

PENGARUH *FINANCIAL KNOWLEDGE*, *FINANCIAL ATTITUDE*, DAN *FINANCIAL SELF EFFICACY* TERHADAP *SAVING BEHAVIOR* PADA PENGGUNA *E-COMMERCE* GENERASI Z

Bernadicta Thasia Charista¹, Raynaldi Leroy Tendean², Mariana Ing Malelak³

¹Universitas Kristen Petra, Surabaya, bernadictathasia@gmail.com

²Universitas Kristen Petra, Surabaya, Surabaya, raynalditendean@gmail.com

³Universitas Kristen Petra, Surabaya, mariana.ing@petra.ac.id

Article history

Dikirim tanggal : 27/12/2021
Revisi pertama tanggal : 29/03/2022

Diterima tanggal : 07/09/2022
Tersedia online tanggal : 30/09/2022

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*. Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode survei atau pembagian kuesioner. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang responden. Metode analisis data yang digunakan adalah *partial least square* (PLS). Dari hasil analisis diketahui bahwa variabel *financial knowledge* dan *financial attitude* memiliki pengaruh signifikan positif, sedangkan *financial self-efficacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi Z.

Kata Kunci: *Saving Behavior, Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy*

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the three factors *financial knowledge*, *financial attitude*, and *financial self-efficacy* influence on *saving behavior*. To obtain the necessary data for this study, the researcher used sample survey or questionnaire. The number of samples of this study were 100 respondents. The data analysis method used was *partial least square* (PLS). The result analysis the three variables, *financial knowledge* and *financial attitude* has a significant positive influence, but *financial self-efficacy* has no significant effect on the *saving behavior*.

Keywords: *Saving Behavior, Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Berbelanja sudah menjadi rutinitas masyarakat untuk pemenuhan kebutuhan hidup. Masyarakat dapat berbelanja melalui toko konvensional dan juga *e-commerce*. Masyarakat yang berbelanja melalui *e-commerce* cenderung membelanjakan untuk kebutuhan tersier atau barang yang bukan untuk kebutuhan mendesak (Fitri, 2020).

Berdasarkan data dari Bank Indonesia, transaksi *e-commerce* mengalami kenaikan selama masa pandemi (Sukarno, 2021). Generasi Z memiliki peranan aktif dalam transaksi *e-commerce*. Generasi Z adalah generasi yang mampu memanfaatkan perkembangan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan (Rakhmah, 2021). Generasi Z ini lahir antara tahun 1997 dan 2012 (Rakhmah, 2021). Hasil sensus penduduk yang dilakukan oleh BPS pada tahun 2020 menunjukkan bahwa penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z, yaitu 27.94% dari populasi. Keberadaan generasi Z berperan penting dalam memberikan pengaruh pada perkembangan Indonesia saat ini dan kedepannya, khususnya pada penggunaan *e-commerce* sebagai sarana belanja. Hal ini didukung oleh riset yang dilakukan oleh *Katadata Insight Center (KIC)* dan *Kredivo* yang menunjukkan bahwa generasi Z mengeluarkan 5.4% setiap bulan dari pendapatannya untuk bertransaksi dalam *e-commerce*. Pengeluaran tersebut terbilang besar dibandingkan dengan generasi lainnya (Lidwina, 2021).

Transaksi *e-commerce* meningkat seiring dengan berbagai fitur yang ditawarkan aplikasi yang dapat memudahkan penggunaannya sehingga tidak perlu mengeluarkan banyak tenaga dalam pemenuhan kebutuhan (Gin, 2020). Adanya peningkatan pengguna *e-commerce* tidak hanya memberikan dampak positif, namun juga memberikan dampak negatif yaitu perilaku konsumtif bagi para penggunaannya. Perilaku konsumtif berpotensi menjadi ancaman baru untuk generasi Z, terutama saat ada hasrat belanja tapi keuangan sedang tidak stabil akibat pandemi (Patinews, 2020). Perilaku konsumtif generasi Z terhadap penggunaan *e-commerce* akan mengurangi kesempatan untuk menabung, karena individu akan lebih memilih menggunakan dan membelanjakan uangnya di *e-commerce* daripada disisihkan (Azzahra, 2020). Tingginya pengeluaran untuk transaksi *e-commerce* berpotensi pada rendahnya perilaku menabung.

Saving behavior, atau perilaku menabung, adalah aktivitas yang berkaitan erat dengan bagaimana individu mengelola, menggunakan, dan memperlakukan sumber daya keuangan yang dimiliki untuk ditabung (Mardiana & Rochmawati, 2020). Menurut penelitian Ismail et al. (2020) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *saving behavior* adalah *financial knowledge*, *financial attitude*, *financial self efficacy*.

Menurut Lusardi & Mitchell (2014), *financial knowledge* terkait dengan perilaku keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk melakukan pinjaman, tabungan, dan investasi. Sedangkan, variabel *financial attitude* merupakan keadaan pikiran, pendapat serta penilaian individu terkait keuangan (Adityandani & Haryono, 2019). Variabel *financial self efficacy* merupakan keyakinan akan kemampuan merubah perilaku keuangan menjadi lebih baik (Sari & Listiadi, 2021). Faktor-faktor diatas berkaitan dengan perilaku keuangan seseorang, khususnya perilaku dalam menabung.

Ismail et al. (2020) dalam penelitiannya menemukan bahwa *financial knowledge* memiliki hubungan dan pengaruh signifikan terhadap *saving behavior*. Penelitian yang dilakukan Mardiana & Rochmawati (2020) melaporkan bahwa *financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap *saving behavior*. Hasil berbeda ditemukan Adityandani & Haryono (2019) bahwa *financial attitude* tidak memiliki pengaruh terhadap *saving behavior*. Penelitian terdahulu yang dilakukan Ismail et al. (2020)

menemukan bahwa *financial self efficacy* memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap *saving behaviour*.

Identifikasi Permasalahan

Sistem perekonomian negara dapat meningkat dengan adanya dorongan pertumbuhan tingkat menabung (Sekarwati dan Susanti, 2020). Generasi Z adalah usia produktif yang dapat berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi. Badan Pusat Statistik Indonesia mencatat sebanyak 27.94% penduduk Indonesia didominasi oleh generasi Z, namun generasi Z berperan aktif dalam peningkatan penggunaan *e-commerce*. Adanya peningkatan penggunaan *e-commerce* akan berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif yang akan berdampak pada menurunnya perilaku menabung dan berpotensi berdampak pada sistem perekonomian negara.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial self efficacy* terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi Z selama masa pandemi.

TINJAUAN LITERATUR

Saving Behavior

Saving behavior, atau perilaku menabung, adalah aktivitas yang berkaitan erat dengan bagaimana individu mengelola, menggunakan, dan memperlakukan sumber daya keuangan yang dimiliki untuk ditabung (Mardiana dan Rochmawati, 2020). Tabungan terjadi ketika individu mampu membelanjakan lebih sedikit dari pendapatan dan mampu menyisihkan sebagian jumlah uangnya setiap bulan (Ahmad *et al.*, 2015). Namun, saat ini dengan meningkatnya pengguna *e-commerce* maka masyarakat lebih sering menuruti hasrat keinginan belanjanya yang akan mengakibatkan sedikitnya anggaran dana untuk ditabung. Jika individu tidak melakukan kegiatan menabung dan gagal dalam mengelola uangnya dengan baik, maka dapat mengakibatkan masalah keuangan seperti kebangkrutan (Ismail *et al.*, 2020). Ismail *et al.* (2020) juga menambahkan bahwa individu yang tidak memiliki tabungan dan juga terlibat dalam hutang pada saat yang sama akan menyebabkan rasa malu dan stress pada individu tersebut. Terdapat banyak hal yang dapat mempengaruhi individu dalam melakukan perilaku menabung. Menurut Ismail *et al.* (2021), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *saving behavior* adalah *financial knowledge*, *financial attitude*, *financial self efficacy*.

Financial Knowledge

Financial knowledge adalah faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung individu. Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), *financial knowledge* terkait dengan perilaku keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan untuk melakukan pinjaman, tabungan, dan investasi. Nilai *financial knowledge* yang tinggi dapat mengindikasikan bahwa individu tersebut akan lebih baik dalam mengelola keuangan daripada individu lain (Kholilah dan Iramani, 2013). Pengelolaan keuangan yang baik akan mempengaruhi perilaku menabung (Mardiana dan Rochmawati, 2020). Selain itu, individu dengan *financial knowledge* yang baik dapat mengetahui bagaimana kerja dari lembaga keuangan, sehingga dapat mempengaruhi perilaku dalam menabung (Mahdzan dan Tabiani, 2013). Dengan memahami lembaga keuangan, individu akan

lebih hati-hati dalam menempatkan uangnya.

Financial Attitude

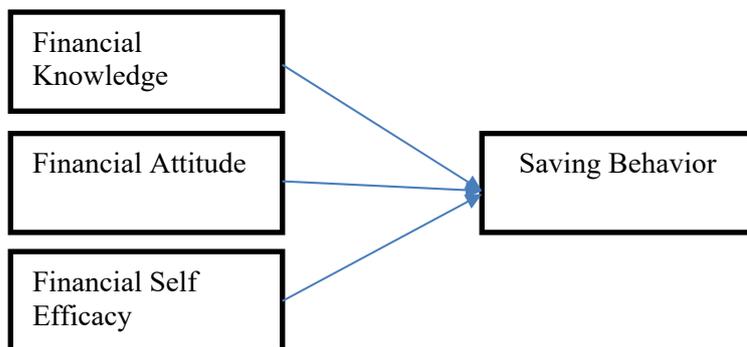
Selain *financial knowledge*, terdapat faktor lain yang mempengaruhi *saving behavior* individu, yaitu *financial attitude*. *Financial attitude* adalah kondisi pikiran, pendapat serta penilaian tiap individu terkait keuangan atau finansial (Adityandani dan Haryono, 2019). Menurut Adityandani dan Haryono (2019) tingkat *financial attitude* yang tinggi yang dimiliki seorang individu mengindikasikan semakin baik pula perilaku menabung dan kemampuannya dalam membedakan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*). *Financial attitude* juga akan membentuk perilaku seseorang dalam menggunakan uang, menabung dan *overspending* (Ismail *et al.*, 2020).

Financial Self Efficacy

Faktor lainnya adalah *financial self efficacy*. *Financial self efficacy* merupakan keyakinan individu terkait kemampuannya untuk merubah perilaku keuangan menjadi lebih baik (Sari dan Listiadi, 2021). Setiap individu dapat meningkatkan *financial self efficacy* untuk mendorong perilaku menabung (Ismail *et al.*, 2020). Menurut Rahmawati dan Asandimitra (2018) semakin tinggi *financial self efficacy* individu maka semakin tinggi juga perilaku menabung yang akan dilakukan.

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan tujuan dan tinjauan literatur penelitian, maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini:

H₁ : *Financial knowledge* berpengaruh terhadap *saving behavior*

H₂ : *Financial attitude* berpengaruh terhadap *saving behavior*

H₃ : *Financial self efficacy* berpengaruh terhadap *saving behavior*

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Penelitian ini merupakan penelitian yang menghubungkan variabel satu dengan yang lain untuk melihat adanya hubungan antar variabel (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini ingin melihat adanya

pengaruh *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial self-efficacy* terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi z.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang lahir antara tahun 1997 sampai 2012 yang secara aktif menggunakan aplikasi *e-commerce* seperti shopee, tokopedia, lazada, dan lain-lain. Jumlah data generasi Z terakhir tahun 2020 adalah 75.493.880 (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2021). Maka dari itu, jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebesar 100 orang, ditentukan dengan menggunakan metode *slovin*.

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah:

- 1) Melakukan transaksi melalui *e-commerce* minimal dalam satu tahun terakhir,
- 2) Kelahiran tahun 1997 sampai dengan 2012.

Jenis dan Sumber Data

Pada penelitian ini, menggunakan jenis data primer yang langsung memberikan data kepada responden. Sumber data yang diberikan dengan metode survei berupa kuesioner yang akan dibagikan kepada responden.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode survei yang berupa pembagian kuesioner. Responden akan diberikan pertanyaan-pertanyaan terkait variabel-variabel yang ada pada penelitian ini. Pertanyaan yang diberikan tertuang dalam kuesioner berupa *google form* yang akan dibagikan kepada setiap responden yang sesuai dengan kriteria sampel dalam penelitian ini. Kuesioner disebarikan melalui sosial media seperti *Whatsapp* dan *Instagram*.

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel *saving behavior*, *financial knowledge*, *financial attitude*, dan *financial self efficacy*. Setiap variabel memiliki indikatornya masing-masing sebagai landasan dalam membuat pertanyaan untuk kuesioner.

Indikator *Saving Behavior*

Item indikator pertanyaan dari variabel *saving behavior* meliputi (Ismail *et al.*, 2020):

- 1) Perencanaan keuangan bulanan,
- 2) Mengamati perencanaan keuangan secara ketat,
- 3) Menabung setiap bulan,
- 4) Selalu meninjau posisi keuangan,
- 5) Pentingnya investasi,
- 6) Memiliki dana darurat,
- 7) Kesiapan dalam menghadapi masalah keuangan.

Indikator *Financial Knowledge*

Item indikator pertanyaan dari variabel *financial knowledge* meliputi (Ismail *et al.*, 2020):

- 1) Pengetahuan mengenai tingkat suku bunga dan tingkat bunga pinjaman di bank,
- 2) Pengetahuan mengenai *credit ratings*,
- 3) Pengelolaan mengenai *personal finance*,
- 4) Pengetahuan mengenai pasar saham.

Indikator *Financial Attitude*

Item indikator pertanyaan dari variabel *financial attitude* meliputi (Ismail *et al.*, 2020):

- 1) Mengontrol pengeluaran bulanan,
- 2) Menetapkan target *financial* masa depan,
- 3) Menyimpan uang setiap bulan,
- 4) Pengelolaan uang saat ini berdampak ke masa depan,
- 5) Mengikuti perencanaan keuangan bulanan,
- 6) Mengikuti anggaran yang telah ditetapkan,
- 7) Investasi secara rutin.

Indikator *Financial Self Efficacy*

Item indikator pertanyaan dari variabel *financial self efficacy* meliputi (Ismail *et al.*, 2020):

- 1) Berpegang pada perencanaan pengeluaran meskipun terjadi pengeluaran tak terduga,
- 2) Memiliki kemajuan dalam mencapai tujuan keuangan,
- 3) Tidak menggunakan *credit card* saat terjadi pengeluaran tak terduga,
- 4) Memiliki solusi saat mengalami masalah keuangan dan memiliki keyakinan dalam mengelola uang,
- 5) Percaya diri dalam mengelola uang,
- 6) Tidak khawatir secara keuangan saat masa pensiun.

Metode Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM). Kuesioner dibagikan disebarluaskan secara tidak langsung melalui media *online*, yaitu Whats app dan Instagram. Kuesioner ini dibagikan kepada responden yang berkependudukan Indonesia. Seluruh variabel dalam penelitian ini akan diukur menggunakan skala *likert*, 1 sampai 5. Jawaban *skala likert* ini meliputi 1) Sangat tidak setuju (STS), 2) Tidak setuju (TS), 3) Netral (N), 4) Setuju (S), 5) Sangat setuju (SS) (Sugiyono, 2013). Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas yang hasilnya dapat dilihat melalui nilai *convergent validity* dengan kriteria *loading factor* > 0.5, jika *loading factor* < 0.5, maka harus dikeluarkan dari analisis (Ghozali, 2014). Lalu, analisa *discriminant validity* memperhatikan nilai *cross loading*, jika nilai *cross loading* dari indikator variabelnya lebih besar daripada korelasi dengan variabel lainnya dan *Average Variance Extracted* (AVE), maka dikatakan valid jika nilai AVE lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2014). Sedangkan uji reliabilitas dapat diamati melalui koefisien *composite reliability*, jika nilai yang dihasilkan lebih dari 0.7 dikatakan reliabel (Ghozali, 2014). Nilai uji hipotesis menggunakan nilai *t-statistic* dengan tingkat signifikansi yaitu 5%.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang telah mengisi kuesioner adalah 142 responden, namun hanya 100 responden yang sesuai dengan kriteria sampel. Tabel 1 menampilkan informasi demografi responden. Sebesar 25% sampel adalah pria dan 75% lainnya adalah wanita. Selain itu, 3% dari sampel berasal dari pulau Sumatera, 40% berasal dari pulau Jawa, 10% dari pulau Kalimantan, dan 47% berasal dari pulau Sulawesi.

Tabel 1: Karakteristik Sampel

Faktor Demografi	Kategori	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	25%
	Wanita	75%
Asal Daerah	Sumatra	3%
	Jawa	40%
	Kalimantan	10%
	Sulawesi	47%

Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Statistik Deskriptif

Tabel 2 mengilustrasikan hasil analisis deskriptif. Pada variabel *saving behavior*, nilai mean tertinggi dimiliki indikator dana darurat sebesar 4.65, sedangkan nilai mean terendah dimiliki indikator investasi memiliki sebesar 3.99 dengan standar deviasi sebesar 1.09 yang menunjukkan seberapa banyak variasi dari nilai mean. Pada *financial knowledge*, nilai mean tertinggi dimiliki indikator mengelola keuangan pribadi sebesar 3.63, sementara itu nilai mean terendah dimiliki indikator *credit rating* sebesar 2.99 dengan standar deviasi 1.12. Pada *financial attitude*, nilai mean tertinggi dimiliki indikator target finansial untuk masa depan sebesar 4.48, sedangkan nilai mean terendah dimiliki indikator kontrol pengeluaran bulanan sebesar 3.22 dengan standar deviasi 1.20. Pada *financial self efficacy*, nilai mean tertinggi dimiliki indikator tidak selalu menggunakan kredit sebesar 4.06, sedangkan nilai mean terendah dimiliki indikator tidak khawatir kehabisan uang di masa pensiun sebesar 3.42 dengan standar deviasi 1.10.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	Indikator	Mean	Standar Deviasi
<i>Saving Behavior</i>	Perencanaan keuangan bulanan	4.08	0.88
	Mengamati perencanaan keuangan secara ketat	4.55	0.65
	Nabung setiap bulan	4.00	0.96
	Selalu meninjau posisi keuangan	4.31	0.74
	Investasi itu penting	3.99	1.09
	Punya dana darurat	4.65	0.61
	Kesiapan dalam menghadapi masalah keuangan	4.21	0.82
<i>Financial Knowledge</i>	Mengetahui tingkat suku bunga dan tingkat bunga pinjaman bank	3.31	1.15
	<i>Credit rating</i>	2.99	1.12

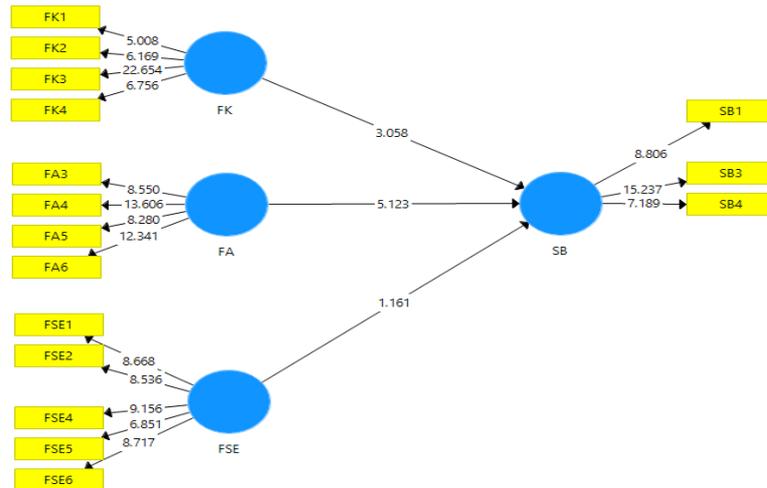
Variabel	Indikator	Mean	Standar Deviasi
	Mengelola keuangan pribadi	3.63	0.93
	Pasar saham	3.19	1.29
<i>Financial Attitude</i>	Kontrol pengeluaran bulanan	3.22	1.20
	Menetapkan target finansial untuk masa depan	4.48	0.67
	Menyisihkan uang setiap bulan	4.11	0.87
	Mengatur uang saat ini pengaruh ke masa depan	4.32	0.82
	Mengikuti perencanaan pengeluaran bulanan	3.77	0.90
	Tetap dalam anggaran	3.81	0.99
	Investasi secara teratur	3.88	1.02
<i>Financial Self Efficacy</i>	Bisa berpegang pada perencanaan pengeluaran jika pengeluaran tidak terduga muncul	3.73	0.95
	Ada kemajuan untuk mencapai tujuan finansial	3.64	0.97
	Tidak selalu menggunakan kredit ketika biaya tidak terduga muncul	4.06	0.99
	Menemukan solusi ketika dihadapi dengan tantangan finansial	3.57	1.01
	Percaya diri mengelola keuangan	3.73	0.98
	Tidak khawatir kehabisan uang di masa pensiun	3.42	1.10

Sumber: Hasil Pengolahan Excel

Uji Validitas

Convergent Validity

Berdasarkan data yang telah terkumpul dilakukan uji validitas *convergent validity* dengan melihat nilai *convergent validity* dengan kriteria *loading factor* > 0.5. Jika *loading factor* < 0.5, maka harus dikeluarkan dari analisis (Ghozali, 2014). Pada penelitian ini terdapat item yang tidak sesuai dengan *loading factor* > 0.5, sehingga item pertanyaan yang tidak sesuai dengan *loading factor* harus dikeluarkan dari analisis. Sedangkan, item pertanyaan yang sesuai dengan kriteria *loading factor* tetap digunakan. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2 yang menunjukkan bahwa item pada tiap variabel telah memenuhi kriteria *convergent validity*.



Gambar 2. Convergent Validity
 Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Discriminant Validity

Discriminant validity dianalisa dengan memperhatikan nilai *cross loading*, jika nilai *cross loading* dari indikator variabelnya lebih besar daripada korelasi dengan variabel lainnya. Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai hasil *cross loading* dalam penelitian ini item per variabel telah lebih besar daripada korelasi dengan variabel lainnya.

Tabel 3. Hasil Nilai Cross Loading

	FA	FK	FSE	SB
FA 3	0.710	0.450	0.363	0.301
FA 4	0.776	0.420	0.293	0.517
FA 5	0.726	0.519	0.556	0.471
FA 6	0.763	0.491	0.589	0.451
FK 1	0.263	0.676	0.344	0.259
FK 2	0.326	0.725	0.414	0.233
FK 3	0.658	0.878	0.543	0.620
FK 4	0.472	0.691	0.421	0.183
FSE 1	0.493	0.510	0.811	0.211
FSE 2	0.542	0.467	0.865	0.409
FSE 4	0.409	0.516	0.813	0.142
FSE 5	0.481	0.466	0.725	0.210
FSE 6	0.438	0.438	0.751	0.242
SB 1	0.359	0.412	0.220	0.725

	FA	FK	FSE	SB
SB 3	0.613	0.419	0.362	0.807
SB 4	0.279	0.387	0.117	0.662

Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Discriminant Validity juga dianalisa dengan melihat nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, maka dikatakan valid jika nilai AVE lebih besar dari 0.5 (Ghozali, 2014). Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa hasil nilai AVE pada penelitian ini setiap variabelnya sudah lebih besar dari 0.5, hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel pada penelitian ini telah memenuhi kriteria *discriminant validity*.

Tabel 4. Hasil Nilai *Average Variance Extracted (AVE)*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Saving Behavior</i>	0.539
<i>Financial Knowledge</i>	0.558
<i>Financial Attitude</i>	0.554
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0.631

Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini diamati melalui koefisien *composite reliability* yang dikatakan reliabel jika nilai yang dihasilkan lebih dari 0.7 (Ghozali, 2014). Pada tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai *composite reliability* setiap variabel pada penelitian memiliki nilai lebih dari 0.7, maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability</i>
<i>Saving Behavior</i>	0.777
<i>Financial Knowledge</i>	0.833
<i>Financial Attitude</i>	0.832
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0.895

Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Uji Hipotesis Dan Pembahasan

Pada uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan nilai *t-statistic* dengan tingkat signifikansi yaitu 5%. Jika hasil nilai $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, yaitu 1.984, maka hipotesa 0 ditolak.

Tabel 6. Hasil Uji Hipotesis

	Variabel	T-statistic	P-values	Kesimpulan
H1	<i>Financial Knowledge -> Saving Behavior</i>	3.058	0.002	Signifikan
H2	<i>Financial Attitude -> Saving Behavior</i>	5.123	0.000	Signifikan
H3	<i>Financial Self Efficacy -> Saving Behavior</i>	1.161	0.246	Tidak Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan PLS

Berdasarkan hasil tabel 6 uji hipotesis penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif dari *financial knowledge* terhadap *saving behavior* dengan nilai t-hitung $3.058 > t\text{-tabel } 1.984$ dan signifikansi $0.002 < 0.050$. Berdasarkan nilai rata-rata indikator, nilai tertinggi yaitu 3.63 terdapat pada item mengelola keuangan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa individu sudah memiliki pengetahuan dan sudah mampu untuk mengelola keuangan pribadinya, yang nantinya akan berdampak pada pengelolaan uangnya untuk dialokasikan dalam kegiatan menabung. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat *financial knowledge* akan meningkatkan perilaku menabung individu.

Hasil uji hipotesis *financial attitude* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif terhadap *saving behavior* dengan nilai t-hitung $5.123 > t\text{-tabel } 1.984$ dan signifikansi $0.000 < 0.050$. Berdasarkan nilai rata-rata indikator, nilai tertinggi yaitu 4.48 terdapat pada item menetapkan target finansial untuk masa depan. Hal ini memiliki arti bahwa individu sudah memiliki perilaku untuk menetapkan target finansialnya untuk masa depan. Hal ini dapat membentuk kegiatan menabung individu sebagai bentuk target perencanaan keuangannya di masa depan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingginya tingkat *financial attitude* akan meningkatkan perilaku menabung individu.

Hasil uji hipotesis *financial self efficacy* menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh *financial self-efficacy* terhadap *saving behavior* dengan nilai t-hitung $1.161 < t\text{-tabel } 1.984$ dan signifikansi $0.246 > 0.050$. Berdasarkan nilai rata-rata indikator, nilai tertinggi yaitu 4.06 terdapat pada item tidak selalu menggunakan kredit ketika biaya tidak terduga muncul. Hal ini berarti individu memiliki keyakinan untuk sesekali menggunakan kredit saat biaya tidak terduga muncul. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya tingkat *financial attitude* tidak akan merubah perilaku menabung.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka kesimpulan penelitian ini adalah:

1. *Financial knowledge* berpengaruh signifikan terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi Z.
2. *Financial attitude* berpengaruh signifikan terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi Z.
3. *Financial self-efficacy* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *saving behavior* pada pengguna *e-commerce* generasi Z.

Saran

Pada penelitian ini menggambarkan bagaimana perilaku menabung pengguna *e-commerce* generasi Z dalam masa pandemi ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi tambahan bagi pemerintah atau pengguna *e-commerce* untuk meningkatkan perilaku menabung melalui *financial knowledge* dan *financial attitude*. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian tidak hanya pada generasi Z saja, namun diharapkan dapat melakukan penelitian pada generasi-generasi lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adityandani, W., & Haryono, N. A. (2019). Pengaruh demografi, financial attitude, financial knowledge, dan suku bunga terhadap perilaku menabung masyarakat kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(2), 316–326.
- Ahmad, N. W., Yunus, M. M., Baharudin, N. A., Johari, N., & Ripain, N. (2015). *Determinant of saving behavior among staff in international islamic university college Selangor*. 239–245. <https://doi.org/10.2991/iceb-15.2015.35>
- Azzahra, H. (2020, November 29). Dampak virus corona terhadap sifat konsumtif masyarakat. *kumparan*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari <https://kumparan.com/halizaazzahra01/dampak-virus-corona-terhadap-sifat-konsumtif-masyarakat-1ugJpJVXnee>
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2021). *Hasil sensus penduduk 2020*. Diakses pada 27 Desember 2021, dari <https://www.bps.go.id/pressrelease/2021/01/21/1854/hasil-sensus-penduduk-2020.html>
- Fitri, A. N. (2020, October 16). Ada pandemi, kebiasaan berbelanja masyarakat kombinasi antara online dan offline. *kontan.co.id*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari <https://industri.kontan.co.id/news/ada-pandemi-kebiasaan-berbelanja-masyarakat-kombinasi-antara-online-dan-offline>
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling, metode alternatif dengan partial least square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gin, G. (2020, November 5). Dampak online shop di masyarakat dalam masa pandemi covid-19. *sukabumiupdate.com*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari

<https://sukabumiupdate.com/posts/78021/dampak-online-shop-di-masyarakat-dalam-masa-pandemi-covid19>

- Ismail, S., Koe, W.-L., Mahphoth, M. H., Karim, R. A., Yusof, N., & Ismail, S. (2020). *Saving behavior determinants in Malaysia: An empirical investigation*. 2020, 731–743. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6639>
- Kholilah, N. A., & Iramani, Rr. (2013). Studi financial management behavior pada masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69–80. <https://dx.doi.org/10.14414/jbb.v3i1.255>
- Lidwina, A. (2021, June 9). Gaji generasi z dan milenial banyak dibelanjakan di e-commerce. *katadata.co.id*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/09/gaji-generasi-z-dan-milenial-banyak-dibelanjakan-di-e-commerce>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Mahdzan, N. S., & Tabiani, S. (2013). The impact of financial literacy on individual saving: An exploratory study in the Malaysian context. *Transformations in Business & Economics*, 12(1), 41–55.
- Mardiana, V., & Rochmawati, R. (2020). Self-control sebagai moderasi antara pengetahuan keuangan, financial attitude, dan uang saku terhadap perilaku menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98. <https://doi.org/10.23917/jpis.v30i2.11872>
- Patinews. (2020, November 19). Perilaku konsumtif, ancaman baru di tengah pandemi covid-19. *patinews.com*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari <https://www.patinews.com/perilaku-konsumtif-ancaman-baru-di-tengah-pandemi-covid-19/>
- Rahmawati, D., & Asandimitra, N. (2018). The influence of demography, social environment and financial self-efficacy toward saving behaviour. *The 2nd Social Sciences, Humanities and Education*, 222, 102–106. <https://doi.org/10.2991/soshec-18.2018.22>
- Rakhmah, D. N. (2021, February). Gen z dominan, apa maknanya bagi pendidikan kita? *Pusat Penelitian Kebijakan Badan Penelitian dan Pengembangan dan Perbukuan Kementerian Pendeidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi*. Diakses pada 22 Oktober 2022, dari <https://puslitjakdikbud.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>
- Sari, N. R., & Listiadi, A. (2021). Pengaruh literasi keuangan, pendidikan keuangan di keluarga, uang saku terhadap perilaku pengelolaan keuangan dengan financial self-efficacy sebagai variabel intervening. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 9(1), 58–70.
- Sekarwati, M. A. & Susanti. (2020). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan dan modernitas individu terhadap perilaku menabung mahasiswa perguruan tinggi

negeri Surabaya. *INOVASI*, 16(2), 268–275.
<https://doi.org/10.29264/jinv.v16i2.7720>

Sugiyono, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfabeta.

Sukarno, P. A. (2021, April 19). Ada pandemi, jumlah transaksi dan pelaku UMKM di e-commerce melesat. *bisnis.com*. Diakses pada 22 Oktober 2021, dari <https://m.bisnis.com/amp/read/20210429/12/1388059/ada-pandemi-jumlah-transaksi-dan-pelaku-umkm-di-e-commerce-melesat>