diasumsikan sebagai representasi dari suatu populasi. Kemudian, *judgemental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang melibatkan pemilihan objek populasi yang dilakukan dengan sengaja berdasarkan penilaian peneliti. Teknik *judgemental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan biaya yang rendah, hanya memakan waktu yang singkat dan mudah dilakukan, tetapi sampel yang didapatkan tidak dapat diasumsikan sebagai representasi dari suatu populasi. Hal ini dikarenakan populasi penelitian tidak dapat didefinisikan secara jelas. *Judgemental sampling* memiliki sifat yang subjektif serta bergantung pada pengalaman, keahlian, penilaian dan kreativitas peneliti.

Lalu, *quota sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dalam dua tahapan, yaitu mengembangkan kategori kuota objek populasi, seperti usia dan jenis kelamin. Setelah itu, memilih sampling dengan *convenience sampling* atau *judgmental sampling*. Teknik *quota sampling* dapat dikatakan teknik pengambilan sampel yang menggunakan biaya tergolong rendah, tetapi memiliki potensi adanya bias karena penggunaan *convenience sampling* atau *judgmental sampling*. Kemudian, *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampling dengan cara memilih responden awal secara acak, kemudian

responden selanjutnya dipilih berdasarkan informasi dari responden pertama. *Snowball sampling* memiliki keuntungan berupa peningkatan peluang untuk menemukan karakteristik populasi yang sesuai serta teknik ini memiliki biaya yang relatif rendah.

Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Hal ini dikarenakan, objek dari penelitian ini tidak memiliki ketersediaan data yang akurat serta responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, teknik *non-probability sampling* yang digunakan adalah *judgemental sampling* dengan pemilihan responden menggunakan metode *screening* responden yang memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh peneliti.

4) *Sample Size*

Sample size merupakan jumlah sampel yang mewakili komponen populasi dan memastikan bahwa jumlah sampel memadai dalam mengisi kuesioner. Penelitian ini menggunakan rumus Slovin dalam menentukan *sample size*. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang harus mewakili populasi, sehingga hasil penelitiannya dapat digeneralisasi serta perhitungannya juga tidak memerlukan tabel. Berikut merupakan rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah Responden

N : Jumlah Populasi

e : Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam kesalahan pengambilan sampel

Terdapat ketentuan dalam rumus Slovin, yaitu:

Nilai e : 10% untuk populasi dengan jumlah besar

Nilai e : 20% untuk populasi dengan jumlah kecil

Berikut merupakan perhitungan rumus Slovin untuk *sample size* pada penelitian ini. Data yang digunakan adalah data penduduk tahun 2023. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, yang telah dikalkulasikan oleh peneliti, didapatkan bahwa pada Provinsi Banten, penduduk yang tergolong Generasi Z tercatat sebanyak 4.081.650 jiwa dan penduduk yang tergolong Generasi Milenial sebanyak 2.980.240 jiwa. Sedangkan, pada provinsi DKI Jakarta, penduduk yang tergolong Generasi Z tercatat sebanyak 3.299.144 jiwa dan penduduk yang tergolong Generasi Milenial sebanyak 2.569.880 jiwa

a. Generasi Z

Banten : 4.081.650 ; Jakarta: 3.299.144 ; Total = 7.389.794

$$n = N / (1 + Ne^2) =$$

$$n = 7.389.794 / (1 + (7.389.794 (0,1^2)))$$

$$n = 7.389.794 / 73.809$$

n = 100 responden

b. Generasi Milenial

Banten : 2.980.240 ; Jakarta : 2.569.880 ; Total = 5.550.120

$$n = N / (1 + Ne^2) =$$

$$n = 5.550.120 / (1 + (5.550.120(0,1^2)))$$

$$n = 5.550.120 / 55.502$$

n = 100 responden

Berdasarkan penjabaran yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mengambil sampel dari penduduk yang berada di provinsi Banten dan DKI Jakarta dengan rentang usia yang tergolong Generasi Z (12-27 tahun) dan Generasi Milenial (28-43 tahun) dan pernah menggunakan *Paylater* sebagai metode pembayaran. Penelitian ini mengharuskan pengumpulan responden, minimal 100 responden untuk Generasi Z dan 100 responden untuk Generasi Milenial yang telah melewati *screening*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Periode Penelitian

Proses penelitian ini membutuhkan waktu kurang lebih selama tiga bulan, yang dimulai dari akhir Agustus 2024 hingga akhir November 2024. Langkah pertama yang dilakukan oleh peneliti adalah mencari fenomena yang akan diteliti. Kemudian peneliti melakukan pencarian jurnal utama yang sesuai dengan fenomena sebagai acuan dalam penelitian penelitian. Lalu, peneliti melakukan pencarian data dan informasi yang menjadi pendukung dalam penelitian. Kemudian, peneliti membuat tabel operasional variabel beserta indikator untuk pertanyaan kuesioner, melakukan pembuatan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan dalam penelitian. Setelah seluruh data dan informasi berhasil dikumpulkan, peneliti melakukan olah data dan menganalisis hasil olah data serta informasi yang tersedia. Terakhir, peneliti membentuk simpulan dan saran dari penelitian ini.

3.4.2 Data Penelitian

Dalam Malhotra (2020), terdapat dua jenis data penelitian, yaitu:

1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara mandiri oleh peneliti untuk menjawab permasalahan atau fenomena yang ingin diselesaikan peneliti. Data primer lebih membutuhkan banyak waktu dalam pengumpulannya. Dalam cara pengumpulan data, data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, penyebaran survei, ataupun melakukan wawancara.

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang dikumpulkan oleh peneliti melalui beberapa sumber tertentu berdasarkan hasil data yang dikumpulkan oleh orang lain sebelumnya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Dalam cara pengumpulan data, data sekunder didapatkan melalui penelitian terdahulu, buku, literatur, jurnal, ataupun statistik.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab permasalahan yang terdapat pada penelitian. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner yang dilakukan melalui *Google Form*. Penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online* melalui media WhatsApp, Line, Instagram, Twitter dan LinkedIn. Untuk pengukuran setiap indikator pada kuesioner, dilakukan menggunakan skala *likert* 1-5. Skala *likert* merupakan skala penilaian yang digunakan, di mana responden diharuskan menunjukkan tingkat persetujuan atau ketidaksetujuannya dengan serangkaian pernyataan terkait variabel penelitian. Jawaban responden dikelompokkan menjadi tujuh kategori, yaitu angka (1) Sangat Tidak Setuju ; (2) Tidak Setuju ; (3) Netral ; (4) Setuju ; (5) Sangat Setuju. Selain data primer, peneliti juga menggunakan data

sekunder yang berasal dari buku, jurnal dan statistik yang didapatkan melalui pencarian *online*. Data sekunder ini digunakan untuk membantu peneliti membangun latar belakang dan dapat membantu peneliti untuk memperkuat penelitian ini.

3.4.3 Prosedur Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, terdapat beberapa tahapan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Peneliti mencari tahu dan mengenali permasalahan serta fenomena yang akan diteliti.
2. Peneliti melakukan pemilihan terhadap objek yang akan diteliti.
3. Peneliti mengumpulkan data sekunder sebagai pendukung yang berbentuk data dan informasi terkait variabel yang diteliti serta objek yang diteliti melalui buku, jurnal, maupun artikel.
4. Peneliti membuat daftar pernyataan pada kuesioner menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh responden.
5. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden sebagai *pre-test* untuk menguji validitas dan reliabilitas data. Pengujian validitas dan reliabilitas data ini menggunakan *software* SPSS.
6. Peneliti melakukan penyebaran kuesioner sesuai dengan ketentuan jumlah responden menurut rumus Slovin, sehingga peneliti memerlukan minimal 100 responden Generasi Z dan 100 responden Generasi Milenial.
7. Peneliti melakukan olah data dan pengujian hipotesis berdasarkan data yang telah diperoleh menggunakan *software* SmartPLS 4.

3.4.4 Variabel Penelitian

Dalam pengembangan hipotesis penelitian, peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen.

1) Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel yang nilainya dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada nilai variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *financial knowledge*, *financial attitude* dan *financial behavior* (Malhotra, 2020).

2) Variabel Dependen

Variabel Dependen merupakan variabel yang tidak dapat berdiri sendiri dan bergantung pada nilai variabel lain. Pada penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *risk taking propensity* (Malhotra, 2020).

3.5 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan empat variabel, yaitu *financial knowledge*, *financial attitude*, *financial behavior*, dan *risk taking propensity*. Dalam melakukan pengukuran, peneliti menggunakan skala *likert* 1 hingga 5. Di mana angka (1) merepresentasikan responden sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut dan angka (5) merepresentasikan responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Berikut merupakan tabel definisi operasional variabel yang digunakan:

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel

No.	Variabel	Jurnal Referensi	Definisi	Kode	Indikator	Pertanyaan Kuesioner	Skala
1.	Financial Knowledge	Molina-García et al (2023)	Pemahaman dan penguasaan seorang individu mengenai konsep finansial yang mencakup	FK01	Pemahaman dalam penyusunan anggaran.	Saya mengetahui cara menyusun rencana anggaran. Parham et al (2022)	Skala Likert 1-5
				FK02	Pemahaman akan manfaat	Saya mengetahui manfaat dari	

			mengatur dan mengelola risiko keuangan untuk mencapai keputusan keuangan yang rasional dan efektif (Hanasri, 2023).		dalam Menyusun anggaran.	menyusun rencana anggaran. Parham et al (2022)	
				FK03	Pemahaman tentang instrument investasi.	Saya mengetahui cara berinvestasi pada instrument investasi yang ada (seperti saham, reksa dana, dan deposito). Parham et al (2022)	
				FK04	Pemahaman tentang risiko investasi.	Saya mengetahui risiko dalam melakukan investasi. Parham et al (2022)	
				FK05	Pemahaman tentang konsep diversifikasi.	Saya mengetahui manfaat diversifikasi dalam berinvestasi. Parham et al (2022)	
2.	Financial Attitude	Molina-García et al (2023)	Suatu persepsi seorang individu terkait keuangan dari aspek psikologi yang ditinjau dari kemampuan dalam melakukan pengelolaan pengeluaran	FA01	Preferensi gaya hidup dan sikap terhadap masa depan.	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk hidup nyaman dibandingkan menabung untuk masa depan. Molina-García et al (2023)	Skala Likert 1-5
				FA02	Preferensi kebutuhan sekarang.	Saya cenderung menikmati kesenangan saat ini	

			keuangan, membuat rencana dan anggaran keuangan, serta pengambilan keputusan terkait keuangan yang tepat (Nisa et al., 2020)			tanpa memikirkan masa depan. Molina-García et al (2023)	
				FA03	Penggunaan uang untuk kepuasan jangka pendek.	Uang yang saya miliki bertujuan untuk dibelanjakan. Molina-García et al (2023)	
				FA04	Kepercayaan pada sistem keamanan pembayaran yang aman.	Saya percaya bahwa belanja <i>online</i> itu aman dan terdapat proses keamanan yang ketat sehingga mampu mencegah pencurian data. Molina-García et al (2023)	
3.	Financial Behaviour	Molina-García et al (2023)	Sebuah perilaku yang dimiliki seorang individu terkait dengan keuangan yang mencakup mengelola dan merencanakan keuangan dengan tepat, serta memiliki sikap yang bijak	FB01	Merencanakan pengeluaran dengan matang.	Saya selalu mempertimbangkan dengan cermat sebelum membeli sesuatu. Molina-García et al (2023)	Skala Likert 1-5
				FB02	Kemampuan dalam membayar tagihan.	Saya selalu membayar tagihan tepat waktu. Molina-García et al (2023)	

			terhadap keuangannya (Yulianingrum et al., 2021)	FB03	Perencanaan dan evaluasi anggaran keuangan.	Saya selalu memperhatikan pengeluaran saya. Molina-García et al (2023)	
				FB04	Penetapan jangka panjang dalam mengatur keuangan.	Saya menetapkan tujuan keuangan jangka panjang dan berusaha mencapainya. Molina-García et al (2023)	
4.	Risk Taking Propensity	Molina-García et al (2023)	Sikap seorang individu yang cenderung mengambil atau menghindari risiko dalam suatu situasi yang berpotensi menguntungkan dan merugikan dengan ukuran yang sama besar (Farida, 2019)	RTP01	Pengambilan keputusan yang rasional.	Saya selalu mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dalam membuat keputusan. Kusmintarti (2016)	Skala Likert 1-5
				RTP02	Bertanggung jawab terhadap hasil keputusan.	Saya selalu mempertimbangkan keuntungan dan kerugian dalam membuat keputusan. Kusmintarti (2016)	
				RTP03	Bertanggung jawab atas konsekuensi yang terjadi.	Saya berani mengambil risiko akibat dari Tindakan yang saya lakukan. Kusmintarti (2016)	

				RTP04	Penetapan tingkat risiko sesuai pencapaian.	Saya berani mengambil risiko berdasarkan tingkat pencapaian. Kusmintarti (2016)	
--	--	--	--	-------	---	--	--

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam mengumpulkan data penelitian, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi klasifikasi yang ditetapkan yaitu responden yang berusia 12-27 tahun yang termasuk ke dalam Generasi Z dan responden yang berusia 28-43 tahun yang termasuk ke dalam Generasi Milenial di Provinsi Banten dan DKI Jakarta serta pernah menggunakan *Paylater*. Pada penelitian ini, terdapat dua *software* yang digunakan dalam pengolahan data, yaitu *software* IBM SPSS 25 yang digunakan untuk mengolah data *pre-test* dan *software* Smart PLS 4 yang digunakan untuk mengolah data *main test*.

3.6.1 Uji Data Pre-Test

Pada penelitian ini, pengolahan data dilakukan menggunakan *software* SPSS dengan pengambilan sampel sebanyak 30 responden. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana alat pengukur mampu merepresentasikan objek dalam populasi atau fenomena yang diteliti (Malhotra, 2020). Menurut Malhotra (2020), dalam pengolahan data *pre test*, indikator dapat dinyatakan valid apabila telah memenuhi persyaratan pengujian validitas, yaitu pengujian *Kaiser Meyer-Olkin (KMO)* yang memiliki peran untuk menguji kelayakan analisis faktor. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam KMO adalah indikator dapat dinyatakan valid jika nilai KMO > 0,5. Kemudian, pengujian *Bartlett's Test of Sphericity* yang memiliki peran untuk menguji hipotesis bahwa apakah terdapat korelasi pada setiap

variabel. Variabel dapat dinyatakan memiliki pengaruh dengan variabel lain dan proses analisis faktor dapat dilanjutkan jika menunjukkan nilai $< 0,05$. Lalu, pengujian *Anti-Image Correlation Matrix* memiliki peran untuk menentukan variabel yang layak diuji dalam analisis faktor. Variabel dinyatakan layak, apabila nilai *Anti-Image Correlation* diagonal dengan kode huruf (a) menunjukkan nilai $> 0,5$. Terakhir, pengujian *Factor Loadings of Component Matrix* yang memiliki peran untuk mengetahui korelasi antara variabel dengan model penelitian. Indikator dapat dinyatakan valid, apabila nilai *factor loadings* nya $> 0,5$ dengan nilai ideal 0,7.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat menghasilkan hasil yang konsisten apabila diukur berulang kali (Malhotra, 2020). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban yang diberikan responden melalui kuesioner yang disebar. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$ (Hair et al., 2021)

3.6.2 Analisis Data Penelitian

Dalam mengolah data *main test*, peneliti menggunakan *software* SmartPLS 4 dengan metode analisis data yaitu *Structural Equation Model - Multigroup Analysis* (SEM-MGA). Menurut Hair et al (2017) yang dikutip dalam (Kristianto, 2023), *Structural Equation Model* merupakan metode analisis data multivariat yang melibatkan penggunaan statistik dan evaluasi pada berbagai variabel yang berkaitan dengan individu, institusi, perusahaan, situasi, dan lainnya. Data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Metode PLS-SEM sangat tepat digunakan, karena metode PLS-SEM mampu

mengukur sampel yang relatif kecil dengan tingkat statistik yang tinggi (Handayani et al., 2023). Uji statistik pada penelitian ini dilakukan dengan analisis *multigroup* yang bertujuan untuk membandingkan kecenderungan pengambilan risiko yang dilakukan oleh Generasi Z dan Generasi Milenial. Analisis MGA memiliki tujuan untuk menganalisis perbedaan yang signifikan dari berbagai hubungan variabel diantara kedua kelompok yang diteliti.

3.6.2.1 Analisis Evaluasi pada *Measurement Model (Outer Model)*

Measurement outer model merupakan pengujian yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan antara indikator-indikator dengan variabel latennya (Yuhana & Utomo, 2024). Terdapat dua pengujian dalam pengukuran *outer model*, yaitu:

1) Uji Validitas

Menurut Malhotra (2020), uji validitas merupakan suatu pengujian dengan tujuan untuk mengukur sejauh mana sebuah pengukuran mampu merepresentasikan objek dalam populasi atau fenomena yang diteliti. Pengukuran tersebut dapat dinyatakan valid, hanya jika alat pengukur tersebut mampu merepresentasikan fenomena yang diteliti. Semakin tinggi nilai pengujian validitasnya, maka semakin akurat penelitian tersebut. Terdapat dua kriteria dalam mengevaluasi uji validitas dalam *outer model*, yaitu:

a) Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan pengujian dalam validitas yang mengukur sejauh mana suatu nilai memiliki korelasi positif dengan ukuran lain dari konstruk yang sama (Malhotra, 2020). Variabel dapat dinyatakan memiliki validitas konvergen yang baik, jika variabel tersebut memiliki nilai *outer loading* > 0,7 dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* > 0,5 (Hair et al., 2021).

b) Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan merupakan pengujian dalam validitas yang mengukur sejauh mana suatu ukuran tidak memiliki korelasi dengan konstruk lainnya (Malhotra, 2020). Variabel dapat dinyatakan memiliki validitas diskriminan yang baik, jika variabel tersebut memiliki nilai *cross loading* dari *outer loading* yang lebih besar dibandingkan *outer loading* lainnya dan variabel tersebut memenuhi *Fornell and Larcker's Criterion* di mana nilai indikator pada suatu konstruk harus lebih besar dibandingkan nilai korelasinya (Pathak & Yadav, 2022).

2) Uji Reliabilitas

Menurut Malhotra (2020), uji reliabilitas merupakan suatu pengujian dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu pengukuran dapat memberikan hasil yang konsisten apabila dilakukan pengukuran berulang kali. Terdapat dua kriteria dalam mengevaluasi uji reliabilitas dalam *outer model*, yaitu suatu variabel dikatakan reliabel, apabila variabel tersebut memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,7$ dan nilai *composite reliability* $> 0,7$ (Hair et al., 2021).

3.6.2.2 Analisis Evaluasi pada *Structural Model (Inner Model)*

Structural inner model merupakan pengujian yang dilakukan untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten yang didasarkan pada teori substantif (Yuhana & Utomo, 2024). Untuk mengevaluasi uji *inner model*, dapat dilihat melalui nilai *R-Square*. Nilai *R-Square* menunjukkan seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel serta mengukur kekuatan prediksi dari *structural model*. Terdapat beberapa kriteria pada nilai *R-Square*, yaitu: nilai *R-Square* $> 0,75$ melambangkan model kuat, nilai *R-Square* $> 0,50$ melambangkan model moderat dan nilai *R-Square* $> 0,25$ melambangkan model lemah (Amiruddien et al., 2021).

3.7 Uji Hipotesis

Pada penelitian ini, hipotesis diuji dengan menggunakan *software* SmartPLS 4. Aryawinata (2022), menyatakan model teori yang dikembangkan, tidak dapat dinyatakan valid apabila hanya didukung oleh model *fit* yang baik saja. Peneliti diharuskan untuk meninjau parameter yang menunjukkan hipotesis tertentu. Oleh karena itu, suatu model teoritis dapat dinyatakan valid apabila memenuhi kriteria berikut.

1. *T-Statistic*

T-Statistic merupakan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria nilai *t-statistic* yang harus dipenuhi adalah nilai *t-statistic* harus lebih besar ($>$) dari 1,64 untuk *one-tailed* dan nilai *t-statistic* harus lebih besar ($>$) dari 1,96 untuk *two-tailed* (Kristianto, 2023).

2. *P-Value*

P-Value merupakan pengujian hipotesis dengan tujuan untuk mengetahui variabel yang satu terhadap variabel lainnya dapat berpengaruh secara signifikan atau tidak. Hipotesis variabel dapat dinyatakan signifikan apabila nilai *p-value* lebih kecil sama dengan (\leq) 0,05 (Kristianto, 2023).