

Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada **Generasi Z** Yang Dimoderasi Oleh **Media Sosial**



Oleh: Rudy C Tarumingkeng

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Oleh:

[Prof Ir Rudy C Tarumingkeng, PhD](#)

Professor of Management NUP: 9903252922

Rektor, Universitas Cenderawasih, Papua (1978-1988, dan
Rektor, Kampus AGRO Manokwari sekarang Universitas Papua Manokwari)

Coordinator, CIDA/DIKTI SFU Burnaby BC Canada 1988-1991

Rektor, Universitas Kristen Krida Wacana, Jakarta (1991-2000)

Ketua Dewan Guru Besar, IPB-University, Bogor (2005-2006)

AI - Data Analyst, dan Ketua Senat Akademik, IBM-ASMI, Jakarta 2024-

© RudyCT Academic Series

rudyc75@gmail.com

9 Maret 2026

ANALISIS PENGARUH PERILAKU DAN SIKAP KEUANGAN TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PADA GENERASI Z YANG DIMODERASI OLEH MEDIA SOSIAL

1. Pendahuluan

Topik mengenai pengelolaan keuangan pada Generasi Z menjadi semakin penting dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tidak hanya disebabkan oleh perubahan ekonomi yang makin dinamis, tetapi juga oleh kenyataan bahwa Generasi Z tumbuh dalam lingkungan digital yang sangat berbeda dibanding generasi sebelumnya. Mereka lahir, belajar, berinteraksi, berbelanja, bahkan membangun identitas sosial di ruang yang sangat dipengaruhi internet dan media sosial. Dalam konteks Indonesia, urgensi tema ini tampak makin jelas ketika OJK dan BPS melaporkan bahwa indeks literasi keuangan nasional naik menjadi 66,46 persen dan inklusi keuangan menjadi 80,51 persen pada 2025. Di saat yang sama, tingkat konektivitas digital Indonesia juga sangat tinggi; APJII mencatat penetrasi internet 79,5 persen pada 2024, sedangkan DataReportal melaporkan sekitar 230 juta pengguna internet dan 180 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada akhir 2025. Kombinasi antara akses keuangan yang makin luas dan paparan digital yang sangat intens inilah yang menjadikan perilaku keuangan Generasi Z sebagai medan kajian yang sangat relevan. ([OJK Portal](#))

Dalam kerangka akademik, pengelolaan keuangan tidak dapat dipahami hanya sebagai soal ada atau tidak adanya uang. Pengelolaan keuangan menyangkut bagaimana individu merencanakan pengeluaran, menyusun anggaran, membedakan kebutuhan dan keinginan, menabung, mengelola utang, menyiapkan dana darurat, serta mengambil keputusan

investasi secara rasional. OECD mendefinisikan literasi keuangan sebagai kombinasi kesadaran, pengetahuan, keterampilan, sikap, dan perilaku yang memungkinkan seseorang membuat keputusan keuangan yang baik untuk mencapai kesejahteraan finansial. Dengan kata lain, keputusan keuangan yang sehat lahir bukan hanya dari pengetahuan, tetapi dari sikap dan perilaku yang konsisten. ([OECD](#))

Di sinilah dua variabel inti dalam judul ini memperoleh maknanya: **perilaku keuangan** dan **sikap keuangan**. Perilaku keuangan merujuk pada tindakan nyata seseorang dalam mengelola uang: apakah ia membuat anggaran, menabung rutin, menunda pembelian impulsif, membayar tagihan tepat waktu, atau justru boros dan konsumtif. Sementara itu, sikap keuangan lebih berkaitan dengan orientasi mental terhadap uang: apakah seseorang memandang uang sebagai alat untuk stabilitas jangka panjang, sebagai simbol status, sebagai sumber kebebasan, atau sebagai sarana pemuasan instan. Dalam banyak studi, sikap yang sehat terhadap uang cenderung mendorong perilaku finansial yang lebih tertib, dan pada akhirnya menghasilkan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Studi-studi mutakhir tentang Gen Z di Indonesia juga menunjukkan bahwa financial attitude, financial literacy, teknologi keuangan, dan faktor psikologis ikut berkaitan dengan perilaku manajemen keuangan generasi muda. ([ICBSS](#))

Namun, untuk Generasi Z, hubungan antara sikap, perilaku, dan pengelolaan keuangan tidak berjalan di ruang hampa. Ia beroperasi dalam ekosistem media sosial. Media sosial bukan sekadar saluran hiburan; ia adalah ruang pembelajaran, ruang pembentukan norma, ruang komparasi sosial, sekaligus ruang komersialisasi. Di satu sisi, media sosial dapat menjadi sumber edukasi finansial, inspirasi menabung, pengenalan investasi, dan penguatan disiplin anggaran. Di sisi lain, media sosial juga dapat memicu impulsive buying, fear of missing out, tekanan gaya hidup, dan keputusan keuangan yang terlalu singkat

horizon waktunya. Karena itu, menempatkan media sosial sebagai **variabel moderasi** adalah langkah yang sangat logis. Moderator bukan penyebab utama, melainkan faktor yang memperkuat, memperlemah, atau mengubah arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini, media sosial diasumsikan memengaruhi seberapa kuat perilaku dan sikap keuangan Generasi Z benar-benar diterjemahkan menjadi pengelolaan keuangan yang sehat. Temuan-temuan terbaru menunjukkan media sosial dapat membentuk perilaku investasi anak muda, meningkatkan risk-taking tertentu, memengaruhi short-termism, tetapi juga dapat memperkuat self-confidence ketika sumber informasi keuangannya dianggap kredibel. ([ScienceDirect](#))

2. Generasi Z sebagai subjek penelitian

Generasi Z sering dipahami sebagai kelompok yang lahir kira-kira dari pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an. Dalam praktik sosial-ekonomi, kelompok ini kini sedang memasuki usia produktif, dunia kerja, perguruan tinggi, dan fase awal kemandirian finansial. Posisi ini penting karena masa transisi menuju dewasa adalah periode ketika kebiasaan keuangan mulai terbentuk dengan lebih permanen. Jika pada fase ini individu belajar menabung, mengendalikan konsumsi, dan mengembangkan orientasi jangka panjang, maka fondasi kesejahteraan finansialnya cenderung lebih kuat. Sebaliknya, jika pada fase ini ia terbiasa hidup dari gaji ke gaji, membeli karena tren, atau berutang untuk mempertahankan citra sosial, maka pola yang bermasalah itu bisa terbawa hingga usia matang. OECD menegaskan bahwa kesejahteraan finansial sangat dipengaruhi kombinasi pengetahuan, sikap, dan perilaku, bukan hanya pendapatan semata. ([OECD](#))

Karakter khas Generasi Z terletak pada kedekatan mereka dengan teknologi. Berbeda dari generasi sebelumnya yang belajar menggunakan internet, Gen Z tumbuh bersama internet. Mereka terbiasa dengan

platform digital, pembayaran non-tunai, e-commerce, aplikasi finansial, promosi algoritmik, konten singkat, influencer, dan budaya real-time. Karena itu, pengalaman finansial mereka sangat digital. Penelitian-penelitian tentang Gen Z di Indonesia juga menggambarkan bahwa teknologi, financial technology, social influence, lifestyle, dan socialization dalam ruang digital ikut membentuk kebiasaan menabung maupun perilaku keuangan sehari-hari. Dalam konteks ini, media sosial bukan variabel tambahan kecil, melainkan salah satu lingkungan yang terus-menerus memproduksi pengaruh. (journal.ubm.ac.id)

Mari kita bayangkan narasi sederhana. Seorang mahasiswi bernama Alya menerima uang saku bulanan dan sesekali pendapatan dari freelance desain. Secara sikap, ia memahami bahwa uang perlu diatur dan masa depan perlu dipersiapkan. Namun setiap hari ia melihat konten "haul", promo paylater, gaya hidup kafe, rekomendasi skincare, dan narasi "self reward" di media sosial. Jika Alya tidak memiliki perilaku keuangan yang disiplin, maka sikap positifnya bisa terkikis oleh paparan digital yang terus mendorong konsumsi. Sebaliknya, jika media sosial yang ia ikuti justru berisi konten budgeting, tantangan menabung, edukasi dana darurat, dan pengalaman investasi yang realistis, maka sikap positifnya bisa diperkuat menjadi praktik nyata. Contoh naratif ini memperlihatkan mengapa media sosial layak diposisikan sebagai moderator.

3. Pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan

Secara konseptual, pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan merupakan hubungan yang paling langsung. Bahkan dapat dikatakan bahwa pengelolaan keuangan pada tingkat individu pada dasarnya adalah akumulasi dari perilaku keuangan sehari-hari. Seseorang yang terbiasa mencatat pengeluaran, menyusun prioritas, menabung sebelum membelanjakan, menghindari utang konsumtif, dan menilai risiko sebelum mengambil keputusan akan cenderung

menunjukkan kualitas pengelolaan keuangan yang baik. Sebaliknya, seseorang yang sering melakukan pembelian impulsif, tidak memonitor arus kas pribadi, dan bergantung pada diskon atau cicilan untuk memuaskan keinginan sesaat akan cenderung mengalami pengelolaan keuangan yang lemah. Studi-studi Indonesia pada Gen Z dan mahasiswa juga secara konsisten menempatkan perilaku keuangan, literasi keuangan, serta variabel psikologis terkait sebagai penentu manajemen keuangan personal. ([SSBFNET](#))

Hubungan ini dapat dipahami melalui logika sederhana. Pengelolaan keuangan bukan peristiwa sesekali, melainkan proses rutin. Ia tidak dihasilkan oleh niat baik sesaat, melainkan oleh kebiasaan yang diulang. Karena itu, perilaku keuangan adalah wujud operasional dari pengelolaan keuangan. Jika individu terbiasa mengalokasikan pendapatan ke dalam pos kebutuhan pokok, tabungan, dana darurat, hiburan, dan pengembangan diri, maka ia sedang melakukan manajemen keuangan secara nyata. Dalam bahasa penelitian, perilaku keuangan adalah prediktor yang sangat dekat dengan variabel terikat. Temuan dari berbagai studi tentang Gen Z di Indonesia menunjukkan bahwa kualitas perilaku keuangan berkaitan erat dengan kemampuan mengelola uang, terlepas dari besar kecilnya pendapatan. ([Berugak Jurnal](#))

Aspek penting lainnya adalah disiplin. Banyak anak muda sebenarnya memahami apa yang seharusnya dilakukan secara finansial, tetapi gagal pada tahap eksekusi. Mereka tahu pentingnya dana darurat, namun tetap tergoda diskon tanggal kembar. Mereka tahu pentingnya menabung, tetapi menunggu "sisa uang" yang pada akhirnya tidak pernah ada. Maka perilaku keuangan menjadi pembeda antara pengetahuan normatif dan praktik aktual. Dalam kerangka ini, hipotesis pertama dapat dirumuskan secara kuat: **perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan**

pada Generasi Z. Pernyataan ini tidak berlebihan, karena secara teoritis maupun empiris, perilaku adalah saluran utama yang menerjemahkan kesadaran finansial menjadi hasil pengelolaan finansial. ([SSBFNET](#))

4. Pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan

Jika perilaku keuangan berkaitan dengan apa yang dilakukan seseorang, maka sikap keuangan berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang uang dan keputusan finansial. Sikap keuangan mencerminkan nilai, preferensi, orientasi waktu, dan penilaian moral-praktis terhadap penggunaan uang. Seseorang dapat memiliki sikap keuangan yang prudent, yaitu melihat uang sebagai sumber keamanan, tanggung jawab, dan alat mencapai tujuan jangka panjang. Sebaliknya, seseorang juga dapat memiliki sikap yang permisif terhadap konsumsi, melihat uang terutama sebagai instrumen ekspresi diri, status sosial, atau kepuasan instan. Sikap yang berbeda akan menghasilkan prioritas yang berbeda, dan pada akhirnya memengaruhi kualitas pengelolaan keuangan. OECD juga memasukkan "attitudes" sebagai komponen kunci dalam financial literacy, bukan sekadar tambahan. ([OECD](#))

Dalam banyak kasus, masalah keuangan bukan pertama-tama masalah teknis, tetapi masalah sikap. Dua orang dengan pendapatan yang sama bisa memiliki kondisi finansial yang sangat berbeda karena orientasi sikap yang berbeda. Orang pertama memandang uang sebagai amanah yang harus dikelola, sehingga ia menjaga pengeluaran dan merencanakan masa depan. Orang kedua memandang uang sebagai sesuatu yang harus segera dinikmati sebelum habis, sehingga ia lebih mudah terjerat konsumsi impulsif. Karena itu, sikap keuangan merupakan fondasi psikologis bagi perilaku keuangan. Berbagai studi tentang Gen Z di Indonesia menunjukkan bahwa financial attitude berhubungan positif dengan financial management behavior atau

personal financial management, baik secara langsung maupun melalui variabel lain seperti financial inclusion atau locus of control. (ICBSS)

Sikap keuangan juga sangat terkait dengan orientasi waktu. Generasi yang hidup di era digital sering berada dalam tekanan budaya kecepatan: serba instan, serba sekarang, serba real-time. Dalam suasana seperti ini, orientasi jangka panjang mudah kalah oleh daya tarik kesenangan jangka pendek. Itulah sebabnya sikap keuangan yang matang harus mengandung kemampuan menunda kepuasan.

Pengelolaan keuangan yang sehat menuntut seseorang untuk berkata "tidak" pada sebagian keinginan hari ini demi keamanan hari esok.

Secara teoritis, maka hipotesis kedua dapat dirumuskan: **sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z**. Semakin sehat sikap individu terhadap uang, semakin besar kemungkinan ia melakukan perencanaan, pengendalian, dan pengambilan keputusan keuangan secara rasional. (OECD)

5. Media sosial sebagai variabel moderasi

Bagian paling menarik dari judul ini adalah posisi media sosial sebagai variabel moderasi. Secara metodologis, moderator menjelaskan kapan atau dalam kondisi apa hubungan antarvariabel menjadi lebih kuat atau lebih lemah. Dalam konteks ini, media sosial tidak langsung menggantikan peran perilaku keuangan atau sikap keuangan, melainkan memengaruhi kekuatan dampak keduanya terhadap pengelolaan keuangan.

Mengapa media sosial relevan sebagai moderator? Karena bagi Generasi Z, media sosial adalah lingkungan sosial baru. Ia berfungsi sekaligus sebagai ruang informasi, ruang imitasi, ruang tekanan normatif, ruang periklanan, dan ruang pembentukan identitas. Paparan media sosial yang tinggi dapat membuat seseorang terus-menerus membandingkan

dirinya dengan orang lain. Algoritma juga cenderung memperkuat konten yang menarik perhatian, termasuk gaya hidup mewah, "self reward", rekomendasi produk, investasi viral, dan narasi sukses instan. Di sisi lain, media sosial juga memungkinkan penyebaran edukasi keuangan, konten budgeting, pengalaman investasi yang rasional, serta komunitas yang mendukung kebiasaan finansial sehat. Dengan demikian, media sosial adalah faktor penguat atau pelemah, tergantung kualitas konten, pola penggunaan, dan kapasitas seleksi pengguna.

([ScienceDirect](#))

5.1. Moderasi terhadap pengaruh perilaku keuangan

Pada hubungan antara perilaku keuangan dan pengelolaan keuangan, media sosial dapat bekerja dalam dua arah.

Pertama, media sosial dapat **memperkuat** pengaruh perilaku keuangan yang baik. Misalnya, seorang Gen Z yang sudah memiliki kebiasaan membuat anggaran akan menjadi lebih konsisten jika ia mengikuti akun edukasi finansial, komunitas no-spend challenge, atau konten yang menormalisasi hidup sederhana. Dalam kasus ini, media sosial menyediakan reinforcement sosial. Perilaku keuangan yang semula hanya kebiasaan pribadi memperoleh dukungan simbolik, contoh praktis, bahkan rasa kebersamaan. Riset terbaru tentang sumber informasi keuangan pada konsumen muda menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap sumber informasi dapat meningkatkan financial self-confidence, yang pada gilirannya dapat membantu pelaksanaan keputusan keuangan yang lebih baik. ([ScienceDirect](#))

Kedua, media sosial juga dapat **memperlemah** pengaruh perilaku keuangan yang baik, atau bahkan memperkuat perilaku keuangan yang buruk. Seseorang mungkin sudah terbiasa menabung, tetapi terus-menerus terpapar konten konsumsi, live shopping, afiliator, dan tren gaya hidup. Dalam situasi demikian, perilaku baik menjadi rentan

tergerus. Penelitian tentang perhatian media sosial dan perilaku investor ritel menunjukkan bahwa perhatian yang dipicu media sosial dapat mendorong perdagangan yang kurang terinformasi, peningkatan risiko, serta orientasi yang lebih jangka pendek. Temuan ini penting karena memperlihatkan bahwa media sosial tidak netral; ia dapat memengaruhi kualitas keputusan keuangan, terutama pada pengguna muda yang sangat aktif secara digital. ([ScienceDirect](#))

Dengan demikian, hipotesis ketiga layak dirumuskan sebagai berikut: **media sosial memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.** Arah moderasinya dapat positif bila media sosial digunakan untuk belajar dan menguatkan disiplin, tetapi dapat negatif bila media sosial didominasi konten konsumtif dan tekanan gaya hidup.

5.2. Moderasi terhadap pengaruh sikap keuangan

Media sosial juga sangat mungkin memoderasi hubungan antara sikap keuangan dan pengelolaan keuangan. Seseorang bisa memiliki sikap keuangan yang pada dasarnya positif, misalnya percaya bahwa menabung itu penting dan pengeluaran harus terkontrol. Akan tetapi, sikap ini belum tentu otomatis menjelma menjadi pengelolaan yang baik bila lingkungan digitalnya terus-menerus mendefinisikan kebahagiaan melalui konsumsi. Dalam hal ini, media sosial bertindak sebagai arena pertarungan makna: apakah uang dipahami sebagai alat stabilitas atau alat pencitraan.

Bagi pengguna yang mengikuti akun edukasi finansial, kisah wirausaha realistis, atau konten pengembangan diri yang rasional, media sosial dapat membantu meneguhkan sikap positif terhadap uang. Ia memberikan bahasa, contoh, dan inspirasi praktis. Sebaliknya, pada pengguna yang lebih banyak terpapar konten flexing, impulsive buying, dan fear of missing out, sikap keuangan yang semula sehat bisa menjadi

inkonsisten. Studi tentang perilaku pembelian Generasi Z menunjukkan bahwa akses digital tanpa batas dan citra visual media sosial dapat mendorong kecenderungan impulsif. Kajian lain tentang iklan media sosial dan FOMO pada Gen Z Indonesia juga menunjukkan bahwa dinamika media sosial berkaitan dengan pembelian impulsif. Ini memperlihatkan bahwa sikap internal individu dapat dibengkokkan oleh norma eksternal yang terus-menerus hadir di feed mereka. ([MDPI](#))

Karena itu, hipotesis keempat dapat dirumuskan: **media sosial memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z**. Semakin bijak pola penggunaan media sosial dan semakin kredibel sumber yang diikuti, semakin besar peluang sikap keuangan positif diterjemahkan ke dalam pengelolaan keuangan yang baik.

6. Logika integratif antarvariabel

Bila keempat variabel dalam judul ini dipandang secara integratif, maka kita dapat menyusun alur penjelasan sebagai berikut. Sikap keuangan membentuk orientasi dasar seseorang terhadap uang. Orientasi ini memengaruhi perilaku keuangan sehari-hari. Perilaku keuangan kemudian menjadi praktik aktual yang menentukan kualitas pengelolaan keuangan. Akan tetapi, seluruh proses itu berlangsung dalam lingkungan sosial-digital yang sangat aktif, yakni media sosial. Karena media sosial membentuk persepsi, ekspektasi, norma, dan impuls, maka ia dapat memperkuat atau memperlemah bagaimana sikap dan perilaku itu berujung pada kualitas pengelolaan keuangan.

Dalam bahasa yang lebih sederhana: seseorang mungkin memiliki sikap keuangan baik, tetapi jika ia berada di lingkungan media sosial yang sangat konsumtif, maka dampak sikap baik itu bisa mengecil. Seseorang mungkin sudah berperilaku keuangan cukup disiplin, tetapi jika ia terjebak pada kultur algoritmik yang menormalisasi belanja impulsif,

maka hasil pengelolaan keuangannya bisa menurun. Sebaliknya, media sosial yang berisi konten finansial edukatif dapat memperkuat keterkaitan antara sikap/perilaku sehat dan hasil pengelolaan keuangan yang sehat pula. Itulah inti makna moderasi.

7. Implikasi metodologis untuk penelitian

Jika judul ini dijadikan penelitian kuantitatif, maka modelnya sangat cocok diuji dengan regresi moderasi atau PLS-SEM. Variabel perilaku keuangan dapat diukur melalui indikator seperti kebiasaan membuat anggaran, mencatat pengeluaran, disiplin menabung, membayar tagihan tepat waktu, dan pengendalian pembelian impulsif. Sikap keuangan dapat diukur melalui pandangan terhadap pentingnya perencanaan keuangan, orientasi jangka panjang, kehati-hatian terhadap utang, dan persepsi terhadap pengeluaran konsumtif. Pengelolaan keuangan sebagai variabel dependen dapat diukur melalui kualitas perencanaan, pengendalian pengeluaran, keberadaan dana darurat, dan kemampuan mengalokasikan pendapatan. Sementara media sosial dapat diukur melalui intensitas penggunaan, paparan konten keuangan, pengaruh influencer, kecenderungan membandingkan diri, dan tingkat keterlibatan terhadap promosi atau tren digital.

Dalam pengujian, peneliti tidak cukup hanya membuktikan bahwa perilaku keuangan dan sikap keuangan berpengaruh secara langsung. Yang lebih penting adalah menguji interaksi, misalnya antara perilaku keuangan \times media sosial, dan sikap keuangan \times media sosial. Jika koefisien interaksi signifikan, maka benar bahwa media sosial memoderasi hubungan tersebut. Dalam praktiknya, hasil ini akan sangat berguna karena memberi jawaban yang lebih kaya daripada sekadar "ada pengaruh". Peneliti dapat menjelaskan **kapan** pengaruh itu menjadi kuat, dan **dalam lingkungan digital seperti apa** ia justru melemah.

8. Implikasi praktis

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Implikasi praktis dari analisis ini sangat besar, terutama bagi pendidikan, keluarga, lembaga keuangan, dan pembuat kebijakan.

Pertama, pendidikan keuangan untuk Gen Z tidak boleh berhenti pada pengetahuan teknis. Mengajarkan rumus bunga majemuk atau cara membuat anggaran itu penting, tetapi tidak cukup. Yang juga harus dibentuk adalah sikap terhadap uang: tanggung jawab, orientasi masa depan, kemampuan menunda kepuasan, serta kesadaran bahwa nilai diri tidak identik dengan konsumsi yang dipertontonkan.

Kedua, intervensi terhadap perilaku keuangan harus menyentuh rutinitas mikro. Misalnya, program kampus atau komunitas dapat mendorong pencatatan pengeluaran mingguan, tantangan menabung, dan evaluasi konsumsi digital. Perubahan besar dalam pengelolaan keuangan biasanya lahir dari perubahan kebiasaan kecil yang konsisten.

Ketiga, media sosial tidak seharusnya hanya dipandang sebagai ancaman. Ia juga bisa dijadikan instrumen edukasi yang sangat kuat. OJK sendiri dalam strategi nasional literasi keuangan menekankan pentingnya edukasi yang adaptif terhadap perkembangan kanal digital. Bagi Generasi Z, pesan finansial yang efektif justru sering kali perlu hadir dalam format yang akrab bagi mereka: video singkat, simulasi interaktif, konten kreator yang kredibel, dan komunitas digital yang sehat. ([OJK Portal](#))

Keempat, keluarga juga tetap penting. Walaupun Gen Z hidup di bawah pengaruh algoritma, penelitian terbaru tetap menunjukkan bahwa financial socialization dari keluarga masih relevan, hanya saja kini dinegosiasikan kembali di tengah dominasi teknologi dan media sosial. Artinya, percakapan keluarga tentang uang, prioritas, utang, dan kebiasaan belanja tetap menjadi fondasi penting untuk membentengi anak muda dari tekanan konsumtif ruang digital. ([Jurnal Universitas Labuhanbatu](#))

9. Kesimpulan

Dari seluruh uraian di atas, dapat ditegaskan bahwa pengelolaan keuangan pada Generasi Z merupakan hasil dari interaksi antara faktor internal dan eksternal. Faktor internal itu terutama berupa sikap keuangan dan perilaku keuangan. Sikap keuangan menyediakan orientasi nilai terhadap uang, sedangkan perilaku keuangan menerjemahkan orientasi itu ke dalam tindakan nyata. Keduanya sangat berpengaruh terhadap kualitas pengelolaan keuangan.

Namun pada Generasi Z, pengaruh tersebut tidak berdiri sendiri. Media sosial hadir sebagai lingkungan sosial-digital yang terus memengaruhi cara berpikir, merasa, membandingkan diri, dan mengambil keputusan. Karena itu, media sosial layak diposisikan sebagai variabel moderasi. Ia dapat memperkuat pengaruh sikap dan perilaku keuangan yang sehat bila berfungsi sebagai sumber edukasi dan penguatan disiplin. Sebaliknya, ia dapat memperlemah pengaruh tersebut bila dipenuhi konten konsumtif, FOMO, flexing, dan dorongan keputusan jangka pendek. Temuan-temuan mutakhir tentang Indonesia yang makin terkoneksi secara digital, peningkatan literasi-in-klusi keuangan, serta studi-studi tentang Gen Z dan perilaku finansial mendukung relevansi kerangka ini. ([OJK Portal](#))

Dengan demikian, inti analisis ini adalah bahwa membangun pengelolaan keuangan yang sehat pada Generasi Z tidak cukup hanya dengan menambah akses finansial atau pengetahuan keuangan. Yang dibutuhkan adalah pembentukan sikap yang matang, kebiasaan perilaku yang disiplin, dan ekosistem media sosial yang lebih sehat serta lebih edukatif. Jika ketiga lapisan itu dapat dikelola bersama, maka Generasi Z bukan hanya akan menjadi pengguna teknologi yang cakap, tetapi juga generasi yang lebih mandiri, tangguh, dan rasional dalam mengelola masa depan keuangannya.

Tentu. Berikut lanjutan yang lebih formal dan siap dipakai untuk **proposal penelitian, skripsi, tesis, atau artikel jurnal.**

1. Hipotesis Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini berpijak pada gagasan bahwa **sikap** memengaruhi **niat dan orientasi keputusan**, sedangkan **perilaku** mencerminkan praktik aktual pengelolaan uang. Dalam kerangka **Theory of Planned Behavior**, sikap merupakan salah satu determinan penting pembentukan perilaku, dan dalam literatur literasi keuangan OECD, dimensi sikap dan perilaku sama-sama dipandang sebagai komponen inti yang terkait dengan kesejahteraan finansial. Studi mutakhir tentang Generasi Z di Indonesia juga menunjukkan bahwa sikap keuangan, perilaku keuangan, dan paparan media sosial merupakan faktor yang relevan dalam menjelaskan kualitas keputusan finansial generasi muda. ([ScienceDirect](#))

H1

Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

Alasan teoritisnya ialah bahwa pengelolaan keuangan yang baik pada dasarnya merupakan hasil dari perilaku sehari-hari, seperti menyusun anggaran, mencatat pengeluaran, menabung secara rutin, mengendalikan pembelian impulsif, dan memenuhi kewajiban pembayaran tepat waktu. Temuan-temuan empiris di Indonesia juga

menunjukkan bahwa financial behavior pada Generasi Z berkaitan erat dengan kualitas pengelolaan keuangan personal. ([Stimykn Journal](#))

H2

Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

Hipotesis ini dibangun dari asumsi bahwa sikap keuangan yang sehat—misalnya orientasi masa depan, kehati-hatian terhadap utang, dan penghargaan terhadap perencanaan—akan mendorong individu untuk mengelola uang secara lebih tertib. Penelitian tentang Generasi Z di Riau dan Jakarta menunjukkan bahwa financial attitude berhubungan dengan financial behavior atau perilaku manajemen keuangan, walaupun kekuatan pengaruhnya dapat bervariasi menurut konteks dan model penelitian. ([ICBSS](#))

H3

Media sosial memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

Hipotesis moderasi ini berarti bahwa pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan tidak selalu sama pada setiap individu; kekuatannya dapat berubah sesuai intensitas dan kualitas penggunaan media sosial. Media sosial dapat memperkuat pengaruh perilaku keuangan yang baik bila menjadi saluran edukasi, berbagi pengalaman, dan penguatan disiplin. Sebaliknya, media sosial juga dapat memperlemah dampak perilaku keuangan yang sehat bila lebih banyak menghadirkan promosi konsumtif, tekanan gaya hidup, atau keputusan keuangan yang emosional dan jangka pendek. Bukti empiris menunjukkan media sosial dapat memengaruhi sikap dan perilaku keuangan Gen Z, dan perhatian media sosial juga dapat meningkatkan

risk-taking serta menurunkan kualitas hasil keputusan finansial dalam konteks tertentu. ([Journal Mabis](#))

H4

Media sosial memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

Hipotesis ini menegaskan bahwa sikap keuangan yang positif tidak otomatis menghasilkan pengelolaan keuangan yang baik jika individu berada dalam ekosistem media sosial yang sangat konsumtif. Sebaliknya, bila media sosial digunakan untuk memperoleh konten edukasi keuangan, referensi yang kredibel, dan penguatan norma hidup hemat, maka pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan akan semakin kuat. Penelitian terbaru juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk informasi finansial berhubungan dengan financial satisfaction secara berbeda antar-generasi dan antar-platform, yang menandakan bahwa media sosial memang dapat berfungsi sebagai faktor kondisional dalam hubungan finansial. ([MDPI](#))

2. Kerangka Konseptual

Secara konseptual, model penelitian ini menempatkan **perilaku keuangan** dan **sikap keuangan** sebagai variabel independen, **pengelolaan keuangan** sebagai variabel dependen, dan **media sosial** sebagai variabel moderasi. Model ini sesuai dengan konteks Indonesia yang semakin terdigitalisasi: OJK dan BPS melaporkan literasi keuangan nasional 66,46% dan inklusi keuangan 80,51% pada 2025, sementara APJII mencatat penetrasi internet Indonesia 79,5% pada 2024 dan DataReportal melaporkan 143 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2025. Artinya, keputusan finansial Generasi Z

kini berlangsung dalam ruang yang simultan: ruang ekonomi dan ruang digital. ([OJK Portal](#))

Secara naratif, kerangka berpikir penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut. **Sikap keuangan** membentuk orientasi mental individu terhadap uang, seperti kedisiplinan, orientasi masa depan, dan kehati-hatian. Orientasi tersebut kemudian memengaruhi **perilaku keuangan**, yaitu tindakan nyata dalam mengatur pemasukan, pengeluaran, tabungan, dan keputusan konsumsi. Baik sikap maupun perilaku pada akhirnya menentukan kualitas **pengelolaan keuangan**. Akan tetapi, seluruh proses ini berlangsung di bawah pengaruh **media sosial**, yang dapat menjadi sumber edukasi finansial ataupun sumber tekanan konsumtif. Karena itu, media sosial diasumsikan bukan sekadar faktor luar, melainkan faktor yang mengubah kuat-lemahnya pengaruh kedua variabel utama terhadap pengelolaan keuangan. ([OECD](#))

Skema kerangka konseptual

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Z = Media Sosial

Y = Pengelolaan Keuangan

Hubungan yang diuji:

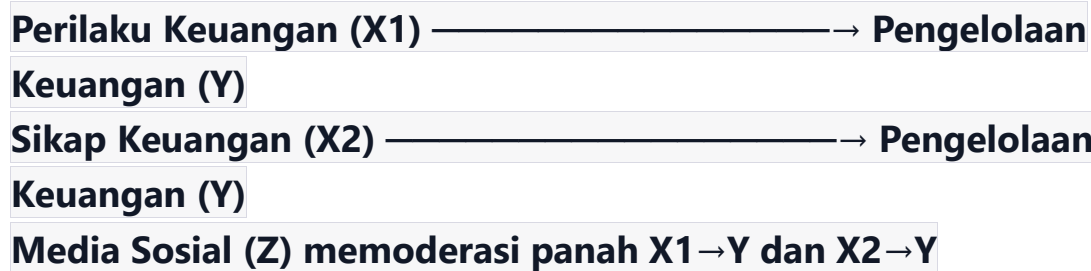
X1 → Y

X2 → Y

Z memoderasi hubungan X1 → Y

Z memoderasi hubungan X2 → Y

Bila Bapak ingin menampilkannya dalam format diagram teks, bentuk sederhananya adalah sebagai berikut:



Dalam model empiris, saya menyarankan **media sosial juga dimasukkan sebagai efek utama ke Y** sebagai variabel kontrol struktural, meskipun tidak perlu dirumuskan sebagai hipotesis tambahan. Langkah ini lazim dilakukan dalam analisis moderasi agar estimasi interaksi menjadi lebih bersih dan interpretasinya lebih kuat. Pendekatan PLS-SEM juga cocok untuk model yang berorientasi prediksi, memiliki konstruk laten, dan memasukkan interaksi moderasi. ([ScienceDirect](#))

3. Metode Penelitian

3.1 Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan **pendekatan kuantitatif** dengan desain **explanatory survey** dan potongan waktu **cross-sectional**. Tujuan utamanya adalah menguji hubungan kausal antarvariabel serta melihat apakah media sosial memperkuat atau memperlemah pengaruh perilaku keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan. Desain ini sejalan dengan banyak studi perilaku keuangan Generasi Z di Indonesia yang menggunakan kuesioner dan analisis statistik inferensial. ([Stimykpn Journal](#))

3.2 Populasi dan sampel

Populasi penelitian adalah **Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan telah melakukan keputusan keuangan pribadi**, misalnya mahasiswa, pekerja muda, atau wirausaha muda. Secara operasional,

responden dapat ditetapkan pada rentang **usia 18–27 tahun** agar seluruh responden sudah berada pada fase pengambilan keputusan finansial yang relatif mandiri. Fokus pada kelompok usia muda relevan karena data SNLIK 2025 menunjukkan kelompok usia 18–25 tahun termasuk yang memiliki indeks literasi dan inklusi keuangan tertinggi di Indonesia. ([OJK Portal](#))

Teknik sampling yang disarankan adalah **purposive sampling**, dengan kriteria:

- (1) termasuk Generasi Z,
- (2) aktif menggunakan minimal satu platform media sosial,
- (3) memiliki pemasukan, uang saku, atau sumber dana yang dikelola sendiri, dan
- (4) pernah melakukan aktivitas pengelolaan keuangan seperti menabung, belanja daring, membayar tagihan digital, atau menggunakan dompet digital/paylater.

Penggunaan purposive sampling juga sejalan dengan sejumlah studi Gen Z di Indonesia. ([Stimykp Journal](#))

Untuk ukuran sampel, model ini layak dianalisis dengan **PLS-SEM**. Wong menjelaskan bahwa PLS-SEM cocok ketika tujuan penelitian bersifat prediktif, teori belum sepenuhnya mapan, atau peneliti menghadapi data yang tidak selalu ideal. Wong juga menunjukkan bahwa ukuran minimum sampel bergantung pada jumlah panah yang menuju konstruk endogen; untuk lima panah menuju satu konstruk, minimum tipikal sekitar 70 responden, tetapi 100–200 responden biasanya menjadi titik awal yang lebih baik. Karena model ini mengandung efek moderasi, saya menyarankan **minimal 200 responden**, dan idealnya **250–300 responden** agar hasil bootstrapping lebih stabil.

3.3 Teknik pengumpulan data

Data primer dikumpulkan melalui **kuesioner tertutup** menggunakan skala Likert 1–5, dari **sangat tidak setuju** sampai **sangat setuju**.

Pengumpulan data dapat dilakukan secara daring melalui Google Forms atau platform survei sejenis, mengingat karakter responden yang digital-native dan sangat dekat dengan internet serta media sosial. Relevansi medium daring ini juga didukung oleh tingginya penetrasi internet Indonesia dan besarnya basis pengguna media sosial aktif. (apjii.or.id)

3.4 Definisi operasional variabel

Perilaku keuangan didefinisikan sebagai tindakan nyata individu dalam merencanakan, menggunakan, dan mengendalikan uang. Indikator yang dapat digunakan antara lain: membuat anggaran, mencatat pengeluaran, menabung rutin, membayar kewajiban tepat waktu, dan menghindari pembelian impulsif. Literatur OECD menempatkan financial behavior sebagai salah satu komponen inti literasi keuangan, dan studi Gen Z Indonesia juga menggunakan indikator kebiasaan finansial sehari-hari sebagai cerminan financial behavior. (OECD)

Sikap keuangan adalah kecenderungan psikologis individu dalam memandang dan menilai uang. Indikator yang dapat digunakan meliputi orientasi masa depan, kehati-hatian terhadap utang, pandangan bahwa pengeluaran perlu direncanakan, dan keyakinan bahwa menabung merupakan prioritas. Dalam survei OECD/INFE, financial attitudes diperlakukan sebagai unsur penting yang terkait dengan financial well-being. (OECD)

Pengelolaan keuangan adalah kemampuan individu dalam merencanakan, mengalokasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan sumber daya keuangan. Indikatornya dapat mencakup: adanya rencana keuangan, kontrol terhadap pengeluaran, alokasi untuk tabungan atau dana darurat, kemampuan menjaga keseimbangan arus kas, dan konsistensi dalam prioritas kebutuhan. Sejumlah studi Indonesia

menggunakan konstruk ini atau konstruk yang sangat berdekatan, seperti financial management behavior atau personal financial management. ([ICBSS](#))

Media sosial sebagai variabel moderasi didefinisikan sebagai tingkat paparan, intensitas penggunaan, dan pengaruh konten media sosial terhadap proses berpikir serta keputusan finansial responden. Indikatornya dapat berupa: frekuensi penggunaan media sosial, intensitas melihat konten keuangan, tingkat kepercayaan pada informasi keuangan di media sosial, pengaruh influencer, dan dorongan komparasi sosial atau konsumsi akibat media sosial. Penelitian terbaru pada Gen Z Surabaya menunjukkan bahwa media sosial memengaruhi sikap dan perilaku keuangan, sedangkan studi lain menunjukkan penggunaan media sosial untuk informasi investasi dapat berkaitan dengan hasil finansial yang berbeda tergantung platform dan generasi. ([Journal Mabis](#))

3.5 Teknik analisis data

Analisis data disarankan menggunakan **Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)** dengan aplikasi **SmartPLS 4**. Metode ini relevan karena model penelitian bersifat prediktif, menggunakan konstruk laten reflektif, dan mengandung interaksi moderasi. Literatur metode juga membedakan PLS-SEM dari CB-SEM: PLS-SEM berbasis varian dan banyak dipilih ketika peneliti ingin fokus pada prediksi, pengembangan model, atau ketika asumsi data tidak sepenuhnya ideal. ([ScienceDirect](#))

Pengujian dilakukan dalam dua tahap. Tahap pertama adalah **evaluasi model pengukuran**. SmartPLS menampilkan ambang praktis yang banyak dipakai: outer loading $\geq 0,70$; Cronbach's alpha $\geq 0,70$; composite reliability $\geq 0,70$; AVE $\geq 0,50$; HTMT $< 0,90$; dan VIF sebaiknya

≤ 5 , dengan nilai ≤ 3 lebih baik. SmartPLS sendiri menegaskan bahwa HTMT direkomendasikan untuk menilai discriminant validity. ([SmartPLS](#))

Tahap kedua adalah **evaluasi model struktural**, yang mencakup koefisien jalur, nilai p, effect size, dan daya prediksi model. Dalam SmartPLS, effect size **f-square** sekitar 0,02 dipandang kecil, 0,15 sedang, dan di atasnya lebih substantif; sedangkan **Q²** di atas nol menunjukkan relevansi prediktif. Untuk uji signifikansi, prosedur bootstrapping digunakan. Wong merekomendasikan **5.000 bootstrap samples** dan jumlah bootstrap cases yang sama dengan jumlah observasi valid. ([SmartPLS](#))

3.6 Model persamaan penelitian

Model struktural yang dapat digunakan adalah:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 (X_1 \times Z) + \beta_5 (X_2 \times Z) + e$$

Keterangan:

Y = Pengelolaan Keuangan

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Z = Media Sosial

X1×Z = interaksi perilaku keuangan dan media sosial

X2×Z = interaksi sikap keuangan dan media sosial

e = error term

Dalam interpretasinya, **β_1** dan **β_2** menguji H1 dan H2, sedangkan **β_4** dan **β_5** menguji H3 dan H4. Jika β_4 atau β_5 signifikan, maka media sosial benar-benar berperan sebagai moderator. Arah koefisien kemudian menunjukkan apakah moderasi itu memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel utama. Pendekatan semacam ini lazim dalam model PLS-SEM yang menguji efek interaksi. ([SmartPLS](#))

4. Daftar Pustaka (APA 7)

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei penetrasi internet Indonesia 2024*.

Butar Butar, N., & Iramani, R. (2026). Modeling Gen Z students' financial behavior: Social media and mediated intention effects. *Manajemen dan Bisnis*, 25(1).

Dash, G., & Paul, J. (2021). CB-SEM vs PLS-SEM methods for research in social sciences and technology forecasting. *Technological Forecasting and Social Change*, 173, 121092.

DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24.

Herdjiono, I., & Damanik, L. A. (2016). Pengaruh financial attitude, financial knowledge, parental income terhadap financial management behavior. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 9(3), 226–241.

Iramani, R., & Lutfi, L. (2021). An integrated model of financial well-being: The role of financial behavior. *Accounting*, 7(3), 691–700.

Maulana, R., & Triyonowati, T. (2024). Financial attitude on financial management behavior with financial inclusion as a mediating variable among Generation Z in Riau. *International Conference of Business and Social Sciences*, 4(1), 1060–1067.

Rudy C Tarumingkeng: *Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial*

OECD. (2023). *OECD/INFE 2023 international survey of adult financial literacy*.

Otoritas Jasa Keuangan, & Badan Pusat Statistik. (2025). *Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat, OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Tahun 2025*.

Olajide, O., Pandey, S., & Pandey, I. (2024). Social media for investment advice and financial satisfaction: Does generation matter? *Journal of Risk and Financial Management*, 17(9), 410.

Setiawati, N. T., & Primadineska, R. W. (2025). Financial behavior of Generation Z in Indonesia: Impact of literacy, technology and lifestyle. *Telaah Bisnis*, 26(1), 55–68.

Siringoringo, E. L., & Alhazami, L. (2025). Pengaruh financial knowledge, financial attitude, dan internal locus of control terhadap perilaku manajemen keuangan Generasi Z di Jakarta. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(5), 3620–3631.

Warkulat, S., & Pelster, M. (2024). Social media attention and retail investor behavior: Evidence from r/wallstreetbets. *International Review of Financial Analysis*, 96(Part B), 103721.

Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., & Baroroh, N. (2021). The roles of peers and social media in building financial literacy among the millennial generation: A case of Indonesian economics and business students. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1947579.

Bagian instrumen penelitian lengkap yang dapat langsung digunakan dan sesuaikan untuk **proposal, skripsi, tesis, atau artikel ilmiah.**

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan jenis penelitian **eksplanatori**. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan kausal antara **perilaku keuangan** dan **sikap keuangan** terhadap **pengelolaan keuangan**, serta menguji peran **media sosial** sebagai variabel moderasi pada Generasi Z.

Desain penelitian yang digunakan adalah **survei cross-sectional**, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Model ini sesuai untuk mengukur persepsi, sikap, dan perilaku responden dalam konteks keputusan keuangan pribadi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dapat dilaksanakan pada mahasiswa, pekerja muda, atau anggota Generasi Z di wilayah yang menjadi fokus penelitian Bapak, misalnya **Bogor, Jabodetabek, Jawa Barat, atau Indonesia secara umum** melalui survei daring.

Waktu penelitian dapat direncanakan dalam beberapa tahap:

Penyusunan instrumen

Uji coba instrumen

Penyebaran kuesioner

Pengolahan data

Analisis dan penarikan kesimpulan

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah **Generasi Z**, yaitu individu yang berada pada rentang usia sekitar **18–27 tahun**, aktif menggunakan media sosial, dan melakukan pengelolaan keuangan pribadi.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian ditentukan dengan teknik **purposive sampling**, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu.

3.3.3 Kriteria Responden

Responden dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria berikut:

Termasuk kelompok Generasi Z

Aktif menggunakan media sosial

Memiliki uang saku, pendapatan, atau sumber dana yang dikelola sendiri

Pernah melakukan aktivitas keuangan pribadi seperti menabung, belanja daring, membayar tagihan, atau menggunakan dompet digital

3.3.4 Jumlah Sampel

Untuk analisis menggunakan **PLS-SEM**, jumlah sampel disarankan minimal **150–200 responden** agar hasil pengujian model struktural dan moderasi lebih stabil.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan:

Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner

Data sekunder, yaitu data pendukung dari buku, jurnal, laporan, dan referensi ilmiah lain yang relevan

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan:

Kuesioner

Studi pustaka

Dokumentasi, bila diperlukan

Instrumen utama penelitian ini adalah **kuesioner tertutup** dengan skala Likert 1–5.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri atas:

Variabel independen:

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Variabel dependen:

Y = Pengelolaan Keuangan

Variabel moderasi:

Z = Media Sosial

3.6 Tabel Operasional Variabel

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
Perilaku Keuangan (X1)	Tindakan nyata individu dalam mengatur, menggunakan, dan mengendalikan keuangan sehari-hari	Perencanaan	Membuat anggaran pengeluaran	PK1	Likert 1-5
		Pengendalian	Mengontrol pengeluaran sesuai prioritas	PK2	Likert 1-5
		Kebiasaan menabung	Menyisihkan uang secara rutin	PK3	Likert 1-5
		Disiplin pembayaran	Membayar kewajiban tepat waktu	PK4	Likert 1-5
		Penghindaran impulsif	Menghindari pembelian tidak terencana	PK5	Likert 1-5
		Monitoring	Mencatat atau memantau arus kas pribadi	PK6	Likert 1-5
Sikap Keuangan (X2)	Kecenderungan psikologis individu dalam memandang uang, konsumsi, tabungan, dan tanggung jawab finansial	Orientasi masa depan	Menganggap penting perencanaan masa depan	SK1	Likert 1-5
		Prioritas kebutuhan	Mengutamakan kebutuhan daripada keinginan	SK2	Likert 1-5
		Kehati-hatian	Bersikap hati-hati terhadap pengeluaran	SK3	Likert 1-5
		Pandangan terhadap tabungan	Menilai tabungan sebagai hal penting	SK4	Likert 1-5

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
Media Sosial (Z)	Tingkat penggunaan dan pengaruh media sosial terhadap persepsi, keputusan, dan kebiasaan finansial responden	Sikap terhadap utang	Menghindari utang konsumtif	SK5	Likert 1-5
		Tanggung jawab	Merasa bertanggung jawab atas kondisi keuangan pribadi	SK6	Likert 1-5
		Intensitas penggunaan	Sering menggunakan media sosial setiap hari	MS1	Likert 1-5
		Paparan informasi finansial	Sering melihat konten keuangan di media sosial	MS2	Likert 1-5
		Pengaruh influencer	Terpengaruh rekomendasi figur di media sosial	MS3	Likert 1-5
		Komparasi sosial	Membandingkan gaya hidup dengan orang lain	MS4	Likert 1-5
Pengelolaan Keuangan (Y)	Kemampuan individu dalam merencanakan, mengalokasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan uang secara efektif	Pengaruh konsumsi	Terdorong membeli produk karena media sosial	MS5	Likert 1-5
		Pemanfaatan edukatif	Menggunakan media sosial untuk belajar pengelolaan keuangan	MS6	Likert 1-5
		Perencanaan keuangan	Memiliki rencana penggunaan uang	PKeu1	Likert 1-5

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
		Pengalokasian dana	Mampu membagi uang untuk berbagai kebutuhan	PKeu2	Likert 1-5
		Pengendalian pengeluaran	Menjaga pengeluaran agar tidak melebihi kemampuan	PKeu3	Likert 1-5
		Kesiapan darurat	Menyisihkan dana untuk kebutuhan mendadak	PKeu4	Likert 1-5
		Konsistensi tabungan	Menjaga kebiasaan menabung	PKeu5	Likert 1-5
		Evaluasi keuangan	Mengevaluasi kondisi keuangan secara berkala	PKeu6	Likert 1-5

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert. Setiap pernyataan diukur menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3

Pilihan Jawaban	Skor
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Semakin tinggi skor yang diberikan responden, semakin kuat tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diajukan.

3.8 Kisi-Kisi dan Item Kuesioner

Di bawah ini adalah bentuk item kuesioner yang siap dipakai.

A. Variabel Perilaku Keuangan (X1)

Tabel 3.3 Item Kuesioner Perilaku Keuangan

Kode	Pernyataan
PK1	Saya membuat rencana atau anggaran sebelum menggunakan uang saya.
PK2	Saya berusaha mengontrol pengeluaran agar sesuai dengan kebutuhan utama.
PK3	Saya menyisihkan sebagian uang saya untuk ditabung secara rutin.
PK4	Saya membayar kewajiban keuangan tepat pada waktunya.
PK5	Saya menghindari membeli barang hanya karena keinginan sesaat.

Kode Pernyataan

PK6 Saya memantau atau mencatat pemasukan dan pengeluaran pribadi saya.

B. Variabel Sikap Keuangan (X2)

Tabel 3.4 Item Kuesioner Sikap Keuangan

Kode Pernyataan

SK1 Saya percaya bahwa perencanaan keuangan penting untuk masa depan saya.

SK2 Saya lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dalam menggunakan uang.

SK3 Saya merasa perlu berhati-hati dalam membelanjakan uang.

SK4 Saya memandang menabung sebagai kebiasaan yang penting.

SK5 Saya menganggap utang untuk konsumsi sebaiknya dihindari.

SK6 Saya merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang saya buat.

C. Variabel Media Sosial (Z)

Tabel 3.5 Item Kuesioner Media Sosial

Kode Pernyataan

- MS1 Saya menggunakan media sosial setiap hari dalam durasi yang cukup tinggi.
- MS2 Saya sering melihat konten tentang keuangan, investasi, atau pengelolaan uang di media sosial.
- MS3 Saya pernah terpengaruh oleh rekomendasi influencer atau content creator dalam keputusan keuangan saya.
- MS4 Saya sering membandingkan gaya hidup saya dengan orang lain yang saya lihat di media sosial.
- MS5 Media sosial sering mendorong saya untuk membeli barang atau layanan tertentu.
- MS6 Saya menggunakan media sosial untuk memperoleh pengetahuan tentang cara mengelola keuangan.
-

D. Variabel Pengelolaan Keuangan (Y)

Tabel 3.6 Item Kuesioner Pengelolaan Keuangan

Kode Pernyataan

- PKeu1 Saya memiliki rencana yang jelas dalam menggunakan uang saya.
- PKeu2 Saya mampu membagi uang saya untuk kebutuhan harian, tabungan, dan keperluan lain.
- PKeu3 Saya dapat menjaga agar pengeluaran saya tidak melebihi kemampuan keuangan saya.
- PKeu4 Saya menyediakan dana cadangan untuk kebutuhan mendadak.
- PKeu5 Saya konsisten dalam menyisihkan uang untuk tabungan.

Kode Pernyataan

PKeu6 Saya mengevaluasi kondisi keuangan saya secara berkala.

3.9 Format Kuesioner Siap Sebar

Berikut bentuk sederhana yang dapat langsung dimasukkan ke Google Form atau lembar survei.

Bagian A. Identitas Responden

Jenis kelamin

Usia

Status (mahasiswa/pekerja/wirausaha/lainnya)

Rata-rata uang saku atau pendapatan per bulan

Platform media sosial yang paling sering digunakan

Lama penggunaan media sosial per hari

Bagian B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Bagian C. Pernyataan Kuesioner

Masukkan semua item PK1–PK6, SK1–SK6, MS1–MS6, dan PKeu1–PKeu6 dalam format matriks.

Jumlah total item: **24 butir**

3.10 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan pada penelitian utama, instrumen perlu diuji terlebih dahulu melalui **uji validitas** dan **uji reliabilitas**.

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam analisis PLS-SEM, validitas konstruk dapat dilihat melalui:

Outer loading > 0,70

Average Variance Extracted (AVE) > 0,50

Discriminant validity, misalnya melalui HTMT atau cross loading

Bila terdapat item dengan nilai loading rendah, item tersebut dapat dipertimbangkan untuk direvisi atau dihapus.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Reliabilitas dapat dilihat dari:

Cronbach's Alpha > 0,70

Composite Reliability > 0,70

Jika seluruh konstruk memenuhi batas tersebut, maka instrumen dinyatakan reliabel.

3.11 Teknik Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan **SEM-PLS (Structural Equation Modeling–Partial Least Squares)** dengan bantuan perangkat lunak seperti **SmartPLS**.

Analisis dilakukan melalui beberapa tahap:

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban pada tiap item penelitian.

3.11.2 Evaluasi Outer Model

Outer model digunakan untuk menguji hubungan antara indikator dengan konstruknya, yang meliputi:

Convergent validity

Discriminant validity

Composite reliability

Cronbach's alpha

3.11.3 Evaluasi Inner Model

Inner model digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel laten, meliputi:

Nilai **R-square**

Nilai **path coefficient**

Nilai **t-statistics**

Nilai **p-values**

Nilai **f-square**

Nilai **Q-square**, bila diperlukan

3.11.4 Uji Hipotesis

Hipotesis diuji dengan melihat nilai **t-statistics** dan **p-values** hasil bootstrapping.

Kriteria pengujian:

Jika **p-value < 0,05**, maka hipotesis diterima

Jika **p-value > 0,05**, maka hipotesis ditolak

3.12 Model Persamaan Penelitian

Persamaan struktural dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 (X_1 \times Z) + \beta_5 (X_2 \times Z) + e$$

Keterangan:

Y = Pengelolaan Keuangan

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Z = Media Sosial

X1×Z = interaksi perilaku keuangan dengan media sosial

X2×Z = interaksi sikap keuangan dengan media sosial

e = error

3.13 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H2: Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H3: Media sosial memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H4: Media sosial memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

3.14 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka penelitian ini menggambarkan bahwa perilaku keuangan dan sikap keuangan merupakan faktor utama yang memengaruhi pengelolaan keuangan. Media sosial berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

Format naratifnya dapat ditulis sebagai berikut:

“Semakin baik perilaku keuangan dan semakin positif sikap keuangan Generasi Z, maka semakin baik pula pengelolaan keuangan mereka. Namun demikian, kekuatan pengaruh tersebut dipengaruhi oleh media sosial, yang dalam konteks digital dapat berperan sebagai sumber edukasi keuangan maupun sebagai pendorong perilaku konsumtif.”

3.15 Format Penulisan Bab Metodologi Siap Tempel

Berikut ini versi ringkas dan rapi yang bisa langsung Bapak tempel ke naskah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh perilaku keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z dengan media sosial sebagai variabel moderasi.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan mengelola keuangan pribadi. Sampel dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usia, penggunaan media sosial, dan keterlibatan dalam aktivitas keuangan pribadi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, studi pustaka, dan dokumentasi.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel independen terdiri atas perilaku keuangan (X1) dan sikap keuangan (X2), variabel dependen adalah pengelolaan keuangan (Y), sedangkan media sosial (Z) berperan sebagai variabel moderasi.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel disusun berdasarkan indikator yang relevan dengan konteks Generasi Z, meliputi perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, orientasi masa depan, pengaruh media sosial, dan kemampuan mengelola keuangan pribadi.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri atas 24 item pernyataan. Setiap item diukur menggunakan skala Likert lima poin, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

3.7 Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Validitas diuji melalui outer loading dan AVE, sedangkan reliabilitas diuji melalui Cronbach's alpha dan composite reliability.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan SEM-PLS dengan tahapan analisis deskriptif, evaluasi outer model, evaluasi inner model, dan pengujian hipotesis melalui bootstrapping.

3.16 Catatan Akademik untuk Penyempurnaan

Agar instrumen ini semakin kuat secara ilmiah, Bapak dapat menambahkan:

uji coba awal/pilot test kepada 20–30 responden

butir negatif (reverse items) bila ingin mengurangi jawaban monoton

variabel kontrol seperti jenis kelamin, pendapatan, status mahasiswa/pekerja, dan intensitas penggunaan media sosial

pertanyaan terbuka singkat di bagian akhir untuk memperkaya interpretasi

Bila Bapak menghendaki, langkah berikutnya saya dapat susunkan **dalam format yang lebih lengkap lagi**, yaitu:

(1) tabel instrumen dalam format **Word-ready**,

(2) **kuesioner final satu paket** siap salin ke Google Form, atau

(3) **Bab IV simulasi hasil dan pembahasan** seolah-olah penelitian ini sudah selesai.

Baik. Berikut saya susunkan **bagian instrumen penelitian lengkap** yang dapat langsung Bapak gunakan dan sesuaikan untuk **proposal, skripsi, tesis, atau artikel ilmiah**.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kuantitatif** dengan jenis penelitian **eksplanatori**. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan menguji hubungan kausal antara **perilaku keuangan** dan **sikap keuangan** terhadap **pengelolaan keuangan**, serta menguji peran **media sosial** sebagai variabel moderasi pada Generasi Z.

Desain penelitian yang digunakan adalah **survei cross-sectional**, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Model ini sesuai untuk mengukur persepsi, sikap, dan perilaku responden dalam konteks keputusan keuangan pribadi.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dapat dilaksanakan pada mahasiswa, pekerja muda, atau anggota Generasi Z di wilayah yang menjadi fokus penelitian Bapak, misalnya **Bogor, Jabodetabek, Jawa Barat, atau Indonesia secara umum** melalui survei daring.

Waktu penelitian dapat direncanakan dalam beberapa tahap:

Penyusunan instrumen

Uji coba instrumen

Penyebaran kuesioner

Pengolahan data

Analisis dan penarikan kesimpulan

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah **Generasi Z**, yaitu individu yang berada pada rentang usia sekitar **18–27 tahun**, aktif menggunakan media sosial, dan melakukan pengelolaan keuangan pribadi.

3.3.2 Sampel

Sampel penelitian ditentukan dengan teknik **purposive sampling**, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu.

3.3.3 Kriteria Responden

Responden dalam penelitian ini harus memenuhi kriteria berikut:

Termasuk kelompok Generasi Z

Aktif menggunakan media sosial

Memiliki uang saku, pendapatan, atau sumber dana yang dikelola sendiri

Pernah melakukan aktivitas keuangan pribadi seperti menabung, belanja daring, membayar tagihan, atau menggunakan dompet digital

3.3.4 Jumlah Sampel

Untuk analisis menggunakan **PLS-SEM**, jumlah sampel disarankan minimal **150–200 responden** agar hasil pengujian model struktural dan moderasi lebih stabil.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan:

Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner

Data sekunder, yaitu data pendukung dari buku, jurnal, laporan, dan referensi ilmiah lain yang relevan

3.4.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan:

Kuesioner

Studi pustaka

Dokumentasi, bila diperlukan

Instrumen utama penelitian ini adalah **kuesioner tertutup** dengan skala Likert 1–5.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri atas:

Variabel independen:

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Variabel dependen:

Y = Pengelolaan Keuangan

Variabel moderasi:

Z = Media Sosial

3.6 Tabel Operasional Variabel

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
Perilaku Keuangan (X1)	Tindakan nyata individu dalam mengatur, menggunakan, dan mengendalikan keuangan sehari-hari	Perencanaan	Membuat anggaran pengeluaran	PK1	Likert 1-5
		Pengendalian	Mengontrol pengeluaran sesuai prioritas	PK2	Likert 1-5
		Kebiasaan menabung	Menyisihkan uang secara rutin	PK3	Likert 1-5
		Disiplin pembayaran	Membayar kewajiban tepat waktu	PK4	Likert 1-5
		Penghindaran impulsif	Menghindari pembelian tidak terencana	PK5	Likert 1-5
		Monitoring	Mencatat atau memantau arus kas pribadi	PK6	Likert 1-5
Sikap Keuangan (X2)	Kecenderungan psikologis individu dalam memandang uang, konsumsi, tabungan, dan tanggung jawab finansial	Orientasi masa depan	Menganggap penting perencanaan masa depan	SK1	Likert 1-5
		Prioritas kebutuhan	Mengutamakan kebutuhan daripada keinginan	SK2	Likert 1-5
		Kehati-hatian	Bersikap hati-hati terhadap pengeluaran	SK3	Likert 1-5
		Pandangan terhadap tabungan	Menilai tabungan sebagai hal penting	SK4	Likert 1-5

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
Media Sosial (Z)	Tingkat penggunaan dan pengaruh media sosial terhadap persepsi, keputusan, dan kebiasaan finansial responden	Sikap terhadap utang	Menghindari utang konsumtif	SK5	Likert 1-5
		Tanggung jawab	Merasa bertanggung jawab atas kondisi keuangan pribadi	SK6	Likert 1-5
		Intensitas penggunaan	Sering menggunakan media sosial setiap hari	MS1	Likert 1-5
		Paparan informasi finansial	Sering melihat konten keuangan di media sosial	MS2	Likert 1-5
		Pengaruh influencer	Terpengaruh rekomendasi figur di media sosial	MS3	Likert 1-5
		Komparasi sosial	Membandingkan gaya hidup dengan orang lain	MS4	Likert 1-5
Pengelolaan Keuangan (Y)	Kemampuan individu dalam merencanakan, mengalokasikan, mengendalikan, dan mengevaluasi penggunaan uang secara efektif	Pengaruh konsumsi	Terdorong membeli produk karena media sosial	MS5	Likert 1-5
		Pemanfaatan edukatif	Menggunakan media sosial untuk belajar pengelolaan keuangan	MS6	Likert 1-5
		Perencanaan keuangan	Memiliki rencana penggunaan uang	PKeu1	Likert 1-5

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi/Aspek	Indikator	Kode Item	Skala
		Pengalokasian dana	Mampu membagi uang untuk berbagai kebutuhan	PKeu2	Likert 1-5
		Pengendalian pengeluaran	Menjaga pengeluaran agar tidak melebihi kemampuan	PKeu3	Likert 1-5
		Kesiapan darurat	Menyisihkan dana untuk kebutuhan mendadak	PKeu4	Likert 1-5
		Konsistensi tabungan	Menjaga kebiasaan menabung	PKeu5	Likert 1-5
		Evaluasi keuangan	Mengevaluasi kondisi keuangan secara berkala	PKeu6	Likert 1-5

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan skala Likert. Setiap pernyataan diukur menggunakan lima alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3

Pilihan Jawaban	Skor
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Semakin tinggi skor yang diberikan responden, semakin kuat tingkat persetujuan terhadap pernyataan yang diajukan.

3.8 Kisi-Kisi dan Item Kuesioner

Di bawah ini adalah bentuk item kuesioner yang siap dipakai.

A. Variabel Perilaku Keuangan (X1)

Tabel 3.3 Item Kuesioner Perilaku Keuangan

Kode	Pernyataan
PK1	Saya membuat rencana atau anggaran sebelum menggunakan uang saya.
PK2	Saya berusaha mengontrol pengeluaran agar sesuai dengan kebutuhan utama.
PK3	Saya menyisihkan sebagian uang saya untuk ditabung secara rutin.
PK4	Saya membayar kewajiban keuangan tepat pada waktunya.
PK5	Saya menghindari membeli barang hanya karena keinginan sesaat.

Kode Pernyataan

PK6 Saya memantau atau mencatat pemasukan dan pengeluaran pribadi saya.

B. Variabel Sikap Keuangan (X2)

Tabel 3.4 Item Kuesioner Sikap Keuangan

Kode Pernyataan

SK1 Saya percaya bahwa perencanaan keuangan penting untuk masa depan saya.

SK2 Saya lebih mengutamakan kebutuhan daripada keinginan dalam menggunakan uang.

SK3 Saya merasa perlu berhati-hati dalam membelanjakan uang.

SK4 Saya memandang menabung sebagai kebiasaan yang penting.

SK5 Saya menganggap utang untuk konsumsi sebaiknya dihindari.

SK6 Saya merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang saya buat.

C. Variabel Media Sosial (Z)

Tabel 3.5 Item Kuesioner Media Sosial

Kode Pernyataan

- MS1 Saya menggunakan media sosial setiap hari dalam durasi yang cukup tinggi.
 - MS2 Saya sering melihat konten tentang keuangan, investasi, atau pengelolaan uang di media sosial.
 - MS3 Saya pernah terpengaruh oleh rekomendasi influencer atau content creator dalam keputusan keuangan saya.
 - MS4 Saya sering membandingkan gaya hidup saya dengan orang lain yang saya lihat di media sosial.
 - MS5 Media sosial sering mendorong saya untuk membeli barang atau layanan tertentu.
 - MS6 Saya menggunakan media sosial untuk memperoleh pengetahuan tentang cara mengelola keuangan.
-

D. Variabel Pengelolaan Keuangan (Y)

Tabel 3.6 Item Kuesioner Pengelolaan Keuangan

Kode Pernyataan

- PKeu1 Saya memiliki rencana yang jelas dalam menggunakan uang saya.
- PKeu2 Saya mampu membagi uang saya untuk kebutuhan harian, tabungan, dan keperluan lain.

Kode	Pernyataan
------	------------

PKeu3	Saya dapat menjaga agar pengeluaran saya tidak melebihi kemampuan keuangan saya.
-------	--

PKeu4	Saya menyediakan dana cadangan untuk kebutuhan mendadak.
-------	--

PKeu5	Saya konsisten dalam menyisihkan uang untuk tabungan.
-------	---

PKeu6	Saya mengevaluasi kondisi keuangan saya secara berkala.
-------	---

3.9 Format Kuesioner Siap Sebar

Berikut bentuk sederhana yang dapat langsung dimasukkan ke Google Form atau lembar survei.

Bagian A. Identitas Responden

Jenis kelamin

Usia

Status (mahasiswa/pekerja/wirausaha/lainnya)

Rata-rata uang saku atau pendapatan per bulan

Platform media sosial yang paling sering digunakan

Lama penggunaan media sosial per hari

Bagian B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan kondisi Anda.

Keterangan:

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Bagian C. Pernyataan Kuesioner

Masukkan semua item PK1–PK6, SK1–SK6, MS1–MS6, dan PKeu1–PKeu6 dalam format matriks.

Jumlah total item: **24 butir**

3.10 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum digunakan pada penelitian utama, instrumen perlu diuji terlebih dahulu melalui **uji validitas** dan **uji reliabilitas**.

3.10.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir-butir pertanyaan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam analisis PLS-SEM, validitas konstruk dapat dilihat melalui:

Outer loading > 0,70

Average Variance Extracted (AVE) > 0,50

Discriminant validity, misalnya melalui HTMT atau cross loading

Bila terdapat item dengan nilai loading rendah, item tersebut dapat dipertimbangkan untuk direvisi atau dihapus.

3.10.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian. Reliabilitas dapat dilihat dari:

Cronbach's Alpha > 0,70

Composite Reliability > 0,70

Jika seluruh konstruk memenuhi batas tersebut, maka instrumen dinyatakan reliabel.

3.11 Teknik Analisis Data

Penelitian ini dianalisis menggunakan **SEM-PLS (Structural Equation Modeling–Partial Least Squares)** dengan bantuan perangkat lunak seperti **SmartPLS**.

Analisis dilakukan melalui beberapa tahap:

3.11.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan profil responden dan distribusi jawaban pada tiap item penelitian.

3.11.2 Evaluasi Outer Model

Outer model digunakan untuk menguji hubungan antara indikator dengan konstruknya, yang meliputi:

Convergent validity

Discriminant validity

Composite reliability

Cronbach's alpha

3.11.3 Evaluasi Inner Model

Inner model digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel laten, meliputi:

Nilai **R-square**

Nilai **path coefficient**

Nilai **t-statistics**

Nilai **p-values**

Nilai **f-square**

Nilai **Q-square**, bila diperlukan

3.11.4 Uji Hipotesis

Hipotesis diuji dengan melihat nilai **t-statistics** dan **p-values** hasil bootstrapping.

Kriteria pengujian:

Jika **p-value < 0,05**, maka hipotesis diterima

Jika **p-value > 0,05**, maka hipotesis ditolak

3.12 Model Persamaan Penelitian

Persamaan struktural dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \beta_4 (X_1 \times Z) + \beta_5 (X_2 \times Z) + e$$

Keterangan:

Y = Pengelolaan Keuangan

X1 = Perilaku Keuangan

X2 = Sikap Keuangan

Z = Media Sosial

X1×Z = interaksi perilaku keuangan dengan media sosial

X2×Z = interaksi sikap keuangan dengan media sosial

e = error

3.13 Hipotesis Penelitian

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Perilaku keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H2: Sikap keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H3: Media sosial memoderasi pengaruh perilaku keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

H4: Media sosial memoderasi pengaruh sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z.

3.14 Kerangka Pemikiran Penelitian

Kerangka penelitian ini menggambarkan bahwa perilaku keuangan dan sikap keuangan merupakan faktor utama yang memengaruhi pengelolaan keuangan. Media sosial berperan sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut.

Format naratifnya dapat ditulis sebagai berikut:

“Semakin baik perilaku keuangan dan semakin positif sikap keuangan Generasi Z, maka semakin baik pula pengelolaan keuangan mereka. Namun demikian, kekuatan pengaruh tersebut dipengaruhi oleh media sosial, yang dalam konteks digital dapat berperan sebagai sumber edukasi keuangan maupun sebagai pendorong perilaku konsumtif.”

3.15 Format Penulisan Bab Metodologi Siap Tempel

Berikut ini versi ringkas dan rapi yang bisa langsung Bapak tempel ke naskah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori. Penelitian bertujuan menganalisis pengaruh perilaku keuangan dan sikap keuangan terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z dengan media sosial sebagai variabel moderasi.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian adalah Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan mengelola keuangan pribadi. Sampel dipilih dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria usia, penggunaan media sosial, dan keterlibatan dalam aktivitas keuangan pribadi.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5, studi pustaka, dan dokumentasi.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel independen terdiri atas perilaku keuangan (X1) dan sikap keuangan (X2), variabel dependen adalah pengelolaan keuangan (Y), sedangkan media sosial (Z) berperan sebagai variabel moderasi.

3.5 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel disusun berdasarkan indikator yang relevan dengan konteks Generasi Z, meliputi perencanaan keuangan, pengendalian pengeluaran, orientasi masa depan, pengaruh media sosial, dan kemampuan mengelola keuangan pribadi.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berupa kuesioner yang terdiri atas 24 item pernyataan. Setiap item diukur menggunakan skala Likert lima poin, yaitu sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

3.7 Uji Instrumen

Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Validitas diuji melalui outer loading dan AVE, sedangkan reliabilitas diuji melalui Cronbach's alpha dan composite reliability.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan SEM-PLS dengan tahapan analisis deskriptif, evaluasi outer model, evaluasi inner model, dan pengujian hipotesis melalui bootstrapping.

Rudy C Tarumingkeng: Pengaruh Perilaku Dan Sikap Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pada Generasi Z Yang Dimoderasi Oleh Media Sosial