

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja Pada Generasi Z

Alysa¹, Fida Muthia², Isni Andriana³

^{1,2,3} Universitas Sriwijaya

al.lysalya15@gmail.com, f.muthia@unsri.ac.id, isniandriana@fe.unsri.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of digital financial literacy on saving behavior and shopping behavior in generation Z. This research uses a quantitative method with a questionnaire as a research instrument. The population in this study focused on undergraduate students in the Management Department of the Faculty of Economics at Sriwijaya University and there were 1,004 people. The research sample is determined by the technique purpose sampling and calculated using the formula Slovin, so that as many as 91 students participated in this study. The data analysis technique used in this study is descriptive statistical analysis and using multiple linear regression Structural Equation Modelling-Partial Least Squared (SEM-PLS) with software WarpPLS 7.0. The results of this study indicate that digital financial literacy has a positive and significant effect on saving behavior and shopping behavior in generation Z.

Keywords: *Digital financial literacy, Saving Behavior, and Shopping Behavior*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh literasi keuangan digital terhadap perilaku menabung dan perilaku berbelanja pada generasi Z. Jenis metode pada Penelitian ini adalah kuantitatif yang menggunakan kuesioner *online*. Dalam penelitian ini Populasi berfokus pada mahasiswa S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Sriwijaya dan terdapat sebanyak 1.004 orang. Sampel penelitian ini ditentukan dengan teknik *purpose sampling* dan dihitung menggunakan rumus *Slovin*, sehingga sebanyak 91 mahasiswa yang ikut berpartisipasi. Selanjutnya analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan menggunakan *Structural Equation Modelling-Partial Least Squared* (SEM-PLS) untuk mengolah data. Penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan perilaku berbelanja pada generasi Z.

Kata Kunci: Literasi Keuangan Digital, Perilaku Menabung, Perilaku Berbelanja

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi segala aspek dalam kehidupan salah satunya pada aspek perekonomian yang mengubah pola keuangan masyarakat khususnya pada generasi Z yang mana dapat dikatakan memiliki kearifan dan keterampilan alami untuk menggunakan teknologi baru serta tanpa sadar telah

mempengaruhi kehidupan mereka (Ayuningtyas and Irawan, 2021). Hal ini ditandai dengan muncul dan berkembangnya *Fintech* atau *Financial Technology*, yang merupakan inovasi dalam bidang keuangan dan bertujuan agar masyarakat lebih mudah mengakses produk-produk keuangan yang lebih modern dan mudah hanya dengan menggunakan teknologi internet melalui *smartphone* Palinggi & Allolinggi (2020). *Fintech* memberikan kemudahan berupa produk-produk untuk sistem pembayaran, tabungan, pengiriman uang, investasi, perdagangan, pinjaman, asuransi dan usaha kecil dan menengah (UKM) (Muthia et al., 2023).

Peningkatan penetrasi internet dan ketergantungan generasi Z terhadap *smartphone* tidak sebanding dengan pemahaman mengenai teknologi keuangan digital yang dimiliki. Hal ini disampaikan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa tingkat literasi keuangan masyarakat di Indonesia (baik yang non digital maupun digital) masih rendah di bawah negara ASEAN lainnya. Menurut Rahayu et al. (2022) literasi keuangan digital adalah sebagai tingkat pemahaman seseorang terhadap segala sesuatu yang berkaitan dengan literasi keuangan dalam memanfaatkan atau menggunakan produk dari teknologi keuangan.

Selain itu literasi keuangan digital penting untuk dikaji karena memberikan pengaruh pada perilaku menabung dan perilaku berbelanja seseorang. Apalagi di era global saat ini generasi Z menerapkan gaya hidup *digital*, mulai dari berbelanja *online* melalui *e-commerce* dan melakukan transaksi-transaksi keuangan melalui *fintech*, sehingga membuat generasi Z sering kali melakukan tindak konsumtif tanpa adanya kontrol, dengan tidak memperhatikan skala prioritas seperti menabung (Yusvitasari, 2019). Dalam penelitiannya (Kılıç & Ateş, 2018) mengatakan bahwa banyak pengguna platform belanja *online* adalah remaja muda dan kalangan terpelajar. Hal ini mendukung pernyataan (Jeevitha & Priya, 2019) yang menyatakan bahwa pelajar di kota Coimbatore, India, lebih memilih menghabiskan uang yang dimilikinya untuk dibelanjakan dibandingkan digunakan untuk menabung.

Namun seseorang yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi diasumsikan memiliki perilaku menabung dan perilaku berbelanja yang semakin baik, karena mereka membuat keputusan yang efektif terkait penggunaan dan pengelolaan keuangannya (Prasad, Meghwal, and Dayama, 2018). Selain itu individu dengan tingkat literasi keuangan yang kurang baik cenderung melakukan pembelian secara spontan, yang sebenarnya tidak diperlukan (Piaw et al., 2020).

Menurut (Prasad et al., 2018) literasi keuangan digital berkaitan dengan pemahaman terkait cara berbelanja *online* dan menabung melalui pembayaran digital. Seperti penelitian yang dilakukan Audina, Isnurhadi, dan Andriana (2022) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital mempengaruhi niat perilaku transaksi generasi milenial di Palembang.

Penelitian yang dilakukan oleh (Peiris (2021), Wahyuningtyas & Susanti (2021), Tuong & Doan (2020), Widjaja et al. (2020), Widiastuti et al. (2020), Azizah (2020), dan Zahra, Yuliana, dan Ghasarma (2020)) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku keuangan. Selain itu penelitian yang dilakukan Az-Zahra et al. (2022) menyatakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap minat menabung di bank syariah.

Akan tetapi, penelitian di atas tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan

Ayuningtyas & Irawan (2021), Farida *et al* (2021), Yudasella & Krisnawati (2019), Kusnandar & Kurniawan (2018)) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku keuangan. Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung Dan Perilaku Berbelanja Pada Generasi Z”.

TINJAUAN LITERATUR

Generasi Z

Generasi Z atau yang biasa disebut dengan gen Z adalah mereka yang terlahir antara tahun 1995 sampai tahun 2012. Menurut (Bencsik, 2016), generasi Z berbeda dengan generasi sebelumnya dalam penggunaan IT, karena gen Z lahir sudah terbiasa berinteraksi dengan internet menggunakan IT secara intuitif karena mereka dari lahir sudah terbiasa berinteraksi dengan internet dan teknologi, serta pola asuh mereka juga sangat terbantu oleh teknologi dan internet (Hastini *et al.*, 2020).

Literasi Keuangan Digital (LKD)

Rahayu (2022) menyatakan bahwa Literasi Keuangan Digital (LKD) adalah kombinasi dari dua konsep, yaitu literasi keuangan dan platform digital. Platform digital ialah campuran perpaduan perangkat lunak dan perangkat keras yang memanfaatkan teknologi komputer dan internet. Sementara itu (Prasad, Meghwal, and Dayama, 2018) menyatakan bahwa pengetahuan tentang pembelian *online* dan pembayaran *online* melalui berbagai mode, serta sistem perbankan *online* berkaitan erat dengan literasi keuangan digital.

P. J. Morgan *et al.* (2019) mengusulkan empat dimensi dalam LKD, yaitu pemahaman tentang produk dan layanan keuangan digital, kesadaran akan bahaya keuangan digital, pengetahuan tentang pengendalian risiko keuangan digital, dan pengetahuan tentang hak *consumer* dan prosedur kerugian. Dalam penelitiannya (Setiawan *et al.*, 2020) mengukur literasi keuangan digital dengan 4 indikator yaitu: pemahaman, pengalaman, kesadaran, dan keterampilan.

Perilaku Menabung

Tabungan berguna sebagai cadangan untuk mempersiapkan kehidupan dimasa yang akan datang serta untuk berjaga-jaga apabila membutuhkan dana secara mendadak (Arief, 2018). Menurut Utami dan Sirine (2016) dari sisi psikologi menabung diartikan sebagai proses tidak menghabiskan uang untuk digunakan di masa depan (Aprialinda, 2022).

Dalam penelitiannya (Setiawan *et al.*, 2020) mengukur perilaku menabung menggunakan empat parameter yaitu: pola rasional, pola psikologis, dan praktik menabung.

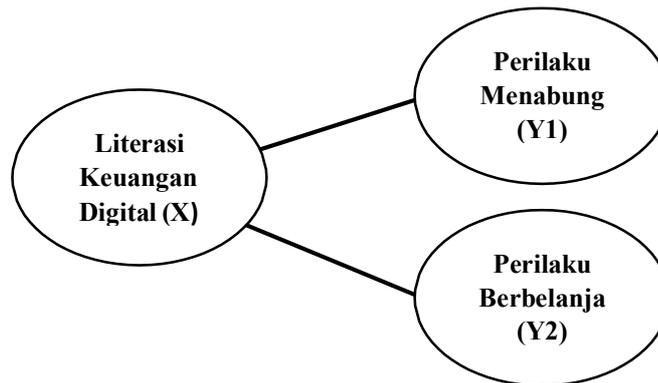
Perilaku Berbelanja

Perilaku belanja ialah gabungan dari keterampilan, kesukaan, dan tujuan seseorang dalam membelanjakan uangnya (Aprialinda, 2022). Perilaku berbelanja merupakan aktivitas individu yang terlibat langsung dalam proses pengambilan

keputusan aktivitas pembelian (Wahyuningtyas & Susanti, 2021).

Menurut Nitisusastro (2012) perilaku atau berbelanja adalah sebuah proses mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak setelah mengonsumsi produk/barang, layanan, dan ide yang berharap akan memenuhi kebutuhan (Wahyuni et al., 2019). Perilaku berbelanja dalam jurnal (Setiawan *et al.*, 2020) diukur dengan tiga parameter yaitu: praktik belanja, preferensi belanja, dan rencana belanja.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Di era digital saat ini Literasi Keuangan Digital (LKD) adalah salah satu indikator yang bisa digunakan generasi Z saat melakukan aktivitas perencanaan keuangan dengan menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung. Bentuk literasi keuangan digital sangat dibutuhkan untuk dijadikan dasar pengelolaan keuangan, khususnya perilaku menabung pada platform keuangan digital (Aprialinda, 2022). Karena dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi, seseorang lebih mampu merencanakan dan mengelola keuangan pribadinya, dimana mereka akan cenderung bertindak hemat dan efektif, dengan memilih menyisihkan sebagian uang yang dimilikinya saat ini untuk masa depan, sehingga perilaku menabungnya menjadi lebih baik lagi (Ida & Dwinta, 2010).

Hasil penelitian yang dilakukan (Rahayu (2022), Aprialinda (2022), dan Setiawan *et al.* (2020)) membuktikan bahwa Literasi Keuangan Digital (LKD) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menabung.

H1 : Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung

Selain dapat mempengaruhi perilaku menabung, pemahaman tentang keuangan digital juga bisa mempengaruhi kebiasaan berbelanja seseorang. Apalagi saat ini generasi Z banyak menjumpai beragam pilihan produk karena kecanggihan teknologi, seperti jumlah *e-commerce* atau toko *online* lainnya yang terus meningkat, sehingga memudahkan seseorang untuk berbelanja. Ini karena semakin tingginya penggunaan *smartphone* di Indonesia, masyarakat kini dapat melakukan berbelanja *online* dimana saja dan kapan saja (AK, Fatira dan Simamora, Ningrum, Apriani, 2018).

Literasi keuangan dapat membuat individu memiliki pengelolaan keuangan yang baik, dan secara otomatis akan mempengaruhi perilaku membelanjanya. Selain itu, seseorang yang memiliki literasi keuangan digital yang tinggi bisa menjadi konsumen yang cerdas baik membeli atau menggunakan sesuatu dengan melihat manfaat dan kerugiannya Yudasella & Krisnawati (2019).

Hasil penelitian (Rahayu *et al.* (2022), Aprialinda (2022), Setiawan *et al.* (2020), Rochaniah & Sari (2017), Wahyuni *et al.* (2019)) menjelaskan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan pada perilaku berbelanja.

H2 : Literasi Keuangan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku berbelanja

METODE PENELITIAN

penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan data primer sebagai data utama. Sedangkan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* yang berisi serangkaian pernyataan pada responden dengan menggunakan Google Form. Populasi penelitian ini adalah generasi Z, dimana difokuskan pada mahasiswa S1 Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Sriwijaya yang terdapat sebanyak 1.004 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purpose sampling* dan diukur menggunakan *Slovin*, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 91 responden.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik deskriptif, yang bertujuan memberikan uraian atas objek yang diuji menggunakan data responden yang telah diperoleh melalui kuesioner (Sugiyono, 2007), dan menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM)-PLS, dengan *software WarpPLS 7.0* untuk menguji instrumen penelitian. SEM-PLS bertujuan untuk menguji korelasi prediktif antar komponen menentukan apakah ada konstruk tersebut memiliki pengaruh satu sama lain.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Deskripsi Profil Responden

Demografi Responden		N = 91	n (%)
Jenis Kelamin	Perempuan	70	76.9
	Laki-laki	21	29.3
Umur/usia	19	8	8.8
	20	17	18.7
	21	23	25.3
	22	29	31.9
	23	14	15.4
Angkatan	2018	11	12.1
	2019	47	51.6
	2020	20	22.0
	2021	11	12.1
	2022	2	2.2
Indeks Prestasi Kumulatif (IPK)	> 3.5	83	91.2
	<3.5	8	8.8
Penghasilan Orang Tua	< 1.500.000/bulan	28	30.8
	2.000.000-	46	50.5
	5.000.000/bulan		
	> 5.000.000/bulan	17	18.7

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa responden penelitian ini mayoritas berjeniskelamin perempuan yaitu sebanyak 70 orang (76,9%) dari jumlah sampel, dengan rata-rata umur responden paling banyak berpartisipasi berusia 22 tahun yaitu sebanyak 29 orang (31,9%). Selain itu, mayoritas responden merupakan mahasiswa angkatan 2019 sebanyak 47 orang (51,6%), dengan rata-rata IPK >3,5 sebanyak 83 orang (91,2%), dan mayoritas mahasiswa memiliki orang tua yang berpenghasilan sebesar Rp. 2.000.000 – Rp.5.000.000/bulan sebanyak 46 orang (50,5%).

Tabel 2. Uji Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Total_Literasi Keuangan Digital	91	11	55	36.09	8.918
Total_Perilaku Menabung	91	9	44	30.40	7.943
Total_Perilaku Berbelanja	91	7	35	27.00	6.453
Valid N (listwise)	91				

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan nilai rata-rata untuk semua variabel penelitian lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi, yang berarti tidak ada penyimpangan dalam kumpulan data dan data terdistribusi dengan baik (Hargrave, 2022). Karena standar deviasi merupakan cerminan dari deviasi yang sangat besar, hal ini menandakan bahwa hasilnya normal. Sehingga distribusi data menghasilkan hasil yang normal dan tidak menghasilkan data yang bias.

UJI SEM-PLS

Tabel 3. Outer Model
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

NO	Variabel	Kode Item	Validitas		Reliabilitas		Kesimpulan
			Convergent Validity	Discriminant Validity	Composite Reliability	Cronbach's alpha	
			Cross-loadings	Sq. rts. of AVEs			
1.	Literasi Keuangan Digital	DFK1	0.770	0.726	0.924	0.909	Memenuhi
		DFK2	0.761				Memenuhi
		DFK3	0.704				Memenuhi
		DFK4	0.741				Memenuhi
		DFK5	0.685				Memenuhi
		DFE1	0.632				Memenuhi
		DFE2	0.601				Memenuhi
		DFE3	0.686				Memenuhi
		DFA1	0.757				Memenuhi
		DFS1	0.798				Memenuhi
DFS2	0.821	Memenuhi					
2.	Perilaku Menabung	BRM1	0.728	0.790	0.937	0.924	Memenuhi
		BRM2	0.725				Memenuhi
		BRM3	0.754				Memenuhi
		BRM4	0.835				Memenuhi
		BSM1	0.859				Memenuhi
		BSM2	0.805				Memenuhi
		BSM3	0.797				Memenuhi
		BSH3	0.785				Memenuhi
		FSP1	0.810				Memenuhi
3.	Perilaku Berbelanja	BSH2	0.741	0.855	0.950	0.938	Memenuhi
		BSS1	0.793				Memenuhi
		BSS2	0.831				Memenuhi
		BSS3	0.876				Memenuhi
		BRS1	0.913				Memenuhi
		BSP3	0.909				Memenuhi
		BSP4	0.908				Memenuhi

Berdasarkan tabel *outer model* di atas menunjukkan semua syarat uji validitas dan reliabilitas sudah terpenuhi dimana pada *convergent validity* setiap variabel dengan indikator-indikatornya memiliki nilai *loading factor* > 0.50, sehingga dapat dikatakan bahwa setiap item / indikator yang mempresentasikan setiap variabel valid. Selanjutnya untuk pengujian reliabilitas, pada tabel *Composite reliability* dan *Cronbach alpha* setiap variabel berada di atas nilai batasnya yaitu memiliki nilai > 0.7, yang menunjukkan bahwa setiap item memiliki reliabilitas yang tinggi.

Tabel 4 Inner Model
Hasil Uji R², Q², dan GoF

	R-squared (R ²) Hasil	Q-squared (Q ²) Result	Goodness of Fit Index (GoF)	
			Ukuran	Hasil
Perilaku Menabung	0.640	0.637		
Perilaku Berbelanja	0.39	0.630		
APC			p < 0,05	=0.800, p < 0.001
ARS			p < 0,05	=0.639, p < 0.001
AARS			p < 0,05	=0.635, p < 0.001
AFVIF			≤ 3,3	= 2.728
<i>Tenhouse GoF (GoF)</i>			Kecil ≥ 0,1	= 0.633
			Sedang ≥ 0,25	
			Besar ≥ 0,36	
SPR			1	1.000
RSCR			1	1.000
SSR			≥ 0.7	1.000
NLBCDR			≥ 0.7	1.000

Tabel *inner model* di atas menunjukkan nilai *R-squared* untuk variabel perilaku menabung adalah sebesar 0.640, artinya variabel literasi keuangan digital dapat menjelaskan 64% variasi variabel menabung, dan sisanya 36% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, sehingga nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh cukup kuat pada perilaku menabung. Sedangkan perilaku berbelanja memiliki nilai *R-squared* variabel sebesar 0.639, artinya variabel literasi keuangan digital dapat menjelaskan 63,9% variasi variabel berbelanja, dan sebesar 36,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel di

luar bentuk penelitian, sehingga nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku berbelanja.

Selanjutnya, nilai *Q-squared* pada model penelitian ini > 0 baik untuk variabel perilaku menabung ataupun variabel perilaku berbelanja, dengan nilai masing-masing sebesar 0.686 dan 0.630 (Sholihin dan Ratmono, 2021). Sehingga, hasil estimasi dari model penelitian menunjukkan signifikansi prediktif terhadap variabel laten dependen yang dipengaruhi.

Berdasarkan nilai sepuluh ukuran indeks GoF dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan bahwa model penelitian memiliki kecocokan yang fit atau bagus, karena nilai-p untuk indeks APC = $0.800 \leq 0.05$, ARS = $0.639 < 0.05$, AARS = $0.635 < 0.05$, dan hasil AFVIF sebesar $2.728 \leq 3.3$, menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas antar indikator. Model penelitian ini memiliki nilai GoF sebesar 0.646 yang menunjukkan

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

No.		t-rasio (> 1.986)	p-value (< 0.05)	Jalur Koefisien	Kesimpulan
1.	LKD \rightarrow PM	9.581	< 0.001	0.800	H1 diterima
2.	LKD \rightarrow PB	9.578	< 0.001	0.800	H2 diterima

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut. Jika nilai *p-value* < 0.05 atau *t-ratio* $>$ t-tabel (> 1.986) (Dr. Imam Ghozali), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen (bebas) tersebut secara signifikan berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Menabung

Berdasarkan temuan pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku menabung. Nilai *t-ratio* sebesar $9.581 > 1.986$ menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak atau H_1 diterima. Selanjutnya literasi keuangan digital memiliki *p-value* sebesar 0.001 terhadap perilaku menabung, yang artinya bahwa variabel literasi keuangan digital mempunyai pengaruh yang cukup besar pada variabel perilaku menabung. Sedangkan koefisien jalur variabel tersebut sebesar 0.800 yang menunjukkan hubungan positif antara variabel, serta adanya pengaruh yang searah. Artinya, ketika variabel pengukur literasi keuangan digital meningkat sebanyak satu satuan unit, maka variabel perilaku menabung meningkat sebesar 80%.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2022), (Barito, Widiyanti, dan Husnurropiq, 2022), (Aprialinda, 2022), (Rochaniah dan Sari, 2017), (Peiris, 2021), (Setiawan *et al.*, 2020), (Tuong and Doan, 2020), (Widjaja, Zainul, and Setini, 2020), (P. Morgan and Q. Long, 2020), (Widiastuti *et al.*,

2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku menabung seseorang.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2022), (Barito, Widiyanti, dan Husnurrupi, 2022), (Aprialinda, 2022), (Rochaniah dan Sari, 2017), (Peiris, 2021), (Setiawan *et al.*, 2020), (Tuong and Doan, 2020), Widjaja, (Zainul, and Setini, 2020), (P. Morgan and Q. Long, 2020), (Widiastuti *et al.*, 2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku menabung seseorang.

Pengaruh Literasi Keuangan Digital Terhadap Perilaku Berbelanja

Hasil temuan pengujian di atas juga menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif terhadap perilaku berbelanja. Nilai *t-ratio* sebesar $9.578 > 1.986$ menunjukkan bahwa hipotesis H_0 ditolak atau H_2 diterima. Selanjutnya *p-value* variabel literasi keuangan digital terhadap perilaku berbelanja sebesar 0.001, yang artinya variabel literasi keuangan digital mempunyai pengaruh yang cukup besar pada variabel perilaku berbelanja. Sedangkan koefisien jalur variabel tersebut sebesar 0.800 yang menunjukkan hubungan positif antara variabel, serta adanya pengaruh yang searah. Artinya, ketika variabel pengukur literasi keuangan digital meningkat sebanyak satu satuan unit, maka variabel perilaku berbelanja juga meningkat sebesar 80,0%.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2022), (Aprialinda, 2022), (Setiawan *et al.*, 2020), dan (Rochania dan Sari, 2017) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh terhadap perilaku berbelanja.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data penelitian terkait pengaruh tingkat literasi keuangan digital terhadap perilaku menabung dan perilaku berbelanja pada generasi Z, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan perilaku berbelanja. Artinya, ketika makin tinggi tingkat literasi keuangan digital seseorang, maka kebiasaan menabung dan membelanjanya akan semakin baik. Sedangkan ketika makin rendah tingkat literasi keuangan digital seseorang, maka perilaku menabung dan membelanjanya akan semakin buruk.

Saran

Berdasarkan uraian di atas, beberapa saran yang peneliti berikan yaitu penetapan kebijakan oleh pemerintah dan lembaga keuangan baik berupa sosialisasi maupun pelajaran untuk meningkatkan literasi keuangan digital di masyarakat, khususnya di kalangan gen Z dalam pengambilan keputusan mengenai pengelolaan keuangan, dan sebagai masukan untuk para akademisi agar mengkaji aspek-aspek yang mempengaruhi perilaku menabung dan perilaku berbelanja di zaman

kecanggihan teknologi dan internet saat ini, dengan memasukkan pengkajian terkait literasi keuangan, khususnya literasi keuangan digital dalam kurikulumnya untuk menambah pemahaman mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprialinda, Y. F. (2022). Pengaruh Digital Financial Literacy Terhadap Saving dan Spending Behavior Mahasiswa Akuntansi Universitas Hayam Wuruk Perbana Surabaya. *Artikel Ilmiah. Skripsi. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya*, 1–19.
- Arief, A. N. A. (2018). *Analisis Perilaku Menabung Masyarakat Desa Sriwangi Kabupaten Ogan Komering Ulu Timur*.
- Audina, M., Isnurhadi, I., & Andriana, I. (2022). Factors that Influence Behavioral Intention of Digital Financial Transactions on the Millennial Generation in Palembang. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 5(2), 17872–17883. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i2.5768>
- Ayuningtyas, M. F., & Irawan, A. (2021). the Influence of Financial Literacy on Bandung Generation Z Consumers Impulsive Buying Behavior With Self-Control As Mediating Variable. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 155–171. <https://doi.org/10.35631/aijbes.39012>
- Az-Zahra, K. N., Andriana, I., & Thamrin, K. M. H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah dalam Perspektif Syariah (Studi pada Mahasiswa S1 Fe Universitas Sriwijaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(4), 1801–1809. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i4.1995>
- Azizah, N. S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup Pada Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 01(02), 92–101.
- Barito, A., Widiyanti, R., & Husnurropiq. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Digital Dan Efikasi Keuangan Terhadap Perilaku Investasi. *Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humairo*, 8(2), 95–104.
- Farida, M. N., Soesatyo, Y., & Aji, T. S. (2021). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Teknologi Keuangan terhadap Kepuasan Keuangan melalui Perilaku Keuangan. 2015*.
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Ida, & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus Of Control , Financial Knowledge , Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Jeevitha, P., & Priya, R. K. (2019). A Study On Saving And Spending Habits Of College

- Students With Reference To Coimbatore City. *IJRAR-International Journal of Research and Analytical Reviews*, 6(1), 643–646. http://ijrar.com/upload_issue/ijrar_issue_20543376.pdf?fbclid=IwAR0ooFlT
- Kılıç, Z., & Ateş, V. (2018). An Investigation of Online Shopping Habits of University Students: Gaziantep Province Case. *International Management Information Systems Conference*, 1–9. file:///C:/Users/ASUS/Downloads/kilic-ates.pdf
- Kusnandar, D. L., & Kurniawan, D. (2018). Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Ibu Rumah Tangga Dalam Membentuk Perilaku Keuangan Keluarga di Kota Tasikmalaya. *Seminar Nasional dan Call for Paper Sustainable Competitive Advantage (SCA) 8 Purwokerto*, 1(8), 1–12. <http://www.jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/1194>
- Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). Morgan, P. J., Huang, B., & Trinh, L. Q. (2019). The Need to Promote Digital Financial Literacy for the Digital Age. *The Future of Work and Education for The Digital Age, G20 2019 Japan*, 1–9.
- Morgan, P., & Q. Long, T. (2020). *Financial Literacy, Financial Inclusion, and Savings Behavior in Laos Financial Literacy*. 1–39.
- Muthia, F., Novriansa, A., & Andaiyani, S. (2023). Do Demographic Factors Affect Digital Financial Literacy? *Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business*, 7(June), 41–50. <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/sijdeb%0ADo>
- Palinggi, S., & Allolinggi, L. R. (2020). Analisa Deskriptif Industri Fintech di Indonesia: Regulasi dan Keamanan Jaringan dalam Perspektif Teknologi Digital. *Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 177–192. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1327>
- Peiris, T. U. I. (2021). Effect of Financial Literacy on Individual Savings Behavior; The Mediation Role of Intention to Saving. *European Journal of Business and Management Research*, 6(5), 94–99.
- Piaw, L. L. T., Wen, D. L. P., & Chui, L. Y. (2020). Digital Financial Literacy: a Case Study of Farmers from Rural Areas in Sarawak. *International Journal of Education and Pedagogy*, 2(4), 245–251. <http://myjms.mohe.gov.my/index.php/ijeap>
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2018). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Muda di Jakarta. *Jurnal Bisnis Riset Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 31–42. <http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/AKURASI/article/view/61>
- Rahayu, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital : Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 74–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.14268>
- Rahayu, R., Ali, S., Aulia, A., & Hidayah, R. (2022). Literasi Keuangan Digital dan Perilaku Keuangan. *Journal of Accounting and Investment*, 23(1), 78–94. <https://doi.org/10.18196/jai.v23i1.13205>
- Rochaniah, Y., & Sari, R. C. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan Digital, Penghasilan, Dan Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 4, 1–20.

- Setiawan, M., Effendi, N., Santoso, T., & Dewi, V. I. (2020). Digital financial literacy , current behavior of saving and spending and its future foresight. *Economics of Innovation and New Technology*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/10438599.2020.1799142>
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinear dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*.
- Tuong, V., & Doan, M. D. (2020). The Correlation between Financial Literacy and Personal Saving Behavior In Vietnam. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 590–603. <https://doi.org/10.18488/journal.aefr.2020.106.590.603>
- Wahyuni, R., Irfani, H., Syahrina, I. A., & Mariana, R. (2019). Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online pada Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Lubuk Begalung Kota Padang. *Jurnal Benefit*, 4(3), 548–559.
- Widiastuti, E., Jati, D. P., Nawarini, A. T., & Setyawati, S. M. (2020). Analisis Dampak Inovasi Layanan Keuangan Berbasis Teknologi dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Papers*, 32–39.
- Widjaja, I., Zainul, A., & Setini, M. (2020). The Effects of Financial Literacy and Subjective Norms on Saving Behavior. *Management Sciens Letters*, 10(Juni 19), 3635–3642. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2020.6.030>
- Yudasella, I. F., & Krisnawati, A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Sekolah Menengah Atas di Kota Bandung. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*, 3(6), 674–687.