

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menabung merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan perekonomian suatu negara (Angela & Pamungkas, 2022). Laju pertumbuhan ekonomi negara bergantung pada kemampuan masyarakat dalam menabung. Tingkat tabungan yang lebih tinggi dapat mendorong tingkat investasi serta menstimulasi pertumbuhan ekonomi (Keynes, 1936). Meningkatnya pertumbuhan ekonomi dapat memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat (Zulaika & Listiadi, 2020).

Bank Indonesia melakukan Survei Konsumen guna mengetahui kondisi keuangan konsumen antara proporsi pendapatan untuk konsumsi dan menabung. Berdasarkan hasil survei, dalam tiga tahun terakhir menunjukkan bahwa *gap* antara tingkat menabung masyarakat Indonesia dengan jumlah konsumsi cukup tinggi (Bank Indonesia, 2024a). Berikut perbandingan rata-rata proporsi pendapatan konsumen untuk konsumsi dan pendapatan untuk menabung.

Tabel 1.1 Perbandingan Rasio Konsumsi dan Rasio Tabungan

Tahun	Rasio Konsumsi	Rasio Tabungan
2023	75,3%	15,7%
2022	75,6%	15,2%
2021	76,2%	14,1%

Sumber:

<https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/SK-Desember-2022.aspx>

Diakses pada: 2 Maret 2024

Sementara Survei Konsumen pada Januari 2024 menunjukkan bahwa terdapat pengeluaran untuk konsumsi sebesar 74,6 persen dan pendapatan untuk disimpan sebesar 16,2 persen (Bank Indonesia, 2024). Berdasarkan hasil tersebut, persentase pendapatan yang dialokasikan untuk menabung masih dibawah 20 persen. Terdapat prinsip alokasi pendapatan yang dipopulerkan oleh Senator Elizabeth Warren dan Amelia Warren Tyagi, yaitu prinsip 50-30-20. Pada prinsip tersebut, 50 persen untuk kebutuhan, 30 persen untuk keinginan, dan 20 persen untuk tabungan (Hema, 2021). Metode lain dalam mengalokasikan pendapatan yaitu menggunakan formula 40-30-20-10, dengan rincian 40 persen untuk kebutuhan, 30 persen cicilan, 20 persen tabungan untuk masa depan, serta 10 persen untuk sedekah (Wahyuningsih, 2021).

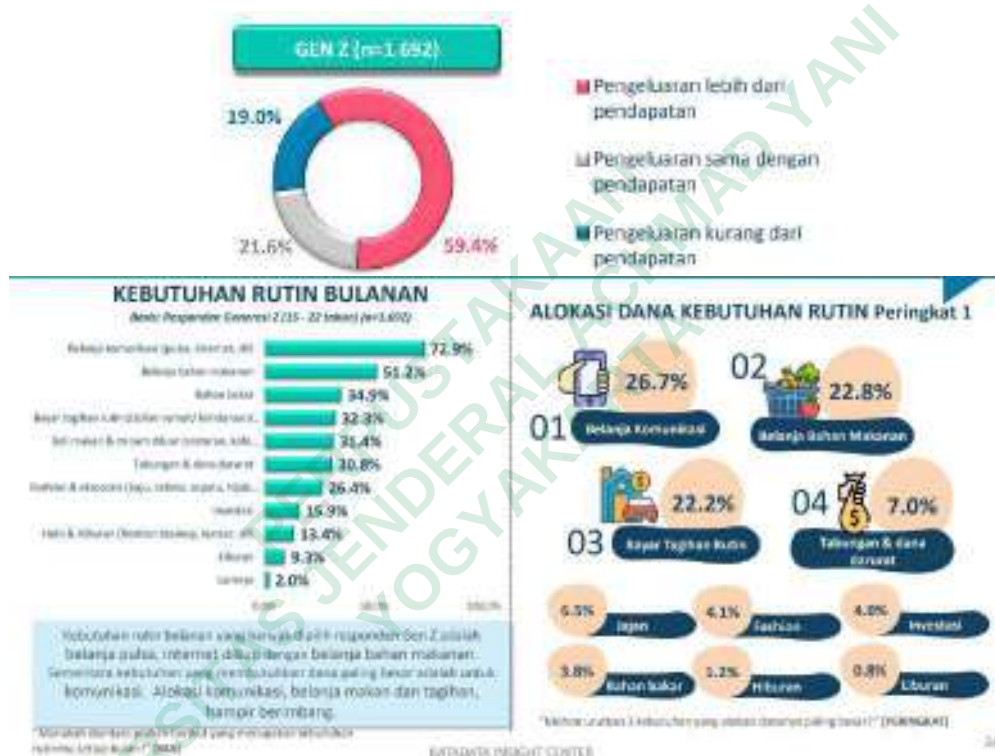
Badan Pusat Statistik (2020) melakukan sensus penduduk guna mengetahui jumlah penduduk serta persentase generasi di Indonesia. Berdasarkan hasil sensus tersebut, Generasi Z (kelahiran 1997 – 2012) mendominasi generasi di Indonesia sebanyak 27,94 persen. Kemudian disusul Generasi Millennial (kelahiran 1981 – 1996) sebanyak 25,87 persen dari total populasi (BPS, 2020a, 2020b; Rahman, 2021). Generasi Z berperan penting pada perkembangan Indonesia saat ini maupun yang akan datang (Rahman, 2021). Generasi Z tumbuh dalam era digital, dimana mereka dapat dengan mudah mengakses teknologi dan informasi (Zulfah *et al.*, 2023). Sebagaimana menurut Bantam & Pradana (2024), Generasi Z merupakan generasi yang memiliki kemampuan teknologi yang baik. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia melakukan survei jumlah pengguna internet di Indonesia.

Hasil menunjukkan bahwa terdapat 221.563.479 jiwa pengguna internet, dimana 34,40 persen merupakan Generasi Z dan 30,40 persen Generasi Milenial (APJII, 2024). Dengan demikian, mayoritas generasi yang mengakses dunia maya yaitu Generasi Z.

Salah satu karakter menarik dari Generasi Z yang dikemukakan oleh David Stilman dan Jonah Stilman (2017) adalah FOMO (*Fear of Missing Out*) atau takut melewatkan sesuatu (Rahman, 2021). Adanya kemajuan teknologi dapat memudahkan dalam mengakses media sosial, *e-commerce*, dan pembayaran digital tanpa batas (Cahyono & Syahril, 2023; Damayanti & Handayani, 2023; Rahmawati & Wati, 2023). Sehingga apabila sikap FOMO tidak dikendalikan dengan baik ditengah kemajuan teknologi saat ini, maka dapat berdampak pada perilaku konsumtif (Ira, 2024). Selain itu, Generasi Z memiliki prinsip YOLO (*You Only Live Once*), dimana mereka mengadopsi konsep bahwa hidup hanya sekali maka harus dinikmati. Generasi muda yang memegang prinsip tersebut rentan terhadap perilaku konsumtif untuk hal – hal yang bukan merupakan kebutuhan primer, seperti liburan dan *experience buying* (Herdiantoro & Pratiwi, 2023). Generasi yang memiliki prinsip tersebut menikmati hidup hanya untuk saat ini tanpa mengkhawatirkan masa depan (Laturette *et al.*, 2021).

Katadata Insight Center (2022) melakukan survei terhadap perilaku keuangan Generasi Z dan Y. Berdasarkan survei tersebut, sejumlah 59,4 persen dari total responden menyatakan bahwa pengeluaran lebih besar dari pada pendapatan. Sementara 21,6 persen menyatakan pengeluaran sama dengan

pendapatan dan 19 persen pengeluaran kurang dari pendapatan. Adapun pengeluaran rutin terbesar Generasi Z yaitu belanja komunikasi (puls, internet, dll) 26,7 persen. Kemudian disusul belanja bahan makanan sebesar 22,8 persen. Sedangkan alokasi untuk tabungan dan dana darurat sebesar 7 persen.



Gambar 1.1 Survei Perilaku Keuangan Generasi Z dan Y

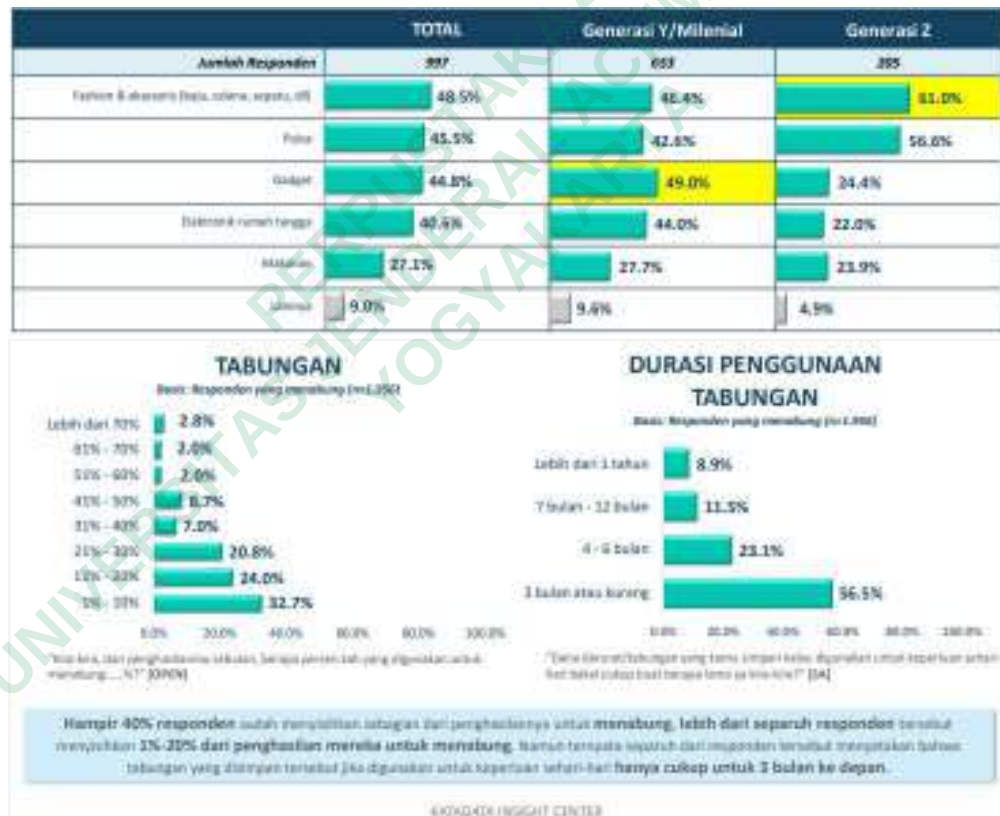
Sumber:

<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2022/01/10/perilaku-keuangan-generasi-z-dan-y>

Diakses pada: 15 Maret 2024

Generasi muda juga dihadapkan dengan layanan *paylater* dalam berbelanja produk. Dilansir dari CNBC Indonesia (2023), per semester I-2023 jumlah utang yang belum dibayarkan *Buy Now Pay Later* (BNPL) mencapai Rp25,16 triliun. Tercatat bahwa 47,78 persen pengguna BNPL adalah usia

muda dengan rentang usia 20 – 30 tahun (N. Putri, 2023). Ditinjau lebih lanjut pada Survei Katadata Insight Center (2022), mayoritas Generasi Z menggunakan *paylater* untuk membeli produk *fashion* dan aksesoris. Adapun dalam hal menabung, hampir 40 persen responden Generasi Z dan Y sudah menyisihkan penghasilan untuk menabung. Lebih dari separuh responden menyisihkan penghasilan sebesar 1 sampai dengan 20 persen untuk ditabung. Namun demikian, tabungan tersebut hanya cukup digunakan untuk tiga bulan kedepan (Katadata Insight Center, 2022).



Gambar 1.2 Survei Penggunaan Kredit dan Menabung Generasi Z dan Y

Sumber:

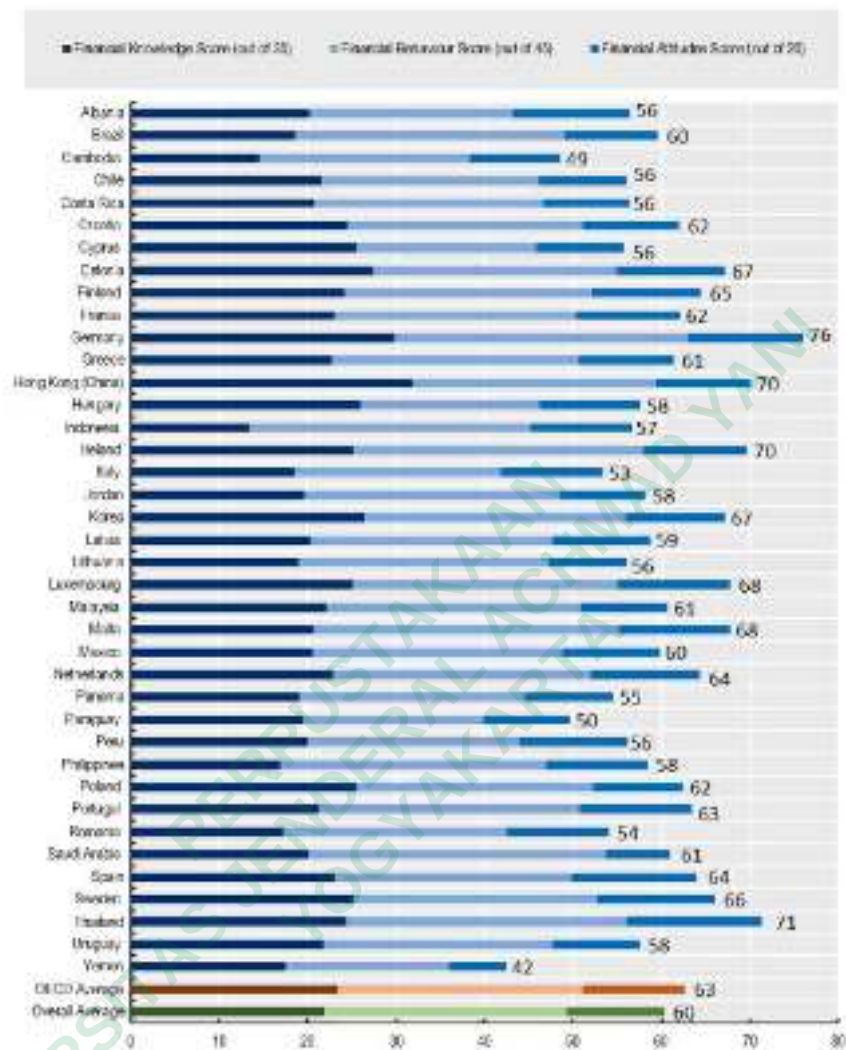
<https://databoks.katadata.co.id/publikasi/2022/01/10/perilaku-keuangan-generasi-z-dan-y>

Diakses pada: 15 Maret 2024

Optimalisasi literasi keuangan menjadi kunci agar generasi muda dapat memahami pengelolaan serta pengambilan keputusan keuangan secara bijak (Prakasha et al., 2023). Upaya meningkatkan perilaku menabung dapat dengan meningkatkan literasi individu. Meningkatnya pengetahuan keuangan dapat mendorong seseorang dapat mengambil keputusan lebih baik (Ayuningsih & Dewi, 2023). Literasi keuangan merupakan kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, keyakinan, sikap, dan perilaku dalam pengambilan keputusan keuangan (Ardhiani & Panjaitan, 2023). Menurut Mitchell & Lusardi (2015), literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam membuat keputusan keuangan yang baik terkait perencanaan keuangan, akumulasi uang, dan manajemen utang.

Organization for Economic Co-operation Development (OCED) dan *International Network on Financial Education* (IFNE) melakukan survei internasional skor literasi keuangan yang diikuti oleh 40 negara di dunia. Berdasarkan hasil survei, Indonesia mendapatkan skor literasi keuangan dibawah rata-rata. Adapun skor rata – rata 40 negara yang berpartisipasi sebesar 60 poin dari 100 poin. Sedangkan skor literasi keuangan Indonesia yaitu 57 poin. Hasil tersebut juga menunjukkan bahwa skor Indonesia dibawah keempat negara di Asia Tenggara yang berpartisipasi, seperti Malaysia (61 poin), Filipina (58 poin), dan Thailand (71 poin) (OCED, 2023).

Average financial literacy scores (out of 100)



Notes: The overall financial literacy score is computed as the sum of the scores on financial knowledge, financial behaviour and financial attitudes. The overall financial literacy score was scaled to range between 0 and 100.

Gambar 1.3 International Survey of Adult Financial Literacy Tahun 2023

Sumber:

<https://www.oecd.org/publications/oecd-infe-2023-international-survey-of-adult-financial-literacy-56003a32-en.htm>

Diakses pada: 2 Maret 2024

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyelenggarakan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLK) guna mengetahui tingkat indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Hasil survei menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun terakhir indeks literasi dan inklusi keuangan Indonesia

mengalami peningkatan. Namun demikian, hasil tersebut menunjukkan masih adanya *gap* antara inklusi keuangan dengan literasi keuangan (OJK, 2022b). Inklusi keuangan didefinisikan sebagai ketersediaan akses masyarakat pada berbagai lembaga, produk, dan/atau layanan jasa keuangan masyarakat (OJK, 2022a).

Tabel 1.2 Perbandingan Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan

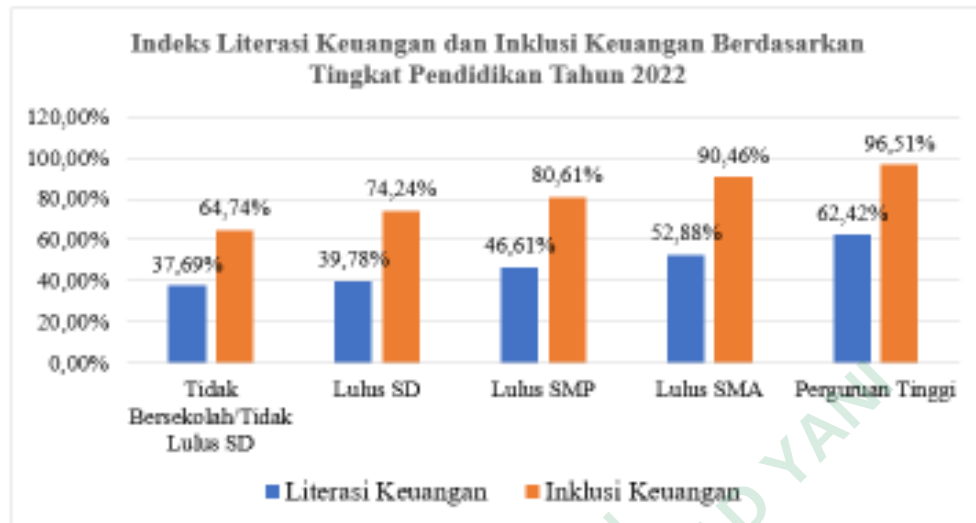
Indeks	2013	2016	2019	2022
Literasi Keuangan	21,84%	29,70%	38,03%	49,68%
Inklusi Keuangan	59,74%	67,74%	76,19%	85,10%
<i>Gap</i>	37,9%	38,04%	38,16%	35,42%

Sumber:

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>

Diakses pada: 16 Maret 2024

Gap antara literasi keuangan dan inklusi keuangan disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kondisi geografis, demografis, kesenjangan pendapatan, keberagaman budaya, serta perbedaan latar belakang pendidikan dan usia (Elisabeth, 2021). Pada segi pendidikan, kelompok yang memiliki literasi keuangan dan inklusi keuangan dibawah persentase indeks nasional antara lain, tidak bersekolah/tidak lulus SD, lulus SD, dan lulus SMP (OJK, 2022a). Perbedaan akses pendidikan menunjukkan adanya ketimpangan pengetahuan, pemahaman, dan perilaku keuangan dalam masyarakat (Giane, 2023).



Gambar 1.4 Indeks Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Tahun 2022

Sumber:

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/info-terkini/Pages/Infografis-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-Tahun-2022.aspx>

Diakses pada: 16 Maret 2024

Ketimpangan literasi keuangan juga terjadi di antar wilayah di Indonesia. Hasil survei oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa 41 persen (14 provinsi) masih memiliki literasi keuangan di bawah rata – rata nasional (Giane, 2023). Selain itu, populasi di pedesaan memiliki tingkat literasi keuangan dan inklusi keuangan yang lebih rendah dibandingkan dengan populasi di perkotaan. Adapun indeks literasi keuangan di desa sebesar 48,43 persen dengan inklusi keuangan 82,69 persen. Sedangkan literasi keuangan di perkotaan 50,52 persen dan inklusi keuangan 86,73 persen (OJK, 2022a). Tingkat literasi dan inklusi keuangan di perkotaan lebih tinggi karena pendapatan sumber informasi lebih memadai dibandingkan dengan di pedesaan (Elisabeth, 2021).

Adanya *gap* antara literasi keuangan dan inklusi keuangan berisiko menimbulkan permasalahan finansial di masyarakat, seperti maraknya pinjaman *online* ilegal guna memenuhi gaya hidup (Humas UWM, 2023). Masyarakat memanfaatkan pinjaman *online* untuk kebutuhan konsumtif (membeli tiket konser, liburan, dan sebagainya) tanpa mempertimbangkan kemampuan membayar kembali. Alasan masyarakat memutuskan melakukan pinjaman *online* karena proses peminjaman yang relatif mudah dan cepat, namun tanpa disadari bahwa bunga yang dikenakan lebih besar (Humas UWM, 2023).

Pendidikan keuangan sebagai upaya dalam optimalisasi literasi keuangan (Alshebami & Aldhyani, 2022). Melalui pendidikan keuangan, seseorang dapat memperoleh keterampilan dan sikap yang diperlukan untuk memahami konsep-konsep keuangan (Mabkhot & Talat, 2023). Beberapa penelitian menemukan bahwa pendidikan keuangan berdampak positif terhadap keterampilan keuangan seseorang. Pendidikan keuangan dapat mempengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang (Angela & Pamungkas, 2022; Kalwij *et al.*, 2019; Mabkhot & Talat, 2023). Pendidikan keuangan dapat diperoleh melalui lembaga formal, seperti institusi pendidikan, maupun lembaga informal, seperti media sosial, televisi, buku, pengalaman pribadi, dan lain sebagainya. Tujuan dari pendidikan keuangan yaitu untuk memberdayakan masyarakat guna memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat (Torma *et al.*, 2023).

Pengaruh orang tua berperan dalam upaya peningkatan literasi keuangan (Alshebami & Aldhyani, 2022; Mabkhot & Talat, 2023). Orang tua menjadi sumber pertama bagi seorang anak dalam belajar, seperti halnya dalam mempelajari pengetahuan dan informasi keuangan (Alshebami & Aldhyani, 2022; Cude *et al.*, 2006). Edukasi pengelolaan keuangan yang dilakukan oleh orang tua sebagai langkah awal dalam mengenalkan pengetahuan keuangan kepada anak (Ahzab *et al.*, 2023). Peran orang tua dalam mengedukasi dapat mempengaruhi tingkat literasi anak sejak dini hingga dewasa (Clarke *et al.*, 2005). Sebagaimana menurut Astuti (2021), keluarga, seperti orang tua dapat menjadi contoh (*role model*) yang dapat mempengaruhi minat seseorang, seperti halnya minat dalam menabung yang pada akhirnya dapat mengarahkan ke perilaku menabung.

Pengaruh teman sebaya berperan penting dalam meningkatkan literasi keuangan (D. N. Putri & Wijaya, 2020). Seorang anak cenderung akan menghabiskan banyak waktu dengan teman sebaya, seperti halnya mahasiswa (D. N. Putri & Wijaya, 2020). Teman sebaya mempengaruhi pemikiran dan perilaku keuangan individu (Alekan *et al.*, 2018; Ayuningsih & Dewi, 2023). Menurut Wicaksono & Nuryana (2020), teman sebaya memberikan pengaruh tertentu, seperti dalam hal gaya hidup, pengeluaran, dan pengetahuan terkait pengelolaan keuangan. Teman sebaya berkontribusi pada pembelajaran yang efektif mengenai elemen-elemen konsumsi, seperti nilai uang dan motivasi sosial (Hayta, 2008). Menurut Astuti (2021), hubungan pertemanan dengan teman sebaya dibangun oleh kesamaan minat. Pada konteks keuangan,

kesamaan minat menabung dalam pertemanan dapat mendorong perilaku menabung.

Faktor internal, seperti pengendalian diri juga berpengaruh terhadap tindakan seseorang dalam pengelolaan keuangan (Wicaksono & Nuryana, 2020). Menurut Hartono & Isbanah (2022), pengendalian diri merujuk pada kemampuan individu dalam mengendalikan perasaan, keinginan, serta kemauan terhadap perilaku tertentu, seperti halnya dalam perilaku menabung. Pengendalian diri sangat penting dalam menentukan upaya tingkat literasi keuangan, yang mana dapat mempengaruhi perilaku keuangan (Hartono & Isbanah, 2022). Individu dengan tingkat pengendalian diri yang kuat cenderung dapat memahami literasi keuangan dengan baik, sehingga lebih mampu dalam mengelola keuangan (Mpaata *et al.*, 2021).

Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*) menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial disekitarnya, seperti keluarga, sekolah, teman sebaya, dan institusi lain (Alshebami & Aldhyani, 2022; Bandura, 1977a). Lingkungan sosial tersebut berperan dalam membentuk perilaku keuangan individu dari waktu ke waktu (Alshebami & Aldhyani, 2022; Jorgensen, 2007). Pada penelitian sebelumnya ditemukan bahwa teman sebaya dan orang tua memberikan pengaruh terhadap peningkatan literasi dan perilaku menabung serta Pendidikan keuangan berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan (Mabkhot & Talat, 2023).

Teori Siklus Hidup Perilaku (*Behavioral Life Cycle Theory*) menekankan pada pengendalian diri, akuntansi mental, dan pembiasaan sebagai cara

untuk meningkatkan perilaku individu dalam menabung (Alshebami & Aldhyani, 2022). Dalam hal ini, pengendalian diri terkait tentang bagaimana seseorang dapat mengatur perilaku konsumtif (Mpaata *et al.*, 2021). Adanya pengendalian diri, memungkinkan seseorang dapat mencapai perilaku menabung (Alshebami & Aldhyani, 2022).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan kota pelajar dengan jumlah 1.087.526 mahasiswa yang tersebar di 126 perguruan tinggi, baik masyarakat lokal maupun perantauan (Bappeda DIY, 2023). Berdasarkan hasil survei dari Goodstats pada tahun 2023, 70 persen responden memilih Yogyakarta sebagai kota terbaik untuk menempuh pendidikan. Banyaknya kampus ternama dan berkualitas menjadi pertimbangan utama bagi sebagian besar responden (Aditiya, 2023; Sunartono & Khafid, 2023). Banyaknya perantau dari dalam maupun luar Pulau Jawa yang menempuh pendidikan di Yogyakarta menyumbang populasi serta keanekaragaman suku dan karakteristik Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Mahasiswa merupakan bagian dari Generasi Z (Syaiful, 2023). Adapun peran mahasiswa dalam masyarakat yaitu sebagai agen perubahan (*agen of change*). Sebagai generasi muda, mahasiswa memiliki peran penting dalam upaya membangun negeri sehingga berperan besar dalam menentukan arah kemajuan bangsa (Syaiful, 2023; Wati & Bantam, 2023). Mahasiswa dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat dengan kemampuan, ilmu, dan wawasan yang dimiliki selama menempuh pendidikan dibangku perkuliahan (Syaiful, 2023).

Putra (2020) melakukan penelitian mengenai karakteristik Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil menunjukkan bahwa Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki karakteristik FOMO (*Fear Out Missing Out*). Dilansir dari Kompas.com, terdapat puluhan mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta yang terjat pinjaman *online* untuk memenuhi gaya hidup (Pangaribowo, 2023). Selain itu, Pada tahun 2022, Daerah Istimewa Yogyakarta mengalami penurunan literasi keuangan dari yang sebelumnya 58,53 persen pada tahun 2019 menjadi 54,55 persen. Sedangkan inklusi keuangan mengalami peningkatan dari yang sebelumnya 76,12 persen menjadi 82,08 persen (Kusumo, 2022).

Ditinjau dari jumlah populasi dan karakteristik Generasi Z, baik masyarakat lokal maupun perantau, serta adanya permasalahan di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk memilih Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai obyek penelitian. Generasi Z di provinsi tersebut dinilai cukup mewakili Generasi Z di kota lain, mengingat banyak perantau dengan berbagai karakteristik sosial dan budaya yang berbeda.

Penelitian tentang pengaruh orang tua, pengaruh teman sebaya, pendidikan keuangan, dan pengendalian diri terhadap literasi keuangan sudah banyak diteliti (Alshebami & Aldhyani, 2022; Ayuningsih & Dewi, 2023; Mabkhot & Talat, 2023). Hasil menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif terhadap literasi keuangan. Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap perilaku menabung serta memediasi hubungan antara pengaruh sosial, pendidikan keuangan, dan pengendalian diri terhadap perilaku menabung

(Alshebami & Aldhyani, 2022; Angela & Pamungkas, 2022; Ayuningsih & Dewi, 2023; Mabkhot & Talat, 2023). Namun demikian, terdapat *gap* dari hasil penelitian terdahulu yaitu pendidikan keuangan tidak berpengaruh terhadap literasi keuangan (Khusaini *et al.*, 2022), pengendalian diri berpengaruh negatif terhadap literasi keuangan (Hartono & Isbanah, 2022), serta literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung (Lie *et al.*, 2022; Sekarwati & Susanti, 2020). Selain itu, berdasarkan penelitian oleh Sallie (2015), pendidikan keuangan, pengaruh teman sebaya, dan pengaruh orang tua tidak berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, untuk mengetahui faktor – faktor yang memengaruhi literasi keuangan dan perilaku menabung mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Sosial, Pendidikan Keuangan, dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Menabung yang Dimediasi oleh Literasi Keuangan (Studi pada Generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

B. Rumusan Masalah

Penelitian ini dilakukan karena adanya fenomena generasi muda yang belum cakap dalam pengelolaan keuangan. Terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi tingkat literasi keuangan dan perilaku menabung, antara lain faktor sosial (pengaruh orang tua dan pengaruh teman sebaya), pengendalian diri, dan pendidikan keuangan. Menurut Teori Pembelajaran Sosial (*Social Learning Theory*), perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial

disekitarnya, seperti orang tua dan teman sebaya. Sedangkan pada Teori Siklus Hidup Perilaku, pengendalian diri berpengaruh terhadap keputusan seseorang, seperti halnya dalam perilaku menabung. Maka dari itu, rumusan masalah pada penelitian ini untuk menguji:

1. Apakah pengaruh orang tua berpengaruh terhadap literasi keuangan?
2. Apakah pengaruh teman sebaya berpengaruh terhadap literasi keuangan?
3. Apakah pengendalian diri berpengaruh terhadap literasi keuangan?
4. Apakah pendidikan keuangan berpengaruh terhadap literasi keuangan?
5. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung?
6. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh orang tua terhadap perilaku menabung?
7. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh teman sebaya terhadap perilaku menabung?
8. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku menabung?
9. Apakah literasi keuangan memediasi pengaruh pendidikan keuangan terhadap perilaku menabung?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh orang tua terhadap literasi keuangan.
2. Menguji pengaruh teman sebaya terhadap literasi keuangan.
3. Menguji pengaruh pengendalian diri terhadap literasi keuangan.
4. Menguji pengaruh pendidikan keuangan terhadap literasi keuangan.

5. Menguji pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung.
6. Menguji pengaruh pengaruh orang tua (*parent influence*) terhadap perilaku menabung yang dimediasi oleh literasi keuangan.
7. Menguji pengaruh pengaruh teman sebaya (*peer influence*) terhadap perilaku menabung yang dimediasi oleh literasi keuangan.
8. Menguji pengaruh pengendalian diri terhadap perilaku menabung yang dimediasi oleh literasi keuangan.
9. Menguji pengaruh pendidikan keuangan terhadap perilaku menabung yang dimediasi oleh literasi keuangan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah pengetahuan dan informasi mengenai faktor sosial, pengendalian diri, dan pendidikan keuangan terhadap literasi keuangan dan perilaku keuangan pada Generasi Z.
- b) Menambah informasi terkait efektifitas literasi keuangan terhadap perilaku menabung Generasi Z.

2. Manfaat Praktis

- a) Memberikan pengetahuan dan informasi kepada Generasi Z dalam pengimplementasian pengelolaan keuangan secara tepat.
- b) Upaya kolaboratif dengan melibatkan keluarga, teman sebaya, dan institusi pendidikan guna membangun lingkungan komperhensif untuk menumbuhkan kebiasaan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab.

- c) Memberikan manfaat praktis kepada pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan perilaku menabung melalui peningkatan literasi keuangan.

E. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup dan batasan pada penelitian ini yaitu sampel diambil dari mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta serta menggunakan 4 variabel independen (pengaruh orang tua, pengaruh teman sebaya, pengendalian diri, dan pendidikan keuangan), 1 variabel dependen (perilaku menabung), dan 1 variabel mediasi (literasi keuangan).