

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Financial Self-Awareness* (Kesadaran Finansial) sebagai variabel mediasi pada pengaruh antara *Autonomous Motivation* (Motivasi Otonom), *Controlled Motivation* (Motivasi Terkendali), dan *Amotivation* (Amotivasi) terhadap Perilaku Keuangan Pribadi, yang diwakili oleh *Saving & Investing* (Kebiasaan Menabung & Berinvestasi) serta *Overspending* (Perilaku Belanja Berlebihan).

Objek penelitian yang ingin diamati oleh peneliti adalah Generasi Z di Indonesia. Menurut Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN), Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir pada periode 1997 hingga 2012. Namun, mengacu pada batasan penelitian, subjek penelitian ini dikerucutkan pada rentang usia 17-28 tahun (kelahiran 1997-2008), karena penelitian ini turut membahas perilaku investasi yang mensyaratkan usia minimal 17 tahun untuk memiliki Rekening Dana Nasabah (RDN). Pengumpulan data akan difokuskan pada responden yang berdomisili di Pulau Jawa.

Pemilihan Generasi Z sebagai objek penelitian didasarkan pada karakteristik finansial mereka yang unik dan relevan dengan topik penelitian. Di satu sisi, Generasi Z menunjukkan tingkat kesadaran finansial yang relatif tinggi. Survei oleh IDN Research Institute (2023) menunjukkan bahwa 74% dari mereka telah memiliki dana darurat (mencakup 36% yang merasa cukup dan 38% yang merasa belum cukup). Data dari Lembaga Management FEB UI (2023) juga mencatat bahwa Generasi Z memiliki proporsi tertinggi (46,45%) dalam kebiasaan menabung secara berkala dibandingkan generasi lainnya. Keterlibatan mereka dalam investasi juga didukung oleh kemudahan akses digital; data Bursa Efek Indonesia (2024) menunjukkan bahwa 60% pengguna aplikasi IDX Mobile berasal dari Generasi Z.

Di sisi lain, terdapat kesenjangan yang signifikan antara kesadaran dan praktik keuangan mereka. Data IDN Research Institute (2023) yang sama

mengungkapkan bahwa 18% Generasi Z sama sekali belum memiliki dana darurat, dan 8% bahkan belum memikirkannya. Dalam hal investasi, 31% responden belum pernah memulai investasi, dan 21% lainnya sudah memulai namun belum memiliki tujuan finansial yang jelas. Kesenjangan antara pengetahuan dan perilaku nyata ini menjadikan Generasi Z sebagai subjek yang sangat relevan untuk dikaji lebih dalam, khususnya untuk memahami bagaimana faktor-faktor motivasi berdasarkan Self-Determination Theory (SDT) memengaruhi perilaku keuangan pribadi mereka.

3.2 Desain Penelitian

Desain penelitian memberikan kerangka kerja atau rencana untuk melaksanakan penelitian, memastikan bahwa informasi yang dikumpulkan tepat dan dapat menjawab masalah penelitian.

3.2.1 Metode Penelitian

Menurut Saunders et al. (2023), metode penelitian secara umum dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis utama:

a. Penelitian Kuantitatif (*Quantitative Research*)

Metode penelitian kuantitatif biasanya diasosiasikan dengan pendekatan deduktif, di mana data dikumpulkan dan dianalisis untuk menguji suatu teori. Metode ini menguji hubungan antar variabel, yang diukur secara numerik dan dianalisis menggunakan berbagai teknik statistik dan grafis. Dalam desain ini, peneliti dianggap independen (terpisah) dari objek yang diteliti.

b. Penelitian Kualitatif (*Qualitative Research*)

Metode penelitian kualitatif sering kali menggunakan pendekatan induktif untuk membangun teori. Metode ini berfokus pada studi mengenai makna (*meanings*) yang diberikan oleh partisipan dan hubungan di antaranya. Data yang digunakan bersifat non-numerik (kata-kata atau gambar) dan dikumpulkan melalui teknik seperti

wawancara semi-terstruktur, di mana peneliti tidak dianggap independen dari partisipan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hal ini sesuai dengan karakteristik yang dipaparkan Saunders et al. (2023), di mana penelitian ini menggunakan pendekatan deduktif untuk menguji teori yang sudah ada, yakni *Self-Determination Theory*. Penelitian ini akan menguji pengaruh antar variabel (Motivasi, Kesadaran Finansial, dan Perilaku Keuangan) yang datanya diukur secara numerik melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan teknik statistik Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

3.2.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuannya, Saunders et al. (2023) mengklasifikasikan penelitian ke dalam empat jenis:

a. Studi Eksploratori (*Exploratory Study*)

Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi atau mengklarifikasi pemahaman mengenai suatu isu, masalah, atau fenomena. Penelitian ini bersifat fleksibel dan adaptif, sering kali dimulai dengan fokus yang luas dan kemudian menjadi lebih sempit seiring berjalannya penelitian.

b. Studi Deskriptif (*Descriptive Study*)

Jenis penelitian ini dirancang untuk mendapatkan profil yang akurat mengenai suatu peristiwa, orang, atau situasi. Penelitian ini memerlukan gambaran yang jelas mengenai fenomena yang ingin diteliti sebelum pengumpulan data dilakukan. Seringkali, penelitian deskriptif menjadi sarana untuk mencapai tujuan akhir, bukan tujuan itu sendiri, dan menjadi pendahulu bagi penelitian eksplanatori (descripto-explanatory).

c. Studi Eksplanatori (*Explanatory Study*)

Jenis penelitian ini bertujuan untuk membangun atau menetapkan hubungan kausal (sebab-akibat) antar variabel. Penekanan dalam penelitian ini adalah untuk mempelajari suatu situasi atau masalah dengan tujuan untuk memahami atau menjelaskan hubungan antar variabel tersebut.

d. Studi Evaluatif (*Evaluative Study*)

Jenis penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa baik suatu hal bekerja. Penelitian ini umumnya berkaitan dengan penilaian efektivitas dari suatu strategi, kebijakan, program, atau proses.

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (*explanatory study*). Sesuai dengan definisi Saunders et al. (2023), penelitian ini bertujuan untuk menetapkan dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel. Hal ini selaras dengan judul penelitian dan rumusan hipotesis yang bertujuan untuk menjelaskan bagaimana variabel-variabel motivasi yang dijelaskan oleh Self-Determination Theory memengaruhi variabel Perilaku Keuangan Pribadi, baik secara langsung maupun melalui mediasi Kesadaran Finansial.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Data Penelitian

Menurut Saunders et al. (2023), data penelitian dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama berdasarkan sumber perolehannya:

a. **Data Primer (*Primary Data*)**

Data primer didefinisikan sebagai data baru yang dikumpulkan secara khusus untuk proyek penelitian yang sedang dilakukan. Data ini dapat dikumpulkan melalui berbagai teknik, seperti observasi, wawancara, atau kuesioner.

b. **Data Sekunder (*Secondary Data*)**

Data sekunder didefinisikan sebagai data yang pada awalnya dikumpulkan untuk tujuan lain. Data ini dapat mencakup data mentah (*raw data*) ataupun data yang sudah dipublikasikan atau diringkas (*compiled data*), dan bisa bersifat kuantitatif (numerik) maupun kualitatif (*non-numerik*).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kedua jenis data tersebut:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data baru yang akan dikumpulkan secara langsung dari responden. Sesuai dengan batasan penelitian (sub-bab 1.5), data ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Saunders et al. (2023) mendefinisikan kuesioner sebagai prosedur pengumpulan data di mana setiap orang diminta untuk menanggapi serangkaian pertanyaan yang sama dalam urutan yang telah ditentukan. Penggunaan kuesioner ini relevan karena penelitian ini bersifat eksplanatori (kausal), dan kuesioner merupakan teknik yang umum digunakan untuk penelitian jenis ini. Data primer yang dikumpulkan berupa data kuantitatif dari jawaban responden terhadap butir-butir pernyataan kuesioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat landasan teori dan konteks penelitian di BAB I dan BAB II. Data ini mencakup data yang sudah dipublikasikan, seperti buku-buku referensi, jurnal penelitian ilmiah (baik nasional maupun internasional), artikel, serta data statistik pendukung (seperti data dari OJK, IDN Research Institute, dan Bursa Efek Indonesia) yang relevan dengan variabel-variabel penelitian.

3.3.2 Populasi

Menurut Saunders et al. (2023), populasi (atau *population*) didefinisikan sebagai keseluruhan set kasus atau anggota kelompok dari mana sampel penelitian diambil. Dalam penelitian, populasi tidak selalu berarti orang, tapi dapat berupa benda tak hidup; misalnya, semua restoran India di suatu negara atau semua mobil listrik dari pabrikan tertentu.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Generasi Z di Indonesia. Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir pada periode 1997 hingga 2012. Namun, karena populasi tersebut terlalu luas dan sulit dijangkau seluruhnya, peneliti perlu mendefinisikan populasi yang lebih mudah dikelola yang disebut sebagai populasi target (*target population*), yang merupakan fokus atau target aktual dari penelitian (Saunders et al., 2023). Menurut Malhotra et al. (2017), populasi target (*target population*) harus didefinisikan secara spesifik dalam kerangka: elemen (*element*), unit sampling (*sampling unit*), cakupan (*extent*), dan waktu (*time*).

Berdasarkan kerangka tersebut, populasi target dalam penelitian ini didefinisikan sebagai berikut:

1. **Elemen (*Element*)**: Elemen adalah objek tentang, atau dari mana, informasi yang diinginkan; dalam penelitian survei, elemen biasanya adalah partisipan. Elemen dalam penelitian ini adalah individu yang termasuk dalam **Generasi Z**.
2. **Unit Sampling (*Sampling Unit*)**: Unit sampling adalah elemen, atau unit yang berisi elemen, yang tersedia untuk seleksi pada tahap proses sampling. Dalam penelitian ini, unit sampling sama dengan elemen, yaitu individu Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2008, sehingga berada pada rentang usia **17-28 tahun**. Batasan usia minimal 17 tahun ini ditetapkan karena penelitian akan membahas perilaku berinvestasi, yang sesuai dengan syarat hukum (memiliki KTP) untuk membuka Rekening Dana Nasabah (RDN) di Indonesia .

3. **Cakupan (*Extent*):** Cakupan mengacu pada batas geografis penelitian. Cakupan geografis dalam penelitian ini adalah responden yang berdomisili di **Pulau Jawa**.
4. **Waktu (*Time*):** Waktu mengacu pada periode yang dipertimbangkan. Periode pengumpulan data untuk penelitian ini adalah **September 2025 hingga November 2025**.

3.3.3 *Sampling Size*

Penentuan ukuran sampel merupakan aspek penting dalam penerapan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Meskipun PLS-SEM dikenal toleran terhadap ukuran sampel yang kecil, pemenuhan jumlah sampel yang memadai tetap diperlukan agar estimasi parameter memiliki *statistical power* dan reliabilitas yang memadai. Hair et al. (2021) menegaskan bahwa ukuran sampel yang terlalu kecil dapat meningkatkan risiko tidak terdeteksinya efek yang sebenarnya ada (type II error) dan menurunkan tingkat generalisasi hasil model.

Menurut Hair et al. (2021), dalam konteks penelitian dengan model yang tidak begitu kompleks, penggunaan 10-times rule masih dapat dijadikan sebagai acuan untuk memastikan bahwa jumlah sampel yang dikumpulkan tidak berada di bawah batas minimal. Aturan ini menyatakan bahwa jumlah sampel minimum setidaknya harus sama dengan 10 kali jumlah indikator atau prediktor terbanyak yang memengaruhi satu konstruk dalam model. Dengan mempertimbangkan bahwa penelitian ini melibatkan 29 indikator pada seluruh konstruk, maka estimasi kebutuhan minimum sampel berdasarkan aturan tersebut adalah.

$$\text{Jumlah indikator} \times 10 = 29 \times 10 = 290 \text{ responden}$$

Mengacu pada pedoman tersebut dan untuk meningkatkan akurasi serta kekuatan analisis, penelitian ini menargetkan jumlah sampel yang representatif dan melebihi batas minimum tersebut.

3.3.4 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner didefinisikan sebagai prosedur di mana setiap orang diminta untuk menanggapi serangkaian pertanyaan yang sama dalam urutan yang telah ditentukan.

Secara spesifik, jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner *self-completed* (diisi sendiri oleh responden) dengan media daring (online questionnaire). Kuesioner ini dibuat menggunakan platform Google Form dan disebarkan secara daring (online) kepada para responden yang memenuhi kriteria populasi target.

Penyebaran kuesioner dilakukan melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Line, dan X (sebelumnya Twitter), serta platform komunikasi lainnya yang relevan untuk menjangkau Generasi Z. Responden akan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan diminta persetujuannya sebelum mengisi kuesioner.

3.3.5 Variabel Penelitian

Seperti yang telah dijabarkan pada pengembangan hipotesis penelitian, peneliti menggunakan 3 (tiga) jenis variabel yakni variabel independen, variabel mediasi, dan variabel dependen.

1) Variabel Independen

Menurut Saunders et al. (2023), variabel independen didefinisikan sebagai variabel yang menyebabkan perubahan pada variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen yang diukur adalah *autonomous motivation, controlled motivation, dan amotivation*.

2) Variabel Mediasi

Saunders et al. (2023) mendefinisikan variabel mediasi sebagai variabel yang meneruskan atau menyalurkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel mediasi dalam penelitian ini adalah *financial self-awareness*.

3) Variabel Dependen

Berdasarkan Saunders et al. (2023), variabel dependen adalah variabel yang mengalami perubahan sebagai respons terhadap perubahan variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang diukur adalah *saving & investing* dan *overspending*.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sub-grup atau bagian dari keseluruhan populasi yang datanya akan dikumpulkan oleh peneliti. Pengambilan sampel (*sampling*) memungkinkan peneliti untuk mengurangi jumlah data yang perlu dikumpulkan dengan hanya mempertimbangkan data dari subgrup tersebut, terutama ketika populasi sangat besar atau tidak dapat diakses seluruhnya karena keterbatasan waktu, biaya, dan akses. Menurut Saunders et al. (2023), teknik pengambilan sampel secara umum terbagi menjadi dua jenis: *probability sampling* dan *non-probability sampling*.

1. Probability Sampling

Probability sampling (atau *representative sampling*) adalah teknik di mana peluang (probability) setiap kasus untuk terpilih dari populasi target diketahui dan biasanya sama untuk semua kasus. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian yang memerlukan estimasi statistik atau inferensi (generalisasi statistik) mengenai karakteristik populasi target dari data sampel. Syarat utama untuk probability sampling adalah ketersediaan kerangka sampel (sampling frame), yaitu daftar lengkap semua kasus dalam populasi target.

Prosedur probability sampling menurut Saunders et al. (2023) meliputi:

a. *Simple Random Sampling* (Pengambilan Sampel Acak Sederhana)

Teknik ini melibatkan pemilihan sampel secara acak dari kerangka sampel, misalnya dengan menggunakan fungsi generator angka acak pada spreadsheet. Setiap kasus dalam kerangka sampel diberi nomor unik, dan kemudian kasus dipilih menggunakan angka acak tersebut hingga ukuran sampel tercapai.

b. *Systematic Random Sampling* (Pengambilan Sampel Acak Sistematis)

Teknik ini melibatkan pemilihan sampel pada interval yang reguler (teratur) dari kerangka sampel. Setelah kasus pertama dipilih secara acak, kasus-kasus berikutnya dipilih secara sistematis menggunakan fraksi sampling (ukuran sampel aktual dibagi total populasi) untuk menentukan frekuensi pemilihan.

c. *Stratified Random Sampling* (Pengambilan Sampel Acak Berstrata)

Teknik ini adalah modifikasi dari pengambilan sampel acak, di mana peneliti membagi populasi target ke dalam dua atau lebih strata (subgrup) yang relevan dan signifikan berdasarkan satu atau sejumlah atribut. Sampel acak (baik simple maupun systematic) kemudian diambil dari setiap strata tersebut.

d. *Cluster Sampling* (Pengambilan Sampel Klaster)

Dalam teknik ini, populasi target dibagi menjadi kelompok-kelompok diskrit yang disebut cluster (seringkali berdasarkan pengelompokan yang terjadi secara alami, seperti area geografis). Kerangka sampelnya adalah daftar lengkap dari cluster (bukan individu). Peneliti kemudian memilih beberapa cluster secara acak, dan data dikumpulkan dari setiap kasus di dalam cluster yang terpilih (untuk *one-stage cluster sampling*).

2. Non-probability Sampling

Non-probability sampling digunakan ketika kerangka sampel tidak tersedia atau ketika probability sampling tidak sesuai untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam teknik ini, probabilitas setiap kasus untuk terpilih dari populasi target tidak diketahui. Oleh karena itu, mustahil untuk menjawab pertanyaan penelitian yang memerlukan inferensi statistik mengenai karakteristik populasi.

Fokus dari non-probability sampling adalah untuk mengungkapkan pemahaman dan wawasan (*understandings and insights*). Sebagian besar

prosedur non-probability sampling melibatkan elemen penilaian subjektif (*subjective judgement*). Prosedur non-probability sampling menurut Saunders et al. (2023) meliputi:

a. *Quota Sampling*

Teknik ini sepenuhnya non-random dan sering digunakan sebagai alternatif probability sampling untuk kuesioner internet ketika tidak ada kerangka sampel. Teknik ini didasarkan pada premis bahwa sampel akan mewakili populasi target, karena variabilitas dalam sampel untuk variabel kuota tertentu dianggap sama dengan variabilitas pada populasi target. Peneliti membagi populasi menjadi kelompok-kelompok spesifik, menghitung kuota untuk setiap kelompok, dan mengumpulkan data hingga kuota tersebut terpenuhi.

b. *Purposive Sampling*

Dikenal juga sebagai *judgemental sampling*, teknik ini mengharuskan peneliti menggunakan penilaian (*judgement*) mereka untuk memilih kasus-kasus yang paling memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memenuhi tujuan penelitian. Logika pemilihan sampel ini bergantung pada pertanyaan dan tujuan penelitian itu sendiri. Terdapat beberapa strategi dalam *purposive sampling*:

- *Extreme case sampling*: Fokus pada kasus-kasus yang sangat tidak biasa atau spesial.
- *Intensity sampling*: Memilih kasus-kasus yang kaya akan informasi (*richly reveal*) mengenai fenomena yang diteliti, namun bukan merupakan kasus yang paling ekstrem.
- *Heterogeneous sampling*: Peneliti menggunakan penilaian untuk memilih partisipan dengan karakteristik yang cukup beragam untuk memberikan variasi maksimum yang mungkin dalam data.

- *Homogenous sampling*: Fokus pada satu subgrup tertentu di mana semua anggota sampel serupa, memungkinkan eksplorasi yang lebih mendalam pada kelompok tersebut.
- *Typical case sampling*: Digunakan untuk memberikan profil ilustratif dengan menggunakan kasus yang dianggap "tipikal" atau representatif.
- *Critical case sampling*: Memilih kasus-kasus kritis dengan dasar bahwa kasus tersebut dapat "membuat poin secara dramatis" atau karena kasus tersebut penting.
- *Politically important sampling*: Mengandalkan penilaian peneliti mengenai isu-isu sensitif politik yang diantisipasi, di mana peneliti memilih untuk menyertakan atau mengecualikan partisipan berdasarkan koneksi mereka dengan isu-isu tersebut.
- *Opportunistic sampling*: Mengakui bahwa peluang yang tidak terduga dapat muncul selama penelitian, yang mengandalkan penilaian peneliti untuk mengenali peluang tersebut dan membuat keputusan di tempat (*on-the-spot*) untuk menyertakan kasus tersebut.
- *Theoretical sampling*: Kasus khusus purposive sampling yang terkait dengan grounded theory, di mana pemilihan sampel selanjutnya didikte oleh kebutuhan teori yang sedang berkembang (*emerging theory*).

c. *Volunteer Sampling* (Pengambilan Sampel Sukarela)

Dalam teknik ini, partisipan secara sukarela terlibat dalam penelitian, bukan dipilih secara langsung oleh peneliti.

- *Snowball sampling*: Digunakan ketika sulit mengidentifikasi anggota populasi yang diinginkan. Peneliti melakukan kontak dengan satu atau dua kasus, kemudian meminta mereka untuk mengidentifikasi kasus lebih lanjut,

yang kemudian diminta lagi mengidentifikasi kasus baru, sehingga sampel tumbuh seperti bola salju.

- *Self-selection sampling*: Terjadi ketika peneliti mengizinkan setiap kasus (biasanya individu) untuk mengidentifikasi keinginan mereka sendiri untuk mengambil bagian dalam penelitian, biasanya sebagai tanggapan atas publisitas atau iklan kebutuhan responden yang dilakukan peneliti.

d. *Haphazard Sampling*

Terjadi ketika kasus-kasus sampel dipilih tanpa prinsip organisasi yang jelas terkait dengan pertanyaan penelitian. Bentuk paling umum adalah Convenience Sampling (atau *availability sampling*), yang melibatkan pemilihan kasus secara serampangan hanya karena mereka adalah yang paling mudah didapat (*easily available*) atau paling nyaman (*most convenient*) untuk peneliti.

Dalam penelitian ini, tidak terdapat kerangka sampel (sampling frame) yang memuat daftar lengkap seluruh Generasi Z (usia 17-28 tahun) yang berdomisili di Pulau Jawa. Oleh karena itu, *probability sampling* tidak dapat dilakukan.

Berdasarkan kondisi tersebut, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah **Non-Probability Sampling**. Prosedur *non-probability sampling* yang dipilih secara spesifik adalah **Purposive Sampling** (atau *judgemental sampling*).

Menurut Saunders et al. (2023), *purposive sampling* mengharuskan peneliti menggunakan penilaian (*judgement*) mereka untuk memilih kasus-kasus yang paling memungkinkan peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan memenuhi tujuan penelitian. Teknik ini dipilih karena peneliti menerapkan beberapa kriteria spesifik bagi responden agar dapat menjadi sampel penelitian. Kriteria ini didasarkan pada populasi target yang telah didefinisikan pada sub-bab 3.3.2 untuk memastikan partisipan yang dipilih "kaya akan informasi" (*information-rich*) dan relevan dengan tujuan penelitian.

Adapun kriteria yang harus dipenuhi oleh responden adalah:

- a. Merupakan Generasi Z, yaitu individu yang lahir pada tahun 1997-2008 (berusia 17-28 tahun pada tahun 2025).
- b. Bertempat tinggal atau berdomisili di wilayah Pulau Jawa.

3.5 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan skala Likert 1–7 untuk mengukur persepsi responden karena skala dengan tujuh kategori diketahui memiliki sensitivitas yang lebih tinggi dan mampu menangkap evaluasi responden secara lebih akurat. Finstad (2010) menunjukkan bahwa skala 5-poin cenderung terlalu kasar, sehingga responden sering melakukan *interpolation* atau mencoba memberikan nilai di antara dua kategori yang tersedia, yang menyebabkan hilangnya informasi dan menurunkan akurasi data. Sebaliknya, skala 7-poin terbukti mengurangi interpolasi dan memberikan representasi yang lebih tepat terhadap penilaian subjektif responden.

Penelitian sebelumnya juga menemukan bahwa skala 7-poin berada pada area keseimbangan antara sensitivitas, kemudahan penggunaan, dan reliabilitas, serta lebih unggul dibandingkan skala 5-poin dalam hal akurasi persepsi dan kecocokan dengan evaluasi sebenarnya (Diefenbach et al., 1993; Preston & Colman, 2000, dalam Finstad, 2010). Temuan ini diperkuat oleh penelitian Kusmaryono (2022), yang melaporkan bahwa skala 7-poin menghasilkan data yang lebih kaya dibandingkan skala yang lebih rendah, serta direkomendasikan untuk penelitian sosial yang membutuhkan variasi respons yang halus.

Selain itu, instrumen acuan utama dalam penelitian ini—yaitu skala yang digunakan oleh Di Domenico et al. (2022)—juga menggunakan skala Likert 1–7, sehingga pemilihan skala ini memastikan konsistensi metodologis dan memungkinkan replikasi yang lebih valid. Dengan demikian, penggunaan skala Likert 1–7 dinilai paling tepat untuk menangkap variasi persepsi responden secara komprehensif dan meningkatkan kualitas pengukuran variabel dalam penelitian ini.

Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Kode Measurement	Measurement Item	Skala
1.	Motivasi Otonom (<i>Autonomous Motivation</i>)	Motivasi otonom dapat didefinisikan sebagai sebuah dorongan untuk melakukan tindakan yang didasari oleh kehendak (<i>volition</i>) dan dukungan diri (<i>self-endorsement</i>) (Deci & Ryan, 2008).	AUTO1	Saya memantau anggaran untuk mengetahui cara saya menghabiskan uang. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	Likert 1 - 7
			AUTO2	Saya memantau anggaran untuk mencapai tujuan penting yang saya miliki. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			AUTO3	Saya merasa senang jika bisa melunasi tagihan tepat waktu. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			AUTO4	Saya melunasi tagihan tepat waktu karena saya menghormati pihak pemberi jasa. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	

			AUTO5	Saya mempelajari berbagai produk dan layanan keuangan karena topik tersebut sangat menarik. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
2.	Motivasi Terkendali (<i>Controlled Motivation</i>)	Motivasi terkendali didefinisikan sebagai suatu dorongan yang menghasilkan perilaku tertentu pada diri individu yang tidak diinisiasi atau didasari oleh kehendaknya sendiri (Ratelle et al., 2007)	CTRL1	Saya memantau anggaran karena saya akan merasa bersalah jika tidak melakukannya. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	Likert 1 - 7
			CTRL2	Saya memantau anggaran karena tidak ingin orang lain menganggap saya tidak bertanggung jawab. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			CTRL3	Saya melunasi tagihan tepat waktu karena akan merasa malu jika tidak melakukannya. Di Domenico,	

				S. I., et al. (2022)	
			CTRL4	Saya melunasi tagihan tepat waktu karena orang lain akan marah jika saya tidak melakukannya. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
3.	Amotivasi (<i>Amotivation</i>)	Amotivasi didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki niat dan motivasi yang rendah untuk melakukan tindakan tertentu (Deci & Ryan, 2008).	AMO1	Saya sudah menyerah untuk memantau anggaran saya. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	Likert 1 - 7
			AMO2	Saya merasa tidak perlu memiliki anggaran. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			AMO3	Saya mudah lupa untuk membayar tagihan tepat waktu. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			AMO4	Saya tidak mencoba membayar tagihan tepat waktu, saya hanya	

				menunggu notifikasi saja. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
			AMO5	Saya menyerah mempelajari produk dan layanan keuangan karena merasa kewalahan. Di Domenico, S. I., et al. (2022)	
4.	Kesadaran Finansial (<i>Financial Self-Awareness</i>)	Kesadaran finansial (<i>financial self-awareness</i>) didefinisikan sebagai pengetahuan rinci yang dimiliki individu mengenai kondisi keuangannya saat ini yang terdiri dari aset, liabilitas (utang), dan pola pengeluarannya (Chowdhry & Dholakia, 2020).	FSA1	Saya mengetahui total kekayaan bersih yang saya miliki. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	Likert 1 - 7
			FSA2	Saya mengetahui jumlah penghasilan bulanan saya setelah pajak. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
			FSA3	Saya mengetahui jumlah uang yang dibelanjakan untuk bahan makanan bulan lalu. (Chowdhry & Dholakia,	

				2020)	
			FSA4	Saya mengetahui total utang kartu kredit/ <i>paylater</i> yang saya miliki. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
			FSA5	Saya mengetahui jumlah uang di rekening tabungan saya. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
5.	Kebiasaan Menabung & Berinvestasi (<i>Saving & Investing</i>)	Menabung dapat didefinisikan sebagai tindakan menyisihkan sebagian dari pendapatan saat ini untuk digunakan di masa depan, sedangkan investasi adalah alokasi dana dari yang telah disisihkan tersebut ke dalam instrumen-instrumen yang kemungkinan akan menghasilkan keuntungan atau imbal hasil (Gitman &	SI1	Saya memiliki rekening tabungan atau deposito. (Brown et al., 2021)	Likert 1 - 7
			SI2	Saya secara rutin menyimpan sebagian pendapatan saya di bank, atau lembaga keuangan lainnya setelah digunakan untuk membayar tagihan rutin. (Brown et al., 2021)	
			SI3	Saya	

		Zutter, 2012)		menyisihkan dana darurat yang dapat menutupi pengeluaran saya selama tiga bulan. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
			SI4	Saya secara teratur menyetorkan dana pensiun, baik yang bersifat wajib atau sukarela. (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
			SI5	Saya memiliki investasi (saham, obligasi, reksa dana, atau produk investasi lainnya). (Chowdhry & Dholakia, 2020)	
6.	Perilaku Belanja Berlebihan (<i>Overspending</i>)	Perilaku belanja berlebihan didefinisikan sebagai suatu situasi dimana seseorang membelanjakan lebih banyak uang dari yang diperolehnya (Vastag & Eisinger-Balassa	O1	Selama setahun terakhir, pengeluaran saya melebihi pendapatan. (Sui et al., 2020)	Likert 1 - 7
			O2	Pengeluaran saya tahun ini sangat tinggi jika	

		, 2024)		dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. (Sui et al., 2020)	
			O3	Saya sering tidak melunasi total tagihan pada rekening kartu kredit/layanan <i>paylater</i> setiap bulan. (Sui et al., 2020)	
			O4	Saya menghabiskan lebih banyak uang ketika saya menggunakan kartu kredit/layanan <i>paylater</i> . (Sotiropoulos, 2013)	
			O5	Bulan lalu, saya belanja dengan kartu kredit/layanan <i>paylater</i> lebih dari yang mampu saya bayar. (Sotiropoulos, 2013)	

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah Structural Equation Modeling (SEM) dengan metode Partial Least Squares (PLS). Pengolahan data

dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Analisis data dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga tahapan utama: uji statistik deskriptif, evaluasi model pengukuran (measurement model), dan evaluasi model struktural (structural model).

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk meringkas dan mengatur data sehingga lebih mudah dipahami. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden (profil demografis) serta deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel penelitian. Ukuran-ukuran statistik yang umum digunakan meliputi frekuensi untuk data kategori, serta ukuran tendensi sentral (seperti mean dan median) dan ukuran variabilitas (seperti standar deviasi) untuk data numerik (Larson, 2006). Dalam penelitian ini, statistik deskriptif akan menyajikan profil responden Generasi Z berdasarkan usia, domisili, dan karakteristik lainnya, serta nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap indikator variabel Motivasi, Kesadaran Finansial, dan Perilaku Keuangan.

3.6.2 Measurement Model

Evaluasi model pengukuran, atau disebut juga outer model, dilakukan untuk menilai validitas dan reliabilitas hubungan antara konstruk laten (variabel) dengan indikator-indikatornya. Karena penelitian ini menggunakan indikator reflektif, evaluasi model pengukuran meliputi penilaian terhadap konsistensi internal, validitas konvergen, dan validitas diskriminan (Hair et al., 2022).

3.6.2.1 Convergent Validity

Validitas konvergen adalah sejauh mana suatu ukuran berkorelasi positif dengan ukuran lain (indikator) dari konstruk yang sama (Hair et al., 2022)

. Evaluasi validitas konvergen dilakukan melalui dua metrik:

a. Outer Loadings

Nilai loading menunjukkan korelasi antara indikator dan konstruknya. Indikator dengan outer loading di atas 0,708 direkomendasikan untuk dipertahankan karena menunjukkan bahwa konstruk menjelaskan lebih dari 50% varians indikator tersebut (Hair et al., 2022). Di sisi lain, menurut Chin (1998), indikator dengan nilai *loadings* sebesar 0,5 atau 0,6 masih boleh dipertahankan apabila terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur satu variabel. Dengan mempertahankan indikator tersebut, peneliti dapat tetap melihat kontribusinya terhadap definisi konstruk secara keseluruhan meskipun tidak sekuat indikator lainnya.

b. Average Variance Extracted (AVE)

AVE didefinisikan sebagai nilai rata-rata dari *squared loadings* indikator yang terkait dengan konstruk. Nilai AVE minimal yang dapat diterima adalah 0,50, yang berarti konstruk menjelaskan rata-rata 50% atau lebih varians dari indikator-indikatornya (Hair et al., 2022; Chin, 1998).

3.6.2.2 Discriminant Validity

Validitas diskriminan memastikan bahwa sebuah konstruk benar-benar berbeda secara empiris dari konstruk lainnya dalam model (Hair et al., 2022). Ukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Cross-Loadings

Chin (1998) merekomendasikan pemeriksaan *cross loadings*, dimana nilai loading indikator pada konstruk yang dituju harus lebih tinggi dibandingkan nilai *loading*-nya pada konstruk lain dalam model.

b. Fornell-Larcker Criterion

Sebagai metode tradisional, kriteria ini membandingkan akar kuadrat nilai AVE dengan korelasi variabel laten. Akar kuadrat AVE setiap konstruk harus lebih besar daripada korelasi tertinggi konstruk tersebut dengan konstruk lain dalam model (Hair et al., 2022).

c. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

HTMT adalah rasio korelasi rata-rata antar-konstruksi terhadap korelasi rata-rata dalam-konstruksi. Nilai HTMT harus lebih kecil dari 0,90 untuk konsep yang mirip secara konseptual atau lebih ketat di bawah 0,85 untuk konsep yang berbeda secara konseptual sehingga dapat dinyatakan bahwa validitas diskriminan terpenuhi (Hair et al., 2022).

3.6.2.3 Internal Consistency/Reliability

Reliabilitas atau konsistensi internal mengukur sejauh mana indikator-indikator yang mengukur konstruksi yang sama memiliki korelasi yang kuat satu sama lain. Untuk menguji hal ini, penelitian ini menggunakan dua parameter:

a. Cronbach's Alpha

Nilai ini memberikan estimasi reliabilitas berdasarkan interkorelasi indikator yang diamati. Nilai Cronbach's Alpha di atas 0,70 dianggap dapat diterima, sedangkan nilai 0,60 hingga 0,70 masih dapat diterima untuk penelitian yang bersifat eksploratori (Hair et al., 2022).

b. Composite Reliability (ρ_c)

Parameter ini dianggap lebih superior dalam PLS-SEM karena tidak mengasumsikan bobot yang setara antar indikator (*tau-equivalence*). Hair et al. (2022) merekomendasikan nilai antara 0,70 hingga 0,90 sebagai nilai yang substansial. Sejalan dengan itu, Chin (1998) juga menegaskan bahwa nilai reliabilitas komposit sebesar 0,70 atau lebih tinggi diperlukan untuk menunjukkan reliabilitas yang memadai pada tahap awal penelitian.

3.6.3 Structural Model

Setelah model pengukuran dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar variabel laten sesuai dengan hipotesis penelitian.

3.6.3.1 Collinearity

Sebelum menginterpretasikan hubungan struktural, perlu diperiksa apakah terdapat masalah kolinearitas antar variabel prediktor. Hal ini dilakukan dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Hair et al. (2022) menyarankan nilai Variance Inflation Factor (VIF) sebaiknya di bawah 3, meskipun nilai di bawah 5 masih sering mentoleransi dalam situasi tertentu.

3.6.3.2 R-square

Koefisien determinasi (R^2) mengukur kekuatan prediktif model, yaitu besarnya varians pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam konteks pemasaran, nilai R^2 sebesar 0,75; 0,50; dan 0,25 secara berturut-turut dikategorikan sebagai substansial, moderat, dan lemah (Hair et al., 2022). Chin (1998) memberikan kriteria yang berbeda dimana nilai R^2 sebesar 0,67; 0,33; dan 0,19 masing-masing diklasifikasikan sebagai substansial, moderat, dan lemah. Di sisi lain, menurut Cohen (2012), dalam ranah ilmu perilaku (*behavioral sciences*), nilai R^2 sebesar 0,02 diinterpretasikan sebagai efek kecil (*small effect size*); 0,13 sebagai efek sedang (*medium effect size*); dan 0,26 sebagai efek besar (*large effect size*) atau substansial. Selain itu, Ozili (2023) mencatat bahwa dalam banyak literatur ilmu sosial, nilai R^2 serendah 0.10 (10%) hingga 0.20 (20%) sering kali masih dianggap dapat diterima (*acceptable*) untuk menjelaskan hubungan antar variabel. Ozili menegaskan bahwa dalam konteks penelitian ilmu sosial, nilai R^2 yang rendah adalah hal yang wajar karena kompleksitas perilaku manusia yang sulit diprediksi. Menurutnya, model dengan R^2 yang rendah tetap dapat diterima dan memberikan wawasan berharga, asalkan variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen dan sesuai dengan kerangka teoritis yang dibangun.

3.6.4 Uji Hipotesis

3.6.4.1 *t-statistics & p-values*

Untuk menentukan signifikansi dari koefisien jalur, dilakukan prosedur bootstrapping. Bootstrapping adalah teknik pengambilan sampel ulang (*resampling*) untuk menghasilkan t-statistik dan p-values. Dalam penelitian ini, digunakan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hipotesis diterima jika nilai t-statistik $> 1,96$ atau p-value $< 0,05$ untuk tingkat signifikansi 5% (Hair et al., 2022; Chin, 1998).

3.6.4.2 Beta Coefficients

Koefisien jalur (*path coefficients*) atau koefisien beta (β) menunjukkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel laten eksogen (independen) dan endogen (dependen). Nilai koefisien jalur berkisar antara -1 hingga +1. Nilai yang mendekati +1 menunjukkan hubungan positif yang kuat, sedangkan nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang kuat (Hair et al., 2022).

