

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

Objek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Indonesia yang sedang menempuh pendidikan tinggi di berbagai perguruan tinggi negeri maupun swasta. Generasi Z dalam penelitian ini didefinisikan sebagai individu dalam rentang usia 16 hingga 28 tahun, yang saat ini mendominasi komposisi penduduk di Indonesia. Kelompok usia ini merupakan fase transisi penting menuju kedewasaan dan kemandirian finansial, di mana individu mulai sering berhadapan dengan keputusan-keputusan keuangan seperti mengelola uang bulanan, menentukan prioritas pengeluaran, hingga membangun kebiasaan menabung.

Pemilihan Gen Z sebagai objek penelitian dilakukan bukan hanya karena mereka merupakan kelompok usia dengan tingkat adopsi teknologi tertinggi, tetapi juga karena berbagai penelitian menunjukkan bahwa generasi ini menghadapi tantangan finansial yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Tantangan tersebut mencakup tekanan gaya hidup, tingginya paparan media sosial, perilaku konsumsi impulsif, serta tingkat literasi keuangan yang masih bervariasi. Kondisi ini menjadikan mereka populasi yang sangat menarik untuk diteliti, terutama dalam konteks bagaimana pengaruh orang tua, teman sebaya, pendidikan keuangan, kontrol diri, dan literasi keuangan membentuk perilaku menabung mereka.

##### **3.1.1 Karakteristik Gen Z di Indonesia**

Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang sangat adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memiliki tingkat penggunaan internet yang tinggi. Sebagian besar aktivitas mereka, seperti berkomunikasi, bekerja, berbelanja, hingga mengelola keuangan, dilakukan melalui perangkat digital. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang cepat dan dinamis, dengan akses luas terhadap berbagai sumber informasi, termasuk informasi keuangan yang

diperoleh melalui media sosial, financial influencer, dan aplikasi layanan keuangan digital.

Namun, di balik keunggulan tersebut, berbagai temuan menunjukkan bahwa kondisi dan stabilitas keuangan Generasi Z masih relatif rentan. Generasi ini cenderung memiliki gaya hidup konsumtif, ekspektasi hidup yang tinggi, serta kecenderungan mengutamakan kebutuhan jangka pendek dibandingkan perencanaan keuangan jangka panjang. Pada fase transisi menuju kemandirian finansial, banyak individu Generasi Z mulai mengelola pendapatan atau sumber keuangan secara mandiri, namun belum sepenuhnya memiliki kemampuan pengelolaan keuangan yang optimal. Kombinasi antara intensitas penggunaan teknologi, kuatnya pengaruh lingkungan sosial, serta meningkatnya tuntutan finansial menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang relevan untuk diteliti dalam konteks perilaku menabung dan literasi keuangan.

### **3.1.2 Fenomena Perilaku Menabung pada Generasi Z**

Berbagai survei dan laporan menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki kecenderungan menabung yang masih rendah. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Jakpat dan dilaporkan oleh GoodStats, sekitar 28% Gen Z di Indonesia mengaku tidak menyisihkan uang sama sekali untuk tabungan, meskipun tahu bahwa menabung penting untuk stabilitas finansial. Studi “Factors Influencing Gen Z *Saving behavior* in Surabaya” menunjukkan bahwa lebih dari 56,6% Gen Z menabung secara tidak teratur atau bahkan tidak menabung sama sekali, meskipun mereka telah memiliki akses luas terhadap layanan keuangan digital.

Fenomena lain yang muncul adalah tren "soft saving", di mana banyak Gen Z lebih memilih untuk "menabung" dalam bentuk pengalaman, pengembangan diri, atau aset non-finansial, dibandingkan menabung dalam bentuk uang tunai. Pola ini dipengaruhi oleh aspirasi hidup yang

dipromosikan media sosial serta nilai prioritas yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Selain itu, paparan terhadap influencer digital dan platform media sosial menciptakan dorongan perilaku konsumtif. FOMO (fear of missing out), keinginan untuk mengikuti tren, serta dorongan gaya hidup yang lebih tinggi daripada kapasitas finansial menyebabkan sebagian besar Gen Z mengalami kesulitan menyisihkan uang untuk tabungan jangka panjang. Hal ini menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih dalam terkait faktor psikologis, sosial, dan edukatif yang memengaruhi kebiasaan menabung mereka.

### **3.1.3 Alasan Pemilihan Gen Z sebagai Objek Penelitian**

Gen Z dipilih sebagai objek penelitian karena mereka merupakan kelompok yang sangat dinamis dalam hal perilaku finansial. Pada fase ini, mereka telah mulai terlibat dalam pengambilan keputusan finansial namun masih sangat dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan teman sebaya. Peran orang tua dalam memberikan edukasi keuangan dini, kebiasaan orang tua dalam mengelola keuangan, serta diskusi terkait uang masih menjadi faktor penting dalam pembentukan literasi keuangan generasi Z.

Selain itu, teman sebaya memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan Gen Z. Teman sebaya sering kali menjadi rujukan dalam hal penggunaan aplikasi finansial, investasi digital, atau keputusan konsumtif lainnya. Lingkungan sosial kampus juga menyediakan berbagai peluang dan tekanan finansial yang dapat memengaruhi kebiasaan menabung generasi Z.

Pendidikan keuangan, baik yang diperoleh dari pendidikan formal maupun sumber informal, juga menjadi faktor krusial yang membentuk pemahaman Gen Z tentang pengelolaan keuangan. Dalam banyak kasus, Gen Z mendapatkan pengetahuan keuangan pertama mereka bukan dari

pendidikan formal, melainkan dari media sosial, influencer finansial, atau pengalaman pribadi. Karena itu, Gen Z merupakan kelompok ideal untuk meneliti bagaimana berbagai faktor sosial, psikologis, dan edukatif membentuk perilaku menabung mereka.

#### **3.1.4 Pengumpulan Data**

Penelitian ini dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner secara online melalui *Google Form*. Pendekatan *online* dipilih karena memudahkan peneliti menjangkau responden Generasi Z secara lebih efisien sesuai dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan selama periode 25 September 2025 hingga 18 November 2025. Dalam rentang waktu tersebut, berhasil dikumpulkan sebanyak 220 responden yang memenuhi kriteria usia Generasi Z (16–28 tahun) dan berdomisili di wilayah Jabodetabek, sehingga layak digunakan dalam proses analisis penelitian.

### **3.2 Desain Penelitian**

Menurut Creswell dan Creswell (2023), desain penelitian merupakan rencana atau prosedur yang digunakan peneliti untuk mengatur langkah-langkah penelitian, mulai dari asumsi dasar hingga metode pengumpulan dan analisis data. Desain penelitian berfungsi sebagai panduan agar penelitian dapat dilaksanakan secara sistematis, terarah, dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Malhotra et al. (2020) juga menjelaskan bahwa desain penelitian merupakan kerangka kerja yang menyediakan prosedur yang diperlukan untuk memperoleh informasi yang relevan bagi penyelesaian masalah penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan peneliti mengukur variabel secara numerik dan menganalisis hubungan antarvariabel menggunakan teknik statistik. Desain survei digunakan karena penelitian ini melibatkan pengumpulan data dari Generasi Z melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan secara *online*. Survei juga efektif untuk memperoleh

data dalam jumlah besar dari responden yang tersebar di berbagai perguruan tinggi di Indonesia.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian explanatory research, yaitu penelitian yang bertujuan menjelaskan hubungan antarvariabel berdasarkan teori dan data empiris (Creswell & Creswell, 2023). Melalui desain ini, peneliti berupaya menjelaskan bagaimana pengaruh orang tua, pengaruh teman sebaya, pendidikan keuangan, kontrol diri, dan literasi keuangan berkaitan dengan perilaku menabung Generasi Z. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel yang diadaptasi dari penelitian Mabkhot dan Talat (2023), sehingga pengukuran variabel dapat dilakukan secara konsisten dan sesuai dengan penelitian terdahulu.

### **3.2.1 Jenis Desain Penelitian**

Malhotra et al. (2020) mengklasifikasikan desain penelitian menjadi dua jenis utama, yaitu Exploratory Research Design dan Conclusive Research Design. Kedua jenis desain ini memiliki tujuan, karakteristik, serta metode pengumpulan data yang berbeda sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Exploratory Research Design merupakan desain penelitian yang bertujuan memberikan pemahaman awal mengenai suatu fenomena atau masalah yang belum jelas. Desain ini digunakan ketika peneliti membutuhkan gambaran umum sebelum merumuskan masalah secara lebih spesifik. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian eksploratori memiliki karakteristik informasi yang belum terdefinisi dengan baik, proses penelitian yang fleksibel dan tidak terstruktur, ukuran sampel yang kecil, serta penggunaan data primer yang bersifat kualitatif. Metode yang sering digunakan dalam penelitian eksploratori meliputi wawancara mendalam, pilot survey, studi kasus, dan diskusi kelompok terarah.

Sementara itu, Conclusive Research Design merupakan desain penelitian yang bertujuan menghasilkan kesimpulan yang lebih terstruktur

dan digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan. Desain ini digunakan ketika peneliti ingin menguji hipotesis atau menganalisis hubungan antarvariabel secara lebih formal. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian konklusif memiliki karakteristik informasi yang jelas, sampel yang lebih besar dan representatif, serta penggunaan data kuantitatif. Conclusive Research terbagi menjadi dua jenis, yaitu Descriptive Research dan Causal Research, dimana masing-masing dapat menggunakan metode survei maupun eksperimen dalam pengumpulan datanya.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Conclusive Research Design, karena tujuan penelitian adalah menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen yang telah ditetapkan dalam model penelitian. Desain ini membantu peneliti menghasilkan temuan empiris yang dapat dijadikan dasar dalam memahami pengaruh *parental influence*, *peer influence*, *financial education*, *self-control*, dan *Financial literacy* terhadap *financial saving behavior* Generasi Z di Indonesia.

### **3.2.2 Jenis Riset pada *Conclusive Research Design***

Dalam Conclusive Research Design, Malhotra et al. (2020) mengelompokkan jenis riset menjadi dua kategori, yaitu Descriptive Research dan Causal Research. Kedua jenis riset ini digunakan ketika peneliti membutuhkan hasil yang lebih terstruktur, terukur, dan dapat mendukung proses pengambilan keputusan berdasarkan data empiris. Penjelasan masing-masing jenis riset adalah sebagai berikut.

#### **1. Descriptive Research**

Descriptive Research merupakan jenis riset yang bertujuan memberikan gambaran secara sistematis mengenai karakteristik suatu fenomena atau kelompok tertentu. Menurut Malhotra et al. (2020), riset deskriptif umumnya digunakan untuk beberapa tujuan, seperti: (1) mendeskripsikan karakteristik kelompok dalam populasi; (2)

memperkirakan persentase populasi yang menunjukkan perilaku atau respons tertentu; (3) memahami persepsi masyarakat terhadap suatu objek; (4) mengidentifikasi hubungan atau asosiasi antarvariabel; dan (5) membuat prediksi berdasarkan pola data. Karakter utama dari Descriptive Research adalah proses penelitian yang telah dirancang dengan jelas, terstruktur, serta memiliki hipotesis yang sudah dirumuskan sebelumnya. Metode pengumpulan data yang digunakan biasanya adalah survei, observasi terstruktur, atau panel data yang bersifat kuantitatif (Malhotra et al., 2020).

Dalam Descriptive Research, terdapat dua prosedur yang dapat digunakan dalam pengumpulan data, yaitu Cross-Sectional Design dan Longitudinal Design (Malhotra et al., 2020).

#### A. Cross-Sectional Design

Cross-Sectional Design merupakan prosedur pengumpulan data dari satu atau beberapa kelompok responden pada satu waktu tertentu. Desain ini terbagi menjadi dua, yaitu Single Cross-Sectional Design dan Multiple Cross-Sectional Design. Single Cross-Sectional Design mengumpulkan informasi dari satu kelompok responden hanya satu kali. Sedangkan Multiple Cross-Sectional Design mengumpulkan data dari lebih dari satu kelompok responden, namun tetap dilakukan satu kali untuk setiap kelompok.

#### B. Longitudinal Design

Longitudinal Design merupakan prosedur pengumpulan data dari kelompok responden yang sama pada beberapa titik waktu. Tujuannya untuk melihat perubahan perilaku atau respons responden secara periodik. Berbeda dengan desain cross-sectional yang hanya menggambarkan kondisi pada satu waktu tertentu,



longitudinal memberikan gambaran perubahan responden dari waktu ke waktu.

## 2. Causal Research

Causal Research adalah jenis riset yang digunakan untuk memberikan bukti hubungan sebab-akibat antara variabel. Menurut Malhotra et al. (2020), penelitian kausal digunakan untuk: (1) mengidentifikasi variabel yang menjadi penyebab dan variabel yang dipengaruhi; serta (2) menentukan sifat hubungan sebab-akibat tersebut. Causal Research umumnya melibatkan manipulasi variabel independen dan kontrol terhadap variabel lain untuk melihat pengaruhnya terhadap variabel dependen secara langsung. Pengumpulan data pada penelitian kausal biasanya menggunakan eksperimen, baik eksperimen lapangan maupun eksperimen laboratorium.

Berdasarkan pengelompokan desain penelitian menurut Malhotra et al. (2020), penelitian ini termasuk dalam Conclusive Research dengan jenis riset Descriptive Research. Pemilihan jenis riset ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yang ingin menguji hubungan antarvariabel, seperti pengaruh *parental influence*, *peer influence*, *financial education*, *self-control*, dan *Financial literacy* terhadap *financial saving behavior* Generasi Z di Indonesia. Riset ini berfokus pada pemahaman hubungan variabel secara empiris tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel tertentu, sehingga penelitian deskriptif menjadi pilihan yang paling tepat.

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan Cross-Sectional Design pada tipe Single Cross-Sectional Design, yaitu pengumpulan data dari satu kelompok sampel Generasi Z yang dilakukan satu kali selama periode penelitian. Desain ini sesuai dengan karakteristik penelitian survei yang bertujuan memperoleh gambaran kondisi responden pada satu titik waktu ketika kuesioner disebar.



### 3.3 Data Penelitian

Malhotra et al. (2020) membagi data penelitian menjadi dua jenis utama, yaitu primary data dan secondary data. Kedua jenis data ini memiliki karakteristik, sumber, dan tujuan penggunaan yang berbeda dalam proses penelitian.

Primary data adalah data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti dari responden untuk tujuan khusus penelitian yang sedang dilakukan. Data primer biasanya dikumpulkan melalui metode seperti wawancara, observasi, eksperimen, maupun survei. Kelebihan primary data adalah kesesuaiannya dengan kebutuhan penelitian serta tingkat relevansi yang tinggi terhadap variabel yang diteliti, karena data dikumpulkan secara langsung sesuai desain penelitian yang telah ditetapkan (Malhotra et al., 2020).

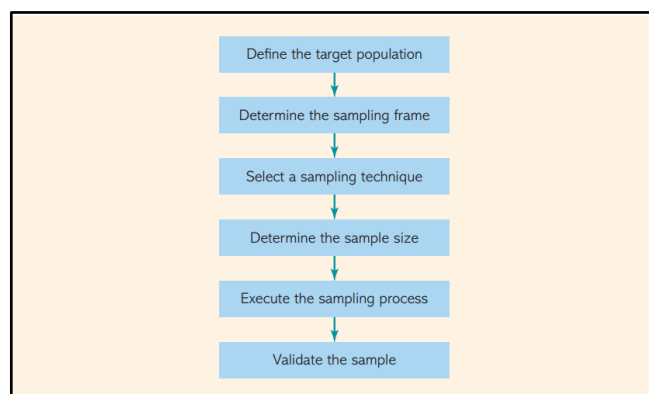
Secondary data adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan berbeda dari penelitian yang sedang dilakukan. Data ini dapat berupa publikasi ilmiah, laporan lembaga, artikel jurnal, buku, laporan keuangan, sensus, ataupun sumber data lain yang telah tersedia sebelumnya. Secondary data berfungsi untuk memperkuat landasan teori, membantu memahami konteks permasalahan, serta memberikan gambaran awal sebelum pengumpulan data primer dilakukan, sehingga proses penelitian menjadi lebih jelas dan terarah (Malhotra et al., 2020).

Penelitian ini menggunakan kedua jenis data, yaitu primary data dan secondary data. Primary data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner *online* yang berisi item pernyataan untuk mengukur variabel *parental influence*, *peer influence*, *financial education*, *self-control*, *Financial literacy*, dan *financial saving behavior*. Kuesioner disebarkan kepada Generasi Z berusia 16 hingga 28 tahun yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Pengumpulan data dilakukan pada periode 25 September 2025 hingga 18 November 2025, dan menghasilkan 220 responden yang memenuhi kriteria penelitian. Kuesioner menggunakan skala Likert lima poin untuk memungkinkan pengukuran persepsi dan sikap responden secara kuantitatif.

Secondary data digunakan sebagai pendukung dalam penyusunan landasan teori, model penelitian, dan interpretasi hasil penelitian. Data sekunder yang digunakan meliputi jurnal internasional, buku teks, laporan penelitian sebelumnya terkait literasi keuangan, pengaruh sosial, perilaku menabung, serta karakteristik Generasi Z di Indonesia. Penggunaan secondary data memperkuat relevansi teori dan memastikan bahwa analisis yang dilakukan sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Sebelum melakukan proses pengumpulan data, peneliti perlu menetapkan *sampling design* atau desain pengambilan sampel. Sampling design merupakan rencana atau prosedur sistematis yang digunakan untuk menentukan sebagian anggota populasi yang dapat mewakili keseluruhan populasi penelitian (Creswell & Creswell, 2023). Pemilihan sampel yang tepat sangat penting karena hasil penelitian akan bergantung pada sejauh mana sampel tersebut mampu menggambarkan karakteristik populasi yang diteliti.



**Gambar 3. 1 Proses *Sampling Design***

Sumber : Malhotra et al. (2020)

Menurut Malhotra et al. (2020), penyusunan sampling design melibatkan serangkaian langkah yang membantu peneliti memastikan bahwa prosedur pemilihan responden dilakukan secara terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Langkah tersebut antara lain mencakup identifikasi populasi target, penentuan kerangka sampel, pemilihan teknik sampling, penetapan jumlah sampel, serta

penentuan prosedur pengumpulan data dari sampel yang telah dipilih. Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, peneliti dapat memperoleh sampel yang relevan, representatif, dan sesuai dengan kebutuhan analisis penelitian.

### **3.4.1 Populasi**

Pada langkah pertama dalam penyusunan sampling design, peneliti perlu mengidentifikasi populasi yang menjadi sasaran penelitian. Populasi merupakan keseluruhan elemen yang memiliki informasi relevan dan dibutuhkan oleh peneliti untuk menarik kesimpulan atau membuat gambaran umum terhadap fenomena yang diteliti. Elemen dalam populasi merujuk pada objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam menentukan populasi yang tepat, terdapat empat aspek yang perlu diperhatikan, yaitu elemen, sampling unit, extent (cakupan wilayah populasi), serta waktu penelitian.

Sampling unit merupakan bagian dari populasi yang berpotensi dipilih sebagai sampel dan bersedia memberikan informasi melalui instrumen pengumpulan data. Extent menggambarkan batasan geografis atau kelompok tempat populasi berada, sedangkan waktu merujuk pada periode ketika pengumpulan data dilakukan. Setelah populasi ditetapkan, peneliti idealnya menggunakan sampling frame sebagai daftar atau petunjuk yang berfungsi mengidentifikasi elemen-elemen dalam populasi. Sampling frame dapat berbentuk daftar anggota organisasi, daftar mahasiswa, data administrasi, dan sebagainya. Namun, tidak semua penelitian memiliki akses terhadap sampling frame yang lengkap.

Penelitian ini difokuskan pada responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek dengan mempertimbangkan keterbatasan akses dalam proses pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z, yaitu individu berusia 16 hingga 28 tahun. Kelompok usia ini dipilih karena berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial, di mana individu mulai belajar mengatur dan mengelola keuangan yang dimiliki dari berbagai sumber

secara mandiri untuk memenuhi kebutuhan dirinya. Kemandirian finansial merupakan karakteristik penting dalam fase *emerging adulthood* yang mencerminkan kemampuan individu untuk secara bertahap mendukung diri sendiri secara finansial, mengelola keuangan, dan mengurangi ketergantungan pada orang lain (Butterbaugh et al., 2020). Meskipun belum sepenuhnya mandiri secara finansial, pada tahap ini individu mulai dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan yang penting. Oleh karena itu, perilaku menabung menjadi isu yang relevan dan signifikan untuk dikaji pada kelompok usia ini. Penelitian ini tidak memiliki sampling frame yang spesifik karena tidak tersedia daftar lengkap Generasi Z, khususnya yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Oleh sebab itu, peneliti menggunakan pendekatan penyebaran kuesioner secara daring untuk memperoleh responden yang sesuai dengan karakteristik populasi yang telah ditetapkan.

### **3.4.2 Sampel**

Sampel adalah sebagian individu dari populasi yang dijadikan sumber data dalam suatu penelitian. Jika populasi mencakup seluruh elemen yang ingin dipahami, maka sampel merupakan kelompok yang lebih kecil tetapi dianggap dapat mewakili karakteristik populasi tersebut. Creswell dan Creswell (2023) menjelaskan bahwa sampel digunakan agar peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai populasi secara lebih praktis dan efisien. Malhotra et al. (2020) juga menyatakan bahwa data yang diperoleh dari sampel, atau disebut sebagai statistic, digunakan untuk mengestimasi parameter populasi melalui proses analisis dan pengujian hipotesis. Oleh karena itu, penentuan sampel yang tepat sangat penting agar hasil penelitian dapat menggambarkan fenomena yang diteliti secara akurat.

Dalam penelitian kuantitatif, ukuran sampel perlu ditentukan dengan pertimbangan metodologis. Hair et al. (2014) menyarankan bahwa ukuran sampel minimal adalah 100 responden. Alternatif lainnya adalah menghitung jumlah sampel berdasarkan jumlah indikator, yaitu dengan mengalikan minimal lima kali jumlah indikator penelitian. Pada penelitian ini terdapat 40

indikator pertanyaan, sehingga jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah 200 responden. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk memenuhi kebutuhan analisis statistik, termasuk pengujian hubungan antarvariabel dan pengujian mediasi dalam model penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti menentukan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, serta tidak tersedianya sampling frame berupa daftar lengkap Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Oleh karena itu, pemilihan responden dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian karakteristik responden dengan kriteria penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara *online* melalui penyebaran kuesioner, sehingga responden yang terlibat merupakan individu yang memenuhi kriteria dan bersedia mengisi kuesioner. *Pendekatan purposive sampling* ini umum digunakan dalam penelitian perilaku keuangan, khususnya ketika peneliti membutuhkan sampel yang spesifik dan relevan dengan fokus penelitian.

Kriteria sampel dalam penelitian ini disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung Generasi Z dengan financial literacy sebagai variabel mediasi. Unit sampel dalam penelitian ini adalah individu Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pria dan wanita, berusia 16-28 tahun

Rentang usia 16 hingga 28 tahun digunakan untuk merepresentasikan kelompok Generasi Z yang sedang berada pada fase transisi menuju kemandirian finansial. Pada tahap ini, individu mulai dihadapkan pada berbagai keputusan keuangan, sehingga

topik literasi keuangan dan perilaku menabung menjadi relevan untuk diteliti.

b. Berdomisili di wilayah Jabodetabek

Kriteria domisili ditetapkan untuk memperjelas cakupan wilayah penelitian dan menyesuaikan dengan keterbatasan akses dalam pengumpulan data. Responden harus berdomisili di wilayah Jabodetabek, yang meliputi Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, karena wilayah ini memiliki karakteristik perkotaan dengan tingkat aktivitas ekonomi dan pengambilan keputusan keuangan yang relatif tinggi di kalangan Generasi Z.

Dalam kuesioner, peneliti menyediakan pilihan wilayah domisili Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi, serta opsi “lainnya” untuk mengakomodasi responden dari luar wilayah tersebut. Namun, dalam tahap pembersihan data (data cleaning), hanya responden yang berdomisili di wilayah Jabodetabek yang digunakan dalam analisis, guna memastikan kesesuaian data dengan fokus wilayah penelitian.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.5.1 Periode Penelitian**

Periode penelitian ini berlangsung selama empat bulan, yaitu dari Agustus 2025 hingga November 2025. Pada bulan Agustus, peneliti memulai kegiatan penelitian dengan mengidentifikasi fenomena yang relevan dan menarik untuk dikaji. Setelah itu, peneliti menelusuri jurnal-jurnal utama yang memiliki kesesuaian dengan topik yang akan diteliti. Tahap berikutnya meliputi penyusunan latar belakang penelitian, perumusan masalah, pengumpulan teori terkait variabel penelitian, pengembangan hipotesis, serta penyusunan model penelitian. Peneliti kemudian menyusun indikator pernyataan yang diadaptasi dari Mabkhot dan Talat (2023) dan disesuaikan

dengan konteks penelitian ini, sebelum melanjutkan ke proses penyebaran kuesioner. Setelah seluruh data diperoleh, peneliti mengolah data tersebut untuk menghasilkan temuan dan menarik kesimpulan dari penelitian ini.

### **3.5.2 Data Penelitian**

Menurut Malhotra dan Birks (2006), data yang digunakan dalam suatu penelitian umumnya dibagi menjadi dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua jenis data ini memiliki fungsi yang berbeda dalam mendukung proses penelitian. Adapun penjelasan mengenai masing-masing jenis data tersebut adalah sebagai berikut:

#### **3.5.2.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan tujuan khusus untuk menjawab permasalahan penelitian. Data ini dirancang secara spesifik sesuai kebutuhan penelitian dan biasanya memerlukan waktu, tenaga, serta proses pengumpulan yang lebih panjang dibandingkan dengan data yang sudah tersedia sebelumnya. Malhotra dan Birks (2006) menjelaskan bahwa data primer dapat diperoleh melalui berbagai metode seperti survei, wawancara, atau eksperimen. Selain itu, menurut Salsabila (2022), pengumpulan data primer memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih akurat dan sesuai dengan konteks penelitian yang sedang dilakukan.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data primer. Kuesioner disusun berdasarkan 40 indikator pernyataan yang mewakili variabel financial education, peer influence, parental influence, self-control, financial literacy, dan saving behavior. Setiap pernyataan diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5, di mana angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju, 2 tidak setuju, 3 netral, 4 setuju, dan 5 sangat setuju. Kuesioner dibuat dalam bentuk formulir daring (*Google Form*) dan disebarluaskan secara online melalui berbagai platform komunikasi, seperti WhatsApp,



Instagram, TikTok, dan Line. Penggunaan kuesioner daring bertujuan untuk memudahkan peneliti menjangkau responden Generasi Z yang berdomisili di wilayah Jabodetabek serta meningkatkan efisiensi dalam proses pengumpulan data. Kuesioner ini dapat diakses melalui link berikut : <https://forms.gle/hveYdsqbrm6ckPQVA>

### **3.5.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang sudah tersedia dan digunakan untuk melengkapi serta memperkuat data primer. Menurut Malhotra dan Birks (2006), peneliti disarankan untuk menelaah data sekunder terlebih dahulu sebelum mengumpulkan data primer, karena data sekunder dapat memberikan gambaran awal mengenai topik penelitian dan membantu menentukan kebutuhan informasi tambahan. Selain itu, Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber seperti situs web, buku, laporan pemerintah, maupun publikasi ilmiah yang relevan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai sumber data sekunder yang diperoleh melalui internet, seperti jurnal nasional dan internasional, artikel ilmiah, teori-teori pendukung, serta dokumen elektronik dalam bentuk PDF. Peneliti juga meninjau grafik, bagan, dan materi visual lainnya yang berkaitan dengan literasi keuangan, perilaku menabung, dan karakteristik Generasi Z. Seluruh data sekunder tersebut digunakan untuk memperkuat landasan teori dan memberikan konteks tambahan bagi analisis data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner.

### **3.5.3 Proses Penelitian**

Proses penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang disusun secara sistematis mulai dari penentuan topik hingga penarikan kesimpulan. Tahap pertama dimulai dengan mengidentifikasi permasalahan yang relevan dan sering dijumpai di lingkungan sekitar peneliti, khususnya fenomena yang berkaitan dengan literasi keuangan dan perilaku menabung pada Generasi Z.

Setelah topik penelitian ditetapkan, peneliti melanjutkan proses dengan menelusuri jurnal utama dan publikasi ilmiah yang memiliki keterkaitan dengan permasalahan tersebut sehingga dapat dijadikan dasar serta pendukung utama dalam menyusun penelitian ini.

Tahap berikutnya adalah penyusunan latar belakang penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan konteks masalah dan memperkuat alasan dilakukannya penelitian. Pada tahap ini, peneliti juga menyusun rumusan masalah dan tujuan penelitian agar arah penelitian menjadi lebih jelas. Setelah itu, peneliti mempelajari dan mengidentifikasi variabel-variabel yang akan diteliti, mengembangkan hipotesis, serta mencari jurnal pendukung yang dapat memperkuat hubungan antarvariabel dalam model penelitian. Selanjutnya, peneliti menyusun rancangan penelitian yang meliputi penentuan populasi dan sampel, desain penelitian, serta komponen metodologi lainnya sesuai dengan fokus penelitian.

Tahap selanjutnya adalah penyusunan instrumen penelitian dalam bentuk kuesioner *online* menggunakan Google Form. Kuesioner ini terdiri dari 40 pernyataan yang mewakili seluruh variabel penelitian, serta pertanyaan penyaringan untuk memastikan responden sesuai dengan kriteria sampel, yaitu Generasi Z berusia 16 sampai 28 tahun yang berdomisili di Indonesia. Setelah kuesioner selesai disusun, peneliti mendistribusikannya melalui berbagai media sosial seperti Instagram, TikTok, Line, dan WhatsApp. Ketika jumlah responden awal mencapai 30 orang yang memenuhi kriteria, peneliti melakukan uji pre-test untuk melihat tingkat validitas dan reliabilitas instrumen dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, peneliti melanjutkan proses dengan menyebarkan kuesioner kepada lebih banyak responden sampai memperoleh sekitar 200 responden yang memenuhi kriteria screening. Data yang terkumpul kemudian diolah lebih lanjut pada tahap main test menggunakan aplikasi SmartPLS 4 untuk menguji hubungan antarvariabel

dalam model penelitian. Tahap terakhir dari proses penelitian adalah melakukan interpretasi hasil analisis, menarik kesimpulan, dan memberikan saran yang relevan berdasarkan temuan penelitian.

### **3.5.4 Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis variabel, yaitu variabel yang dipengaruhi (endogen) dan variabel yang memengaruhi (eksogen).

#### **3.5.4.1 Variabel Eksogen**

Variabel eksogen adalah variabel yang berfungsi memengaruhi variabel lain dalam model penelitian. Menurut Sugiyono (2011), variabel eksogen tidak bergantung pada variabel lain di dalam model, karena perubahan variabel ini berasal dari faktor di luar hubungan struktural yang sedang dianalisis. Dalam penelitian ini, variabel eksogen yang digunakan meliputi *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, dan *self-control*. Keempat variabel tersebut diasumsikan memberikan pengaruh terhadap variabel mediasi maupun variabel endogen dalam model penelitian.

#### **3.5.4.2 Variabel Endogen**

Variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain dalam model penelitian. Sugiyono (2011) menjelaskan bahwa variabel endogen dapat berperan sebagai variabel terikat atau bahkan menjadi variabel bebas, tergantung pada posisi variabel tersebut di dalam model struktural. Pada penelitian ini, variabel endogen terdiri dari *Financial literacy* sebagai variabel mediasi dan *saving behavior* sebagai variabel dependen utama. Kedua variabel ini dianalisis untuk melihat sejauh mana variabel eksogen memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui mekanisme mediasi.

### **3.6 Operasionalisasi Variabel**

Pada penelitian ini terdapat enam variabel yang dianalisis, yaitu *Parental influence*, *Peer influence*, *Financial education*, *Self-control*, *Financial literacy*, dan *Financial Saving behavior*. Seluruh variabel tersebut dioperasionalisasikan melalui seperangkat item pernyataan yang disusun berdasarkan indikator-indikator yang telah digunakan dalam penelitian terdahulu. Pengukuran enam variabel ini menggunakan item yang didasarkan dari hasil riset oleh Mabkhot dan Talat (2023) yang meneliti faktor sosial, edukasi keuangan, kontrol diri, dan perilaku menabung pada generasi Z. Operasionalisasi ini disusun untuk memastikan bahwa setiap variabel dapat diukur secara sistematis dan konsisten sesuai tujuan penelitian. Berikut merupakan Tabel 3.1 yang memuat definisi operasional, indikator variabel, jenis skala pengukuran, serta referensi yang digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel Penelitian**

| No | Variabel                   | Definisi Operasional   | Kode | Indikator   | Skala        | Referensi             |
|----|----------------------------|--|------|---|--------------|-----------------------|
| 1  | <i>Financial education</i> | <i>Financial education</i> adalah proses pembelajaran formal maupun informal yang memberikan pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan seperti tabungan, budgeting, dan perencanaan keuangan. Pendidikan keuangan berperan penting dalam membentuk literasi keuangan dan meningkatkan perilaku keuangan yang bertanggung jawab pada mahasiswa | X1.1 | Setelah mengetahui tentang keuangan, saya lebih teratur dalam menyisihkan uang untuk ditabung.                                  | Likert 1 - 5 | Garman et al., (1999) |
|    |                            |  | X1.2 | Pengetahuan tentang keuangan membuat saya lebih percaya diri untuk mengelola tabungan saya.                                     |              |                       |
|    |                            |  | X1.3 | Pengetahuan keuangan mendorong saya menabung dengan cara yang lebih terencana (misalnya menentukan jumlah tertentu tiap bulan). |              |                       |
|    |                            |  | X1.4 | Saya memutuskan untuk menambah jumlah uang yang   |              |                       |

|   |                           |  |      |  |              |                              |
|---|---------------------------|--|------|--|--------------|------------------------------|
|   |                           | (Mabkhot & Talat, 2023; Frisancho, 2022).  |      | saya tabung setelah mempelajari keuangan.  |              |                              |
|   |                           |  | X1.5 | Karena mengetahui tentang keuangan dan kesadaran akan kebutuhan, saya menjadi lebih rutin menabung secara konsisten.                         |              |                              |
| 2 | <i>Parental influence</i> | <i>Parental influence</i> adalah pengaruh yang diberikan orang tua dalam membentuk pemahaman, sikap, dan perilaku keuangan anak melalui arahan, komunikasi, dan contoh pengelolaan keuangan di rumah. Interaksi keuangan dalam keluarga terbukti menjadi faktor utama dalam membangun literasi keuangan dan kebiasaan menabung sejak dini pada individu muda (Shim et al., 2010; Jorgensen & Savla, 2010). | X2.1 | Orang tua saya memberi contoh yang baik dalam mengatur keuangan.   | Likert 1 - 5 | Alshebami & Aldhyani, (2022) |
|   |                           |  | X2.2 | Terkadang saya membicarakan soal keuangan dengan orang tua.  |              |                              |
|   |                           |  | X2.3 | Saya merasa terbantu ketika orang tua mengingatkan untuk mengatur keuangan dengan baik.  |              |                              |
|   |                           |  | X2.4 | Sejak kecil, saya merasa terbantu ketika orang tua menyisihkan sebagian uang saya agar saya terbiasa menabung.                               |              |                              |
|   |                           |  | X2.5 | Saya lebih memilih menggunakan tabungan pribadi karena menurut saya pengeluaran yang tidak penting tidak seharusnya dibebankan ke orang tua. |              |                              |
|   |                           |  | X2.6 | Menabung sudah menjadi kebiasaan saya karena dorongan orang  |              |                              |

|   |                       |   |      |  |              |                              |
|---|-----------------------|---|------|--|--------------|------------------------------|
|   |                       |   |      | tua sejak kecil.   |              |                              |
|   |                       |   | X2.7 | Saya menggunakan tabungan pribadi karena saya merasa tidak adil bila orang tua harus membiayai keinginan (bukan kebutuhan) saya yang sebenarnya tidak penting. |              |                              |
|   |                       |   | X2.8 | Orang tua saya sudah menanamkan kebiasaan menabung secara teratur sejak saya kecil.  |              |                              |
| 3 | <i>Peer influence</i> | <i>Peer influence</i> merujuk pada pengaruh yang berasal dari teman sebaya terhadap cara individu membuat keputusan finansial, termasuk perilaku konsumsi, penggunaan layanan keuangan digital, dan kebiasaan menabung. Teman sebaya dapat memengaruhi melalui diskusi, imitasi, maupun tekanan sosial yang muncul dalam kelompok (Banerjee & Das, 2021; Yanto et al., 2021). | X3.1 | Menurut saya, kebanyakan teman saya rutin menabung di rekening tabungan.   | Likert 1 - 5 | Alshebami & Aldhyani, (2022) |
|   |                       |   | X3.2 | Saya terkadang menanyakan <i>insight</i> kepada teman saya tentang cara mengatur keuangan.   |              |                              |
|   |                       |   | X3.3 | Saya terkadang <i>comparing</i> (membandingkan) kebiasaan menabung dan pengeluaran saya dengan teman-teman.  |              |                              |
|   |                       |   | X3.4 | Saya sering menghabiskan waktu luang bersama teman-teman.  |              |                              |
|   |                       |   | X3.5 | Saya sering ikut kegiatan bersama teman yang menambah pengeluaran saya.  |              |                              |

|   |              |   |      |   |              |                              |
|---|--------------|---|------|---|--------------|------------------------------|
| 4 | Self-control | Self-control adalah kemampuan individu dalam menahan dorongan konsumtif serta mengatur perilaku keuangan agar tetap selaras dengan tujuan jangka panjang. Individu dengan kontrol diri tinggi cenderung lebih mampu menunda kepuasan, mengendalikan pengeluaran, dan mempertahankan kebiasaan menabung (Tang et al., 2021; Wang, Chen, & Xiao, 2023). | X4.1 | Saya tidak merasa kesulitan menabung ketika ada banyak godaan atau tantangan.   | Likert 1 - 5 | Alshebami & Aldhyani, (2022) |
|   |              |   | X4.2 | Saya tidak suka membelanjakan uang untuk hal-hal yang sebenarnya kurang bermanfaat.                                     |              |                              |
|   |              |   | X4.3 | Ketika saya memegang uang <i>cash</i> , biasanya saya lebih sadar menggunakan uang tersebut.                            |              |                              |
|   |              |   | X4.4 | Saya tidak suka belanja sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu penting karena murah/lucu/hal yang sangat saya inginkan.  |              |                              |
|   |              |   | X4.5 | "Just do it" tidak mencerminkan cara saya berbelanja atau mengeluarkan uang karena saya takut menyesal jika membelinya. |              |                              |
|   |              |   | X4.6 | "Buy now, think later" tidak menggambarkan kebiasaan saya dalam belanja.  |              |                              |
|   |              |   | X4.7 | Saya tidak mudah tergoda membelanjakan uang untuk memenuhi keinginan yang sebenarnya tidak saya butuhkan.               |              |                              |
|   |              |   | X4.8 | Saya jarang kesulitan menahan diri saat   |              |                              |



|   |                                  |   |       |  |              |                              |
|---|----------------------------------|---|-------|--|--------------|------------------------------|
|   |                                  |   |       | ingin berbelanja.  |              |                              |
|   |                                  |   | X4.9  | Saya sering kali berhasil mencapai tujuan menabung yang saya buat.   |              |                              |
|   |                                  |   | X4.10 | Saya jarang mementingkan kepuasan jangka pendek daripada memikirkan akibat jangka panjang.                       |              |                              |
| 5 | <i>Financial Saving behavior</i> | <i>Financial saving behavior</i> adalah pola dan kebiasaan individu dalam menyisihkan pendapatan untuk ditabung secara konsisten guna mencapai tujuan keuangan masa depan. Perilaku menabung dipengaruhi oleh literasi keuangan, kontrol diri, pendidikan keuangan, serta faktor sosial seperti pengaruh orang tua dan teman sebaya (Alshebami & Aldhyani, 2022; Satsios & Hadjidakis, 2018). | Y.1   | Saya rutin menyisihkan uang untuk tabungan dan kebutuhan di masa depan.  | Likert 1 - 5 | Alshebami & Aldhyani, (2022) |
|   |                                  |   | Y.2   | Saat belanja saya biasanya membandingkan harga supaya lebih hemat.   |              |                              |
|   |                                  |   | Y.3   | Saya mempertimbangkan dulu apakah barang itu benar-benar perlu sebelum membeli, dengan melihat kondisi tabungan. |              |                              |
|   |                                  |   | Y.4   | Saya berusaha mengikuti anggaran bulanan yang sudah saya buat agar bisa menabung.                                |              |                              |
|   |                                  |   | Y.5   | Saya mempunyai dana darurat untuk kebutuhan tak terduga.   |              |                              |
|   |                                  |   | Y.6   | Saya membuat cara atau strategi untuk mengatur pengeluaran supaya bisa menabung.                                 |              |                              |
|   |                                  |   | Y.7   | Beberapa tabungan saya dibuat untuk  |              |                              |

|   |                           |  |     |  |              |                              |
|---|---------------------------|--|-----|--|--------------|------------------------------|
|   |                           |  |     | tujuan tertentu.   |              |                              |
|   |                           |  | Y.8 | Saya menargetkan diri untuk tetap konsisten dalam menabung setiap jangka waktu yang saya tentukan. (Misalkan minggu, bulan, atau tahun)      |              |                              |
| 6 | <i>Financial literacy</i> | <i>Financial literacy</i> adalah pemahaman mengenai konsep-konsep dasar keuangan seperti tabungan, bunga, risiko, dan perencanaan keuangan, serta kemampuan menerapkannya dalam pengambilan keputusan finansial. Literasi keuangan yang baik membuat individu lebih mampu mengelola keuangan secara efektif dan menghindari risiko perilaku finansial yang merugikan (Lusardi, Mitchell, & Curto, 2010; Alshebami & Aldhyani, 2022). | Z.1 | Saya lebih memahami tentang cara mengatur keuangan dan menabung setelah saya memiliki kewajiban dalam mengatur keuangan sendiri.             | Likert 1 - 5 | Alshebami & Aldhyani, (2022) |
|   |                           |  | Z.3 | Saya memiliki pemahaman dan gambaran yang jelas mengenai kebutuhan keuangan untuk masa mendatang.  |              |                              |
|   |                           |  | Z.4 | Saya bisa mengatur pemasukan dan pengeluaran dengan baik.  |              |                              |
|   |                           |  | Z.5 | Saya memiliki sedikit pemahaman tentang berbagai instrumen keuangan, seperti obligasi, saham, surat hutang, kontrak berjangka, dan deposito. |              |                              |
|   |                           |  | Z.6 | Saya bisa membuat anggaran/rencana keuangan harian, mingguan, atau bulanan.  |              |                              |

Sumber : Mabkhot dan Talat (2023)

### 3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel penelitian serta menilai kelayakan instrumen melalui pengujian validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) dengan metode Partial Least Squares (PLS), yang dinilai sesuai untuk menganalisis model yang melibatkan variabel laten dengan indikator reflektif (Hair et al., 2021). Analisis awal dilakukan menggunakan IBM SPSS versi 27 untuk menguji validitas dan reliabilitas awal, sedangkan analisis lanjutan mengenai model pengukuran dan model struktural dilakukan menggunakan SmartPLS 4.

Proses analisis dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu pre-test dan main test. Tahap pre-test dilakukan terlebih dahulu dengan melibatkan 31 responden untuk mengevaluasi kualitas awal instrumen penelitian. Tujuan dari tahap ini adalah memastikan bahwa setiap indikator pada variabel penelitian telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sebelum digunakan dalam pengumpulan data utama. Setelah instrumen dinyatakan layak, penelitian dilanjutkan ke tahap main test, di mana analisis dilakukan menggunakan data dari 220 responden.

Pada tahap main test, penelitian menggunakan pendekatan PLS-SEM yang terdiri dari dua komponen analisis, yaitu measurement model analysis dan structural model analysis. Measurement model analysis dilakukan untuk menguji validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk. Sementara itu, structural model analysis bertujuan mengevaluasi hubungan antarvariabel dalam model penelitian serta menguji kekuatan prediksi variabel independen terhadap variabel dependen (Hair et al., 2021).

Melalui penggunaan dua tahap analisis ini, penelitian memastikan bahwa instrumen yang digunakan telah memenuhi standar kualitas pengukuran, sehingga

hasil analisis dapat dipercaya dan mendukung pencapaian tujuan penelitian secara akurat dan valid.

### **3.7.1 Uji Data *Pre-Test***

Dalam penelitian ini, proses pengolahan data awal dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS dengan melibatkan 31 responden sebagai sampel uji coba. Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan kelayakan instrumen sebelum digunakan pada pengumpulan data utama.

#### **3.7.1.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian benar-benar sesuai dengan konsep yang hendak diukur. Menurut Malhotra et al. (2020), validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan skor yang dihasilkan instrumen mencerminkan perbedaan nyata antar responden pada karakteristik tertentu, bukan karena kesalahan acak maupun kesalahan sistematis. Dengan demikian, uji validitas berperan penting untuk menilai apakah setiap indikator mampu menggambarkan konstruk penelitian dengan tepat.

Dalam penelitian kuantitatif, pengujian validitas umumnya dilakukan dengan melihat hubungan antara setiap butir pertanyaan dengan total skor konstruk menggunakan Korelasi Pearson. Suatu item dikatakan valid apabila memiliki nilai korelasi yang signifikan pada tingkat signifikansi 0,05. Selain itu, terdapat beberapa jenis validitas yang digunakan untuk menilai kualitas instrumen, seperti validitas isi (content validity), validitas konstruk (construct validity), dan validitas kriteria (criterion validity). Validitas isi memastikan bahwa instrumen telah mencakup aspek penting dari konsep yang diukur, validitas konstruk menilai kesesuaian indikator dengan konstruk yang dimaksud, sedangkan validitas kriteria diperoleh dengan membandingkan hasil instrumen dengan ukuran eksternal yang telah diterima sebagai acuan.

**Tabel 3. 2 Kriteria Kelayakan Uji Validitas**

| Jenis Uji   | Kriteria    | Interpretasi  |
|---|-------------|---|
| Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Measure of Sampling Adequacy | $\geq 0,50$ | KMO digunakan untuk menilai apakah jumlah dan struktur data sampel sudah memadai untuk dilakukan analisis faktor. Indeks ini menunjukkan sejauh mana pola hubungan antar variabel cukup kuat untuk dibentuk menjadi kelompok faktor tertentu. Nilai KMO yang mendekati 1 menunjukkan bahwa data memiliki korelasi yang baik sehingga layak dianalisis lebih lanjut. Sebaliknya, nilai di bawah 0,5 menandakan bahwa data tidak memenuhi syarat untuk analisis faktor. Oleh karena itu, nilai KMO minimal 0,5 diperlukan agar data dianggap memadai untuk dilakukan factor analysis. |
| Bartlett's Test                                       | Sig. < 0,05 | Bartlett's Test digunakan untuk menilai apakah hubungan antar variabel dalam data cukup kuat untuk dilanjutkan ke tahap analisis faktor. Pengujian ini menghasilkan nilai signifikansi (p-value) yang menjadi dasar penilaian. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, berarti terdapat korelasi yang memadai antar variabel sehingga data dinyatakan layak untuk dilakukan factor analysis (Malhotra et al., 2020). Sebaliknya, apabila nilai tersebut tidak signifikan, maka analisis faktor tidak disarankan untuk digunakan.   |
| Anti-Image Correlation Matrix                         | $> 0,5$     | Uji ini berfungsi untuk menilai kecukupan setiap variabel secara individual dalam analisis faktor. Pada matriks tersebut, terdapat nilai Measure of Sampling Adequacy (MSA) pada bagian diagonal yang menunjukkan sejauh mana masing-masing variabel layak dianalisis. Suatu variabel dapat diterima apabila memiliki nilai MSA di atas 0,5. Jika terdapat variabel dengan nilai MSA di bawah batas tersebut, maka variabel tersebut disarankan untuk dihapus dari analisis karena dianggap tidak memenuhi kelayakan sampel.  |

Sumber : Diadaptasi dari Kaiser (1974) dan Hair et al. (2021)

### 3.7.1.1 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang konsisten apabila pengukuran dilakukan kembali pada kondisi dan responden yang serupa. Menurut Malhotra et al. (2020), reliabilitas menunjukkan tingkat kestabilan suatu skala dalam memberikan hasil yang sama ketika digunakan untuk mengukur konstruk yang identik pada waktu yang berbeda. Dengan demikian, pengujian reliabilitas membantu menjamin bahwa instrumen menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya. Pada penelitian ini, reliabilitas dinilai menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Malhotra et al. (2020) menyatakan bahwa nilai Cronbach's Alpha yang dapat diterima sebagai standar minimal reliabel adalah 0,6.

Tabel 3. 3 Cronbach's Alpha

| Cronbach's Alpha | Hasil          |
|------------------|----------------|
| $\geq 0,60$      | Reliabel       |
| $< 0,60$         | Tidak Reliabel |

Sumber : Diadaptasi dari Malhotra et al. (2020)

### 3.7.2 Analisis Data Penelitian

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (SEM-PLS). Metode ini dipilih karena mampu menguji hubungan antar beberapa variabel laten secara simultan, baik hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung melalui variabel mediasi, sebagaimana pada penelitian ini yang melibatkan konstruk *parental influence*, *peer influence*, *financial education*, *self-control*, *Financial literacy*, dan *saving behavior*. Menurut Malhotra et al. (2020), SEM merupakan teknik analisis multivariat yang memungkinkan peneliti menguji hubungan kausal antar variabel laten dalam satu model secara

bersamaan, sehingga ideal untuk penelitian dengan model teoretis yang kompleks.

Pada tahap analisis, penelitian ini menggunakan dua perangkat lunak, yaitu IBM SPSS dan SmartPLS 4. IBM SPSS digunakan untuk melakukan uji validitas dan reliabilitas awal pada data pre-test, sedangkan SmartPLS 4 digunakan untuk menganalisis model pengukuran (outer model) dan model struktural (inner model). SmartPLS dipilih karena tidak mensyaratkan distribusi data normal, mampu menangani ukuran sampel yang relatif moderat, serta efektif untuk model yang melibatkan banyak indikator dan variabel laten (Gunawan, 2024; Malhotra et al., 2020).

Selain itu, SEM-PLS juga memiliki keunggulan dalam menganalisis data survei yang bersifat prediktif dan eksploratori, serta dapat mengakomodasi indikator reflektif maupun formatif dalam satu model. Dengan kelebihan tersebut, SEM-PLS dianggap sebagai metode yang paling sesuai untuk penelitian ini, karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh dan hubungan antar variabel yang membentuk perilaku menabung pada generasi Z di Indonesia.

#### **3.7.2.1 Analisis Evaluasi pada *Measurement Model (Outer Model)***

Evaluasi terhadap outer model dilakukan untuk menilai kualitas indikator dalam mengukur konstruk laten melalui dua aspek utama, yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konvergen dinilai menggunakan nilai loading factor dan Average Variance Extracted (AVE), sedangkan validitas diskriminan diperiksa melalui Fornell-Larcker Criterion dan nilai cross-loading. Hair et al. (2022) menjelaskan bahwa nilai loading factor yang baik umumnya berada di atas 0,70. Namun, sesuai rekomendasi Hulland (1999), indikator dengan nilai loading antara 0,50 sampai 0,70 masih dapat dipertahankan apabila dianggap relevan secara teoritis dan tetap berkontribusi dalam menjelaskan konstruk yang diukur. Sebaliknya, indikator dengan nilai



loading di bawah 0,50 perlu dihapus karena tidak cukup kuat merepresentasikan variabel laten. Kemudian Menurut Hair et al. (2019), nilai reliabilitas konstruk sebesar 0,70 atau lebih direkomendasikan untuk penelitian konfirmatori, sementara nilai antara 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima dalam penelitian eksploratori yang berfokus pada pengembangan teori. Dengan demikian, penelitian ini tetap mempertimbangkan indikator yang memiliki loading moderat apabila didukung alasan teoritis yang memadai.

**Tabel 3. 4 Evaluasi Measurement Model**

| Pengukuran             | Parameter                   | Rule of Thumb   |
|------------------------|-----------------------------|---|
| Validitas Convergent   | Outer Loadings              | Outer Loadings $\geq 0,5$   |
|                        | Average Variances Extracted | AVE $\geq 0,5$  |
| Validitas Discriminant | Fornell Larcker Criterion   | Fornell Larcker Criterion dalam menilai variabelnya sendiri.  |
|                        | Cross Loading Factor        | Outer Loadings $\geq 0,7$ Terhadap variabel sendiri dan diharapkan lebih besar daripada variabel lainnya. |
| Reliabilitas           | Cronbach's Alpha            | Cronbach's Alpha $\geq 0,6$   |
|                        | Composite Reliability       | Composite Reliability $\geq 0,7$  |

Sumber : Diadaptasi dari Hair et al. (2022), Hair et al. (2019), dan Hulland (1999)

### 3.7.2.2 Analisis Evaluasi pada *Structural Model (Inner Model)*

Evaluasi inner model atau model struktural dilakukan untuk menguji hubungan kausal antar variabel laten sesuai kerangka teori dalam penelitian. Tahap ini bertujuan untuk melihat sejauh mana konstruk independen mampu menjelaskan variasi pada konstruk dependen serta menilai kekuatan hubungan antar variabel dalam model.

Menurut Hair et al. (2022), salah satu ukuran utama dalam menilai model struktural adalah nilai R-Square ( $R^2$ ), yang menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan varians variabel dependen. Nilai  $R^2$  sebesar 0,67 dikategorikan kuat, 0,33 moderat, dan 0,19 lemah. Dalam konteks penelitian ini, nilai  $R^2$  digunakan untuk menilai seberapa besar pengaruh konstruk seperti *parental influence*, *peer influence*, *financial education*, dan *self-control* dalam menjelaskan *Financial literacy* dan *saving behavior* pada generasi Z.

Selain itu, evaluasi inner model juga mencakup pengujian Predictive Relevance ( $Q^2$ ), yaitu ukuran yang menilai kemampuan model dalam menghasilkan prediksi yang relevan. Hair et al. (2022) menjelaskan bahwa nilai  $Q^2$  yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki relevansi prediktif yang baik terhadap variabel dependen. Nilai  $Q^2$  diperoleh melalui prosedur blindfolding, yang merupakan metode dalam SEM-PLS untuk menilai ketepatan model dalam memprediksi nilai-nilai observasi pada data penelitian. Model yang memiliki nilai  $Q^2$  positif dianggap mampu memberikan kontribusi prediktif terhadap variabel yang dianalisis.

Evaluasi inner model juga mempertimbangkan ukuran efek atau effect size ( $f^2$ ), yang digunakan untuk menilai kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $f^2$  sebesar 0,02 dianggap memiliki efek kecil, 0,15 efek sedang, dan 0,35 efek besar (Hair et al., 2022). Melalui ukuran efek ini, penelitian dapat melihat variabel mana yang memiliki pengaruh paling besar dan paling kecil dalam menjelaskan *Financial literacy* atau *saving behavior*, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kekuatan setiap hubungan kausal dalam model.

Tahap terakhir dalam evaluasi model struktural adalah pengujian signifikansi jalur atau path coefficient, yang berfungsi untuk menilai apakah hubungan antar konstruk signifikan secara statistik. Proses ini

dilakukan menggunakan metode bootstrapping pada software SmartPLS dengan jumlah subsamples sebanyak 5.000 untuk memperoleh estimasi yang stabil. Hair et al. (2022) menyatakan bahwa hubungan antar variabel dapat dikatakan signifikan apabila nilai T-statistics lebih besar dari 1,65 dengan tingkat signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ). Hasil path coefficient menunjukkan arah dan kekuatan hubungan antar konstruk, sehingga memungkinkan peneliti menarik kesimpulan mengenai hipotesis penelitian secara lebih akurat.

**Tabel 3. 5 Evaluasi Structural Model**

| Kriteria                  | Parameter  |
|---------------------------|--|
| R Square ( $R^2$ )        | 0,67, 0,33, dan 0,19 menunjukkan nilai ( $R^2$ ) kuat, moderat, dan lemah.   |
| Predictive Relevance      | Nilai yang 0 menunjukkan model memiliki predictive relevance.  |
| Effect Size               | Nilai 0,035, 0,15, dan 0,02 menunjukkan nilai besar, sedang, dan kecil.  |
| Signifikansi (One-tailed) | T-Value 1,28 (significant level = 10%)<br>T-Value 1,65 (significant level = 5%)<br>T-Value 2,33 (significant level = 1%) |
| P-Value                   | P-Value 0,5 (significant level = 5%)   |

Sumber : Diadaptasi dari Hair et al. (2022)

### 3.8 Uji Hipotesis

Dalam penelitian berbasis SEM-PLS, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antar variabel dalam model penelitian signifikan secara statistik. Pengujian ini dilakukan melalui beberapa indikator utama, yaitu path coefficient, t-statistic, dan p-value, yang masing-masing memberikan informasi berbeda mengenai kekuatan dan signifikansi hubungan antar konstruk.

Path coefficient digunakan untuk melihat arah dan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. Nilai koefisien yang positif menunjukkan adanya pengaruh yang searah, sedangkan

nilai negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan. Semakin besar nilai koefisien jalur, semakin kuat pengaruh variabel tersebut dalam menjelaskan konstruk lain dalam model.

Selanjutnya, t-statistic digunakan untuk menentukan apakah hubungan antar variabel laten tersebut signifikan. Hair et al. (2022) menjelaskan bahwa nilai t-statistic dibandingkan dengan nilai kritis pada tingkat signifikansi tertentu, di mana pada tingkat signifikansi 5% hubungan dikatakan signifikan apabila nilai t-statistic melebihi 1,65. Melalui nilai ini, peneliti dapat menentukan apakah variabel independen benar-benar memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen.

Terakhir, p-value digunakan sebagai ukuran probabilitas untuk menilai apakah koefisien jalur berbeda secara signifikan dari nol. Nilai p-value yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Dengan demikian, semakin kecil nilai p-value, semakin kuat bukti bahwa pengaruh antar konstruk memang ada dan bukan terjadi secara kebetulan.

Melalui ketiga indikator ini, penelitian dapat menarik kesimpulan mengenai diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah diajukan, sekaligus memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai hubungan antara *financial education*, *peer influence*, *parental influence*, *self-control*, *Financial literacy*, dan *saving behavior* pada Generasi Z di Indonesia.

**Tabel 3. 6 Evaluasi Uji Hipotesis**

| Kriteria              | Parameter   |
|-----------------------|---|
| $\beta$ -Coefficients | nilai $\geq 0$ menunjukkan korelasi positif<br>nilai $\leq 0$ menunjukkan korelasi negatif            |
| P-values              | p-values $\geq 0,05$ Ho diterima (tidak berpengaruh)<br>p-values $\leq 0,05$ Ho ditolak (berpengaruh) |
| T-values              | one tailed - $t \geq 1,64$<br>two tailed - $t \geq 1,96$  |

Sumber : Diadaptasi dari Hair et al. (2022)