



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 4 No. 2 (2025) pp: 4494-4502

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Keuangan, dan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Gen Z

Vini Annesia Aflaha

Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Bakti Indonesia

vini.nez11@gmail.com

Abstrak

Perilaku keuangan merupakan cerminan dari cara individu mengelola sumber daya keuangannya dalam kehidupan sehari-hari, khususnya pada Generasi Z yang hidup di tengah pesatnya perkembangan teknologi informasi dan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan, pembelajaran keuangan, dan paparan media sosial terhadap perilaku keuangan pada Generasi Z. Permasalahan dalam penelitian ini didasarkan pada fenomena banyaknya generasi muda yang mengalami kesulitan dalam mengatur keuangan pribadi meskipun memiliki akses luas terhadap informasi keuangan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan survei melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa sebagai representasi Generasi Z. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan dan pembelajaran keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, sedangkan paparan media sosial berpengaruh negatif namun signifikan terhadap perilaku keuangan. Secara simultan, ketiga variabel independen tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z. Temuan ini memperkuat pentingnya pendidikan keuangan dan penguatan literasi keuangan dalam pembentukan kebiasaan finansial yang sehat, serta menunjukkan perlunya kesadaran kritis terhadap konten konsumtif di media sosial. Kesimpulannya, perilaku keuangan Generasi Z dapat ditingkatkan melalui peningkatan literasi dan kualitas pembelajaran keuangan, serta dengan membangun kontrol terhadap pengaruh media sosial.

Kata kunci: Literasi Keuangan; Pembelajaran Keuangan; Media Sosial; Perilaku Keuangan.

1. Pendahuluan

Perilaku keuangan merupakan representasi dari cara individu dalam mengelola, me-rencanakan, dan mengambil keputusan terkait kondisi keuangannya. Generasi muda, khususnya Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 perilaku keuangan menjadi topik penting untuk diteliti mengingat mereka tumbuh di tengah kemajuan teknologi digital dan arus informasi yang sangat cepat. Generasi ini dikenal adaptif terhadap teknologi dan aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi maupun gaya hidup. Namun, di sisi lain, mereka juga cenderung mengalami permasalahan dalam mengelola keuangan, seperti sulit menabung, konsumtif, atau terjebak dalam skema paylater dan pinjaman online.

Secara umum, rendahnya literasi keuangan menjadi salah satu penyebab utama lemahnya kontrol finansial di kalangan Generasi Z. Meskipun mereka memiliki akses luas terhadap informasi keuangan melalui internet dan aplikasi digital, pemahaman mendalam tentang konsep seperti bunga, investasi, pengelolaan risiko, dan perencanaan keuangan masih sangat terbatas. Hal ini ditunjukkan oleh berbagai survei nasional dan internasional yang menyebutkan bahwa indeks literasi keuangan generasi muda di Indonesia masih berada pada tingkat sedang hingga rendah.

Selain itu, pembelajaran keuangan, baik yang diperoleh melalui pendidikan formal di sekolah maupun nonformal seperti seminar, pelatihan, atau konten digital, memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir finansial. Kualitas pembelajaran keuangan yang diberikan oleh institusi pendidikan belum tentu sesuai dengan kebutuhan generasi digital, yang menuntut penyampaian praktis, relevan, dan berbasis teknologi. Banyak pembelajaran masih bersifat teoritis, tanpa menjelaskan penerapannya dalam kehidupan sehari-hari, yang pada akhirnya mengurangi efektivitasnya dalam membentuk perilaku keuangan positif.

Fenomena lain yang turut memengaruhi perilaku keuangan adalah paparan media sosial. Dalam kehidupan sehari-hari, Generasi Z menghabiskan banyak waktu di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, yang

sering kali menampilkan gaya hidup konsumtif, promosi produk, serta konten-konten yang membentuk citra kesuksesan dari sisi material. Akibatnya, banyak dari mereka melakukan pengeluaran berdasarkan pengaruh emosional dan keinginan untuk tampil mengikuti tren, bukan berdasarkan kebutuhan atau kemampuan keuangan.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif maupun perilaku keuangan secara umum. Ada pula penelitian yang mengangkat pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif. Namun, mayoritas penelitian masih bersifat terpisah-pisah dan belum mengkaji secara simultan korelasi literasi keuangan, pembelajaran keuangan, dan paparan media sosial terhadap perilaku keuangan, khususnya pada Generasi Z di lingkungan akademik.

Metode yang digunakan dalam penelitian sebelumnya beragam. Penelitian kualitatif memberikan pemahaman mendalam terhadap motivasi perilaku finansial, namun tidak dapat digeneralisasi secara statistik. Sementara itu, penelitian kuantitatif seperti survei korelasional atau analisis regresi memberikan data numerik yang dapat diukur dan dibandingkan, namun terkadang tidak cukup mengeksplorasi dimensi sosial dan emosional yang turut membentuk perilaku. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan dari ketiga variabel independen terhadap perilaku keuangan.

Dengan mempertimbangkan fenomena-fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengukur sejauh mana literasi keuangan dan pembelajaran keuangan mampu meningkatkan perilaku keuangan yang sehat, (2) mengkaji sejauh mana paparan media sosial justru memperburuk perilaku keuangan generasi muda, dan (3) memberikan rekomendasi berbasis data empiris yang dapat digunakan oleh lembaga pendidikan maupun pembuat kebijakan dalam merancang strategi pembelajaran adaptif terhadap generasi digital.

Adapun kontribusi utama dari penelitian ini meliputi: Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh simultan dari tiga faktor penting terhadap perilaku keuangan Generasi Z; Menjadi dasar pengembangan program literasi dan pembelajaran keuangan yang sesuai dengan karakteristik generasi digital; Menunjukkan urgensi kontrol terhadap paparan media sosial dalam konteks pengambilan keputusan keuangan; Menyediakan data kuantitatif yang relevan bagi akademisi dan institusi dalam melakukan evaluasi kurikulum atau kebijakan edukasi keuangan.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel-variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Penelitian ini berfokus pada pengaruh literasi keuangan (X_1), pembelajaran keuangan (X_2), dan paparan media sosial (X_3) terhadap perilaku keuangan (Y) pada Generasi Z.

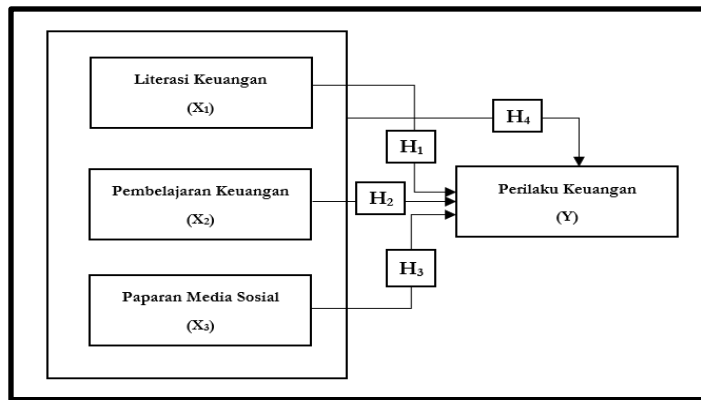
Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi yang termasuk dalam kategori Generasi Z (lahir tahun 1997–2012) di perguruan tinggi Universitas Bakti Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, dengan kriteria mahasiswa yang telah memiliki penghasilan tetap atau tidak tetap (misalnya beasiswa, kerja paruh waktu, atau uang saku rutin), dan aktif menggunakan media sosial. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin.

Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner. Data akan dikumpulkan dengan cara : (1) Distribusi kuesioner online, di mana kuesioner akan dibagikan secara online melalui platform seperti Google Forms yang dapat diakses oleh mahasiswa Universitas Bakti Indonesia. Setiap kuesioner akan memuat petunjuk pengisian yang jelas dan sederhana. Penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dengan skor dari 5 sampai 1 yang terdiri Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. (2) Wawancara bersifat opsional jika diperlukan, peneliti dapat melakukan wawancara singkat kepada beberapa responden untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam terkait perilaku konsumtif mereka.

Adapun teknik analisis data yang dilakukan yaitu: (1) Uji Validitas dan Reliabilitas: Sebelum melakukan analisis data utama, kuesioner yang telah disebar akan diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan instrumen tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dengan tepat dan konsisten. (2) Analisis Deskriptif: Digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden berdasarkan data demografi yang terkumpul. (3) Uji Asumsi Klasik: Untuk memenuhi syarat analisis regresi linier berganda dengan melakukan Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov), Uji Multikolinearitas ($VIF < 10$ dan $Tolerance > 0.1$), dan Uji Heteroskedastisitas (Glejser Test atau scatterplot). (4) Analisis Regresi Berganda: Teknik analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh simultan dari tiga variabel independen (literasi keuangan, pembelajaran keuangan, paparan media sosial) terhadap variabel

dependen (perilaku keuangan). Model regresi berganda akan digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap perilaku keuangan.

Gambaran kerangka berfikir untuk penelitian ini dapat dilihat pada ilustrasi berikut:



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian

Kerangka konsep penelitian tersebut akan menjelaskan hipotesis penelitian berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang harus diuji secara empiris melalui penelitian ini. Adapun hipotesis dalam penelitian ini, yaitu :

- H1: Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z
- H2: Pembelajaran keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Gen-erasi Z.
- H3: Paparan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z.
- H4: Literasi keuangan, pembelajaran keuangan, dan paparan media sosial berpengaruh signifikan secara simultan terhadap perilaku keuangan Generasi Z

Berikut adalah tabel definisi operasional dan inddikatornya berdasarkan empat variabel penelitian:

Tabel 1 Daftar Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Literasi Keuangan (X ₁)	Tingkat pengetahuan, pemahaman, dan kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan, termasuk tabungan, investasi, dan pengeluaran.	1. Pemahaman konsep bunga, inflasi, dan risiko 2. Kemampuan menyusun anggaran keuangan 3. Pengetahuan tentang produk keuangan 4. Membedakan kebutuhan dan keinginan 5. Pemahaman manajemen utang
Pembelajaran Keuangan (X ₂)	Proses pembelajaran yang dialami mahasiswa terkait keuangan, baik melalui pendidikan formal maupun nonformal, yang berdampak pada pemahaman dan perilaku keuangan	1. Kejelasan dan relevansi materi keuangan 2. Metode pembelajaran yang aplikatif 3. Pemberian studi kasus atau praktik 4. Kemampuan pengajar menjelaskan konsep keuangan 5. Kesesuaian materi dengan realitas kehidupan mahasiswa
Paparan Media Sosial (X ₃)	Seberapa sering dan intens mahasiswa terpapar konten terkait gaya hidup, keuangan, dan promosi melalui media sosial.	1. Frekuensi menggunakan media sosial 2. Terpapar konten promosi barang/jasa 3. Mengikuti influencer gaya hidup 4. Dampak emosional setelah melihat konten 5. Perbandingan gaya hidup melalui media sosial
Perilaku Keuangan (Y)	Tindakan nyata mahasiswa dalam merencanakan, mengelola, dan mengevaluasi penggunaan uang secara bijak dan bertanggung jawab.	1. Membuat dan menjalankan anggaran 2. Kebiasaan menabung secara konsisten 3. Kemampuan menghindari pembelian impulsif 4. Perencanaan keuangan jangka pendek dan panjang 5. Penggunaan uang sesuai kebutuhan

3. Hasil dan Diskusi Deskripsi Responden

Responden yang didapat sebesar 75 mahasiswa, dengan menggunakan rumus Slovin asumsi margin error sebesar 10% dengan jumlah total mahasiswa dari semester 2, 4, 6, dan 8 sejumlah 309 mahasiswa. Dari 75 orang tersebut yang memenuhi kriteria yaitu mendapat beasiswa dan bekerja sambil kuliah hanya sebesar mahasiswa. Profil Responden berdasarkan jenis kelamin dan persebaran mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Bakti Indonesia dengan adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Profil Responden Berdasarkan Kriteria

Jenis Kelamin	
Beasiswa	48%
Bekerja	36%
Beasiswa dan bekerja	16%
Jumlah	100%

Tabel 3 Profil Responden Berdasarkan Program Studi

Program Studi Fakultas Ekonomi					
Program Studi	Semester	Mahasiswa	Beasiswa	Bekerja	Beasiswa dan Bekerja
Akuntansi	2	2 orang	1 orang	1 orang	0 orang
	4	9 orang	4 orang	5 orang	0 orang
	6	12 orang	4 orang	5 orang	3 orang
	8	11 orang	5 orang	3 orang	3 orang
Manajemen	2	5 orang	4 orang	1 orang	0 orang
	4	12 orang	5 orang	5 orang	2 orang
	6	11 orang	8 orang	3 orang	0 orang
	8	13 orang	5 orang	4 orang	4 orang
Jumlah		75 orang	36 orang	27 orang	12 orang

Tabel 4 Profil Responden Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan

Media Sosial	Mahasiswa	Persentase
Online Shopping	31 orang	41%
Investasi	21 orang	28%
Lainnya (Traveling)	23 orang	31%
Jumlah	75 orang	100 %

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian (dalam hal ini kuesioner) benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Validitas menunjukkan apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya untuk menggambarkan konsep atau variabel yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS. Teknik yang digunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor item pernyataan dengan total skor variabelnya. Dengan jumlah responden sebanyak 75 orang, nilai r tabel pada $\alpha = 0,05$ adalah sebesar 0,227. Kriteria pengambilan keputusan jika r hitung $>$ r tabel (0,227), maka item dinyatakan valid. Jika r hitung \leq r tabel, maka item dinyatakan tidak valid. Hasil uji validitas ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

1) Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X_1)

Tabel 5 Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X_1)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.553	0.227	Valid
2	0.497	0.227	Valid
3	0.468	0.227	Valid
4	0.482	0.227	Valid
5	0.501	0.227	Valid

2) Uji Validitas Variabel Pembelajaran Keuangan (X_2)

Tabel 6 Uji Validitas Variabel Pembelajaran Keuangan (X_2)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.556	0.227	Valid
2	0.489	0.227	Valid
3	0.472	0.227	Valid
4	0.448	0.227	Valid
5	0.517	0.227	Valid

3) Uji Validitas Variabel Paparan Media Sosial (X_3)

Tabel 7 Uji Validitas Variabel Paparan Media Sosial (X_3)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.463	0.227	Valid
2	0.531	0.227	Valid
3	0.458	0.227	Valid
4	0.477	0.227	Valid
5	0.441	0.227	Valid

4) Uji Validitas Variabel Perilaku Keuangan (Y)

Tabel 8 Uji Validitas Variabel Perilaku Keuangan (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0.558	0.227	Valid
2	0.589	0.227	Valid
3	0.468	0.227	Valid
4	0.491	0.227	Valid
5	0.526	0.227	Valid

Dengan mempertimbangkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari keempat variabel memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,227). Maka, seluruh item dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah tes yang digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana instrumen penelitian menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil. Semua variabel dalam penelitian ini memiliki Cronbach's Alpha melebihi dari 0,7 maka kuesioner reliable dan konsisten dalam mengukur masing-masing variabel. Dengan kata lain, data yang dikumpulkan dengan instrumen ini cenderung konsisten dan dapat diandalkan.

Tabel 9 Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Keuangan (Y)

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	5	0,794	Reliabel
Pembelajaran Keuangan	5	0,812	Reliabel
Paparan Media Sosial	5	0,768	Reliabel
Perilaku Keuangan	5	0,825	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan pada instrumen penelitian ini adalah reliabel. Dengan demikian, kuesioner layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini.

c. Uji Asumsi Klasik

(1) Uji Normalitas

Uji normalitas penting untuk memastikan bahwa asumsi dasar dari analisis statistik seperti analisis regresi telah terpenuhi. Jika data terdistribusi normal, maka analisis statistik parametrik seperti regresi, ANOVA dan lainnya dapat digunakan dengan lebih tepat. Hasil uji normalitas menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov (K-S), yang umum digunakan dalam penelitian dengan jumlah sampel lebih dari 50.

Tabel 10 Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov (K-S)

Statistik Uji	Nilai
N	75
Kolmogorov-Smirnov Z	0.674
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.756
Keterangan	Data berdistribusi normal

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,756, yang lebih besar dari nilai $\alpha = 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi

normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi, dan data layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linier berganda.

(2) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang sangat kuat antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Multikolinearitas yang tinggi dapat menyebabkan masalah dalam model regresi, seperti ketidakstabilan koefisien dan kesulitan dalam menginterpretasikan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 11 Uji Multikolinieritas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Literasi Keuangan (X_1)	0.582	1.718	Tidak terjadi multikolinearitas
Pembelajaran Keuangan (X_2)	0.604	1.656	Tidak terjadi multikolinearitas
Paparan Media Sosial (X_3)	0.579	1.727	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan tabel di atas, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi. Oleh karena itu, model regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi multikolinearitas.

(3) Uji Heterokedastitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidak-samaan varians dari residual pada model regresi. Heteroskedastisitas yang tinggi dapat menyebabkan hasil estimasi menjadi tidak efisien. Pengujian dilakukan menggunakan Uji Glejser, dengan langkah melakukan regresi antara nilai absolut residual dan masing-masing variabel independen. Jika nilai Signifikansi (Sig.) > 0,05, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Jika nilai Sig. ≤ 0,05, maka terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 12 Uji Heterokedastitas (Breusch-Pagan)

Variabel Independen	Sig. (p-value)	Keterangan
Literasi Keuangan (X_1)	0.284	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Pembelajaran Keuangan (X_2)	0.312	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Paparan Media Sosial (X_3)	0.447	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel di atas, seluruh nilai signifikansi (Sig.) pada masing-masing variabel independen lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas, sehingga asumsi ini terpenuhi dan model dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

d. Uji Hipotesis

(1) Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian ini melakukan Uji Regresi Linier Berganda. Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi dalam variabel dependen (Perilaku Keuangan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (Literasi Keuangan, Pembelajaran Keuangan, dan Paparan Media Sosial). Berdasarkan hasil olah data menggunakan SPSS, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5.321 + 0.312 X_1 + 0.295 X_2 - 0.208 X_3$$

(2) Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Tabel 13 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Statistik	Nilai
R Square	0.493
Adj. R ²	0.472

Sebesar 49,3% variasi dalam perilaku keuangan dijelaskan oleh ketiga variabel bebas. Sisanya 50,7% dijelaskan oleh faktor lain.

(3) Uji Koefisien Regresi dan Uji t (Parsial)

Tabel 12 Uji Koefisien Regresi dan Uji t (Parsial)

Model	B (Koefisien)	Std. Error	t-value	Sig. (p-value)	Keterangan
(Konstanta)	5.321	0.739	7.202	0.000	Signifikan
Literasi Keuangan (X_1)	0.312	0.096	3.256	0.002	H1 diterima (Signifikan)
Pembelajaran Keuangan (X_2)	0.295	0.099	2.989	0.004	H2 diterima (Signifikan)
Paparan Media Sosial (X_3)	-0.208	0.097	-2.135	0.036	H3 diterima (Signifikan)

(4) Uji Simultan (Uji F)

Tabel 13 Uji Simultan (Uji F)

Sumber	SS	df	MS	F	Sig.
Regresi	112.456	3	37.485	15.384	0.000
Residual	115.262	71	1.623		
Total	227.718	74			

Berdasarkan hasil uji F, kita dapat menyimpulkan bahwa Literasi Keuangan, Pembelajaran Keuangan, dan Paparan Media Sosial berpengaruh simultan terhadap Perilaku Keuangan. Karena p-value < 0,05, hipotesis nol ditolak, yang berarti ketiga variabel independen bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan Generasi Z. F-statistic = 15.384.

e. Penjelasan Hipotesis

1) Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (H_1)

Hasil uji t menunjukkan bahwa literasi keuangan (X_1) memiliki nilai t-hitung sebesar 3,256 dengan nilai signifikansi 0,002, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Dengan demikian, hipotesis H_1 diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan seperti perencanaan anggaran, menabung, dan investasi, maka semakin baik pula perilaku keuangan yang mereka tampilkan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [2] yang menyatakan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu determinan penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat pada kalangan muda. Temuan ini juga diperkuat oleh [11] dan [20] yang menemukan bahwa mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu mengontrol pengeluaran dan melakukan perencanaan keuangan jangka panjang. Dengan demikian, peningkatan literasi keuangan melalui pendidikan formal maupun non-formal menjadi salah satu langkah strategis dalam mendorong perilaku finansial yang baik di kalangan mahasiswa.

2) Pengaruh Pembelajaran Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (H_2)

Variabel pembelajaran keuangan (X_2) juga menunjukkan pengaruh positif yang signifikan, dengan nilai t-hitung sebesar 2,989 dan nilai signifikansi 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H_2 diterima. Mahasiswa yang memperoleh pembelajaran keuangan secara efektif baik melalui kurikulum formal maupun pendekatan praktis akan lebih siap mengelola keuangannya secara mandiri dan memiliki perilaku finansial yang lebih bertanggung jawab. Ini mendukung teori bahwa pembelajaran keuangan memiliki peran edukatif dalam membentuk kebiasaan keuangan yang baik.

Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian oleh [9] yang menyatakan bahwa pendidikan keuangan, baik dalam kurikulum maupun melalui pelatihan tambahan, meningkatkan kompetensi individu dalam membuat keputusan keuangan yang bijak. Selain itu, studi oleh [15] menunjukkan bahwa kualitas pembelajaran keuangan di tingkat perguruan tinggi secara langsung meningkatkan kecakapan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi. Dengan kata lain, keberhasilan pembelajaran keuangan tidak hanya diukur dari aspek kognitif, tetapi juga dari perubahan perilaku nyata mahasiswa dalam mengelola keuangan sehari-hari.

3) Pengaruh Paparan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Generasi Z (H_3)

Hasil uji menunjukkan bahwa paparan media sosial (X_3) memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan, dengan nilai t-hitung sebesar -2,135 dan nilai signifikansi 0,036. Dengan demikian, hipotesis H_3 juga diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat paparan mahasiswa terhadap konten media sosial terutama konten konsumtif maka semakin besar kemungkinan mereka

memiliki perilaku keuangan yang buruk, seperti pengeluaran impulsif atau kurangnya kontrol terhadap kebutuhan dan keinginan.

Penemuan ini sejalan dengan penelitian oleh [7] yang menemukan bahwa media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, banyak menyuguhkan gaya hidup konsumtif yang memengaruhi pengambilan keputusan keuangan anak muda. Hal ini juga didukung oleh [6] yang menyatakan bahwa media sosial memiliki peran kuat dalam membentuk persepsi dan pola pengeluaran, khususnya dalam konteks mengikuti tren atau *fear of missing out* (FOMO). Dengan demikian, penting bagi mahasiswa untuk membangun kesadaran literasi digital dan keuangan secara bersamaan agar tidak mudah terpengaruh oleh konten konsumtif yang tersebar luas di media sosial.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan temuan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa: Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Semakin tinggi literasi keuangan yang dimiliki mahasiswa, semakin baik pula perilaku keuangan yang ditunjukkan, seperti kemampuan menyusun anggaran, menabung, dan membuat keputusan keuangan yang bijak. Pembelajaran keuangan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Proses pembelajaran yang berkualitas, khususnya yang berbasis praktik dan relevan dengan kondisi riil, mampu mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kebiasaan keuangan yang bertanggung jawab. Paparan media sosial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku keuangan. Mahasiswa yang terlalu sering terpapar konten konsumtif di media sosial cenderung mengalami peningkatan pengeluaran yang bersifat impulsif dan tidak sesuai dengan kebutuhan riil. Secara simultan, ketiga variabel independen yaitu literasi keuangan, pembelajaran keuangan, dan paparan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Model regresi yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 49,3% variasi perilaku keuangan, sedangkan sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Referensi

- [1] D. A. P. Andiani and R. Maria, "Pengaruh Financial Technology dan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Keuangan pada Generasi Z," *J. Akunt. Bisnis dan Ekon.*, vol. 9, no. 2, pp. 3468–3475, 2023, doi: 10.33197/jabe.vol9.iss2.2023.1226.
- [2] J. Khoirunnisaa and I. R. Johan, "The Effects of Financial Literacy and Self-Control towards Financial Behavior among High School Students in Bogor," *J. Consum. Sci.*, vol. 5, no. 2, pp. 73–86, 2020, doi: 10.29244/jcs.5.2.73-86.
- [3] R. Cherlyna, P. Oktavia, E. Java, A. Amin, and E. Java, "The Impact of Social Media on Lifestyle, Financial Literacy, and Consumptive Behavior of Generation-z in the Perspective of Theory of Planned Behavior," vol. 10, no. 02, pp. 79–93, 2025.
- [4] A. D. Pramedi and N. A. Haryono, "Pengaruh Financial Literacy, Financial Knowledge, Financial Attitude, Income dan Financial Self Efficacy terhadap Financial Management Behavior Entrepreneur Lulusan Perguruan Tinggi di Surabaya," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 9, no. 2, p. 572, 2021, doi: 10.26740/jim.v9n2.p572-586.
- [5] I. Herdjiono and L. A. Damanik, "Pengaruh Financial Attitude, Financial Knowledge, Parental Income Terhadap Financial Management Behavior," *J. Manaj. Teor. dan Ter. J. Theory Appl. Manag.*, vol. 9, no. 3, pp. 226–241, 2016, doi: 10.20473/jmtt.v9i3.3077.
- [6] T. R. Riski and H. Sulistianingsih, "Literasi Keuangan, Media Sosial dan Perilaku Keuangan Mahasiswa di Kota Padang," *Ekon. Dan Bisnis*, vol. 19, no. 1, pp. 113–126, 2020, [Online]. Available: <http://jurnal.umidha.ac.id/index.php/JEBD/article/view/71>
- [7] L. A. Safitri and C. B. Dewa, "Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z," *ASSET J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 5, no. 2, 2022, doi: 10.24269/asset.v5i2.6030.
- [8] R. M. Azhari, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Financial Technology Terhadap Pengelolaan Keuangan Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Moderasi," *J. Manag. Bus.*, vol. Volume 6, no. Issue 1 (2022), pp. 558–572, 2023, [Online]. Available: <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/53539%0Ahttp://etheses.uin-malang.ac.id/53539/1/19510215.pdf>
- [9] N. Fatimah and Susanti, "Pengaruh Pembelajaran Akuntansi Keuangan, Literasi Keuangan, dan Pendapatan Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Gresik," *Pendidik. Akunt.*, vol. 6, pp. 48–57, 2018.
- [10] K. Positif and D. Kalangan, "Literasi Keuangan Dan Sosialisasi Keuangan : Pendorong Perilaku," vol. 9, no. 1, pp. 31–46, 2024.
- [11] Panjaitan and Listiadi, "Literasi Keuangan dan Pendapatan pada Keputusan Investasi dengan Perilaku Keuangan sebagai Variabel Moderasi," *J. Ilm. Akunt. dan Humanika*, vol. 11, no. 1, pp. 142–155, 2021.
- [12] F. K. Dayanti, J. Susyanti, and M. K. Abs., "Pengaruh Literasi Keuangan, Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha UMKM Fashion Di Kabupaten Malang," *J. Phys. A Math. Theor.*, vol. 44, no. 8, p. 51, 2020.
- [13] M. S. Sherraden, L. Johnson, B. Guo, and W. Elliott, "Financial Capability in Children: Effects of Participation in a School-Based Financial Education and Savings Program," *J. Fam. Econ. Issues*, vol. 32, no. 3, pp. 385–399, 2011, doi: 10.1007/s10834-010-9220-5.
- [14] D. Fernandes, J. G. Lynch, and R. G. Netemeyer, "The Effect of Financial Literacy on Downstream Financial Behaviors," *Manage. Sci.*, vol. 60, no. 8, pp. 1861–1883, 2014, [Online]. Available: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.2013.1849>
- [15] T. E. Pradiningtyas and F. Lukiastuti, "Pengaruh Pengetahuan Keuangan dan Sikap Keuangan terhadap Locus of Control dan Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Ekonomi," *J. Minds Manaj. Ide dan Inspirasi*, vol. 6, no. 1, p. 96, 2019, doi: 10.24252/minds.v6i1.9274.
- [16] M. A. Miradji, W. Agung, S. Vercelly, and R. Pratama, "" Di Balik Cuan Konten : Eksplorasi Strategi Pengelolaan Keuangan oleh Gen Z di Dunia Digital," pp. 35–47.
- [17] K. Z. K. Zhang, H. Xu, S. Zhao, and Y. Yu, "Online reviews and impulse buying behavior: the role of browsing and impulsiveness," *Internet Res.*, vol. 28, no. 3, pp. 522–543, 2018, doi: 10.1108/IntR-12-2016-0377.
- [18] D. Doroshkevych and O. Venger, "Evaluation of Digital Advertising Effectiveness on Social Media," vol. 10, no. 10, pp. 143–154,

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1260>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- 2019.
- [19] A. A. Rabbani *et al.*, “JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi) PENGARUH LITERASI KEUANGAN , STATUS SOSIAL EKONOMI , LINGKUNGAN SOSIAL , LOCUS OF CONTROL DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan,” *J. Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. dan Akuntansi)*, vol. 8, no. 1, pp. 456–475, 2024.
- [20] Sri Wahyuni Abdurrahman and Serli Oktapiani, “Pengaruh Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa,” *J. Ekon. dan Bisnis Indones.*, vol. 5, no. 2, pp. 50–55, 2020, doi: 10.37673/jebi.v5i02.855.