



JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI DAN MANAJEMEN BISNIS

Halaman Jurnal: <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jaemb>
Halaman UTAMA Jurnal : <https://journal.amikveteran.ac.id/index.php>



DOI : <https://doi.org/10.55606/jaemb.v3i3.2285>

PERAN *FINANCIAL SOSIALIZATION*, *FINANCIAL SELF-EFFICACY* DAN *FINANCIAL KNOWLEDGE* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* GENERASI Z

Alifia Firmanda Firdaus^a, Ana Kadarningsih^{b*}

^a Ekonomi dan Bisnis / Manajemen, alifiafirmanda112@gmail.com, Universitas Dian Nuswantoro

^b Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen, ana.kadarningsih@dsn.dinus.ac.id, Universitas Dian Nuswantoro

* Correspondence

ABSTRACT

Generation Z is an age group ranging from 17 to 25 years. Generation Z has the principle of *You Only Live Once (YOLO)* where this principle refers to consumer behavior. To minimize consumptive behavior, good financial management habits are needed. Of course, there are several factors that can influence financial management behavior itself. The aim of this research is to test and analyze whether financial socialization, financial self-efficacy, and financial knowledge have a positive and significant effect on the financial management behavior of Generation Z students. The population in this research are active students at Dian Nuswantoro University, Faculty of Economics and Business, class 2020 to 2022. The sampling technique involves distributing questionnaires online via Google Forms. SEM-PLS was chosen to obtain results using the smartPLS version 3.2.8 tool. The main finding in this research is that the financial socialization and financial knowledge variables have a positive and significant influence on the financial management behavior of generation Z students. Meanwhile, the financial self-efficacy variable does not have a significant influence on the financial management behavior of generation Z students.

Keywords: generation Z, financial management, factor influencing financial behavior.

Abstrak

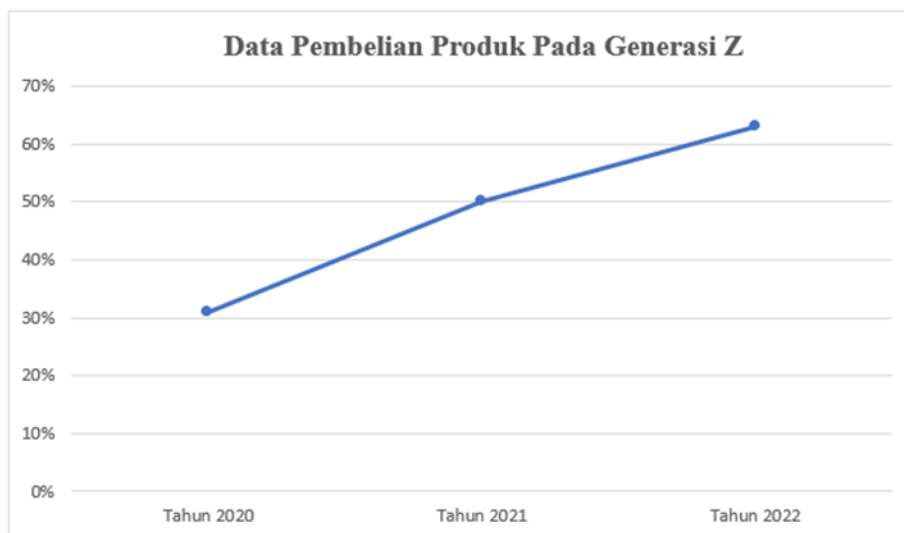
Generasi Z merupakan kelompok usia rentang 17 hingga 25 tahun. Generasi Z memiliki prinsip *You Only Live Once (YOLO)* dimana prinsip tersebut mengacu pada perilaku konsumtif. Untuk meminimalisir perilaku konsumtif diperlukan pembiasaan pengelolaan manajemen keuangan yang baik. Tentunya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *financial management behavior* itu sendiri. Tujuan penelitian ini yaitu untuk menguji dan menganalisis apakah *financial socialization*, *financial self-efficacy*, dan *financial knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa generasi Z. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Dian Nuswantoro Fakultas Ekonomi dan Bisnis angkatan 2020 hingga 2022. Teknik pengambilan sampel melalui penyebaran kuesioner secara online melalui *google formulir*. SEM-PLS dipilih untuk mendapatkan hasil dengan menggunakan alat smartPLS versi 3.2.8. Temuan utama pada penelitian ini yaitu variabel *financial socialization* dan *financial knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior* mahasiswa generasi Z. Sedangkan variabel *financial self-efficacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *financial management behavior* pada mahasiswa generasi Z.

Kata Kunci: generasi Z, pengelolaan keuangan, faktor-faktor pengaruh perilaku keuangan

1. PENDAHULUAN

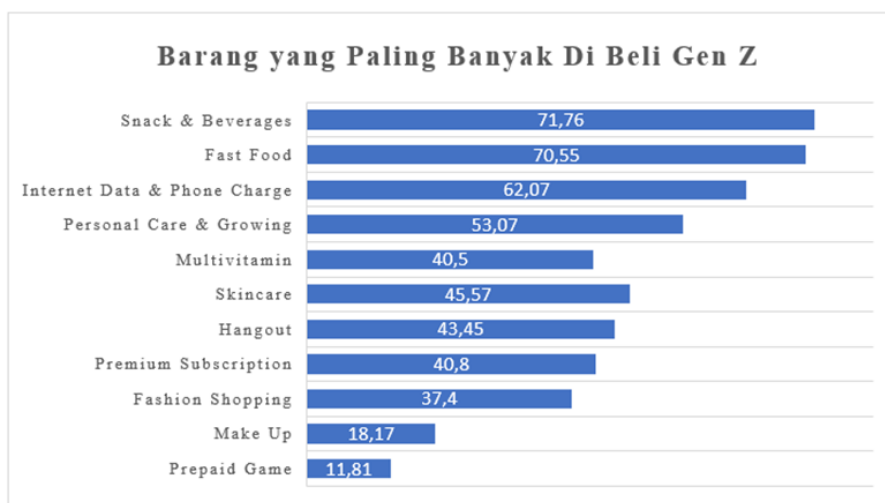
Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 [1]. Menurut data Badan Pusat Statistika 2022, Generasi Z merupakan penduduk yang jumlahnya mendominasi penduduk Indonesia sebanyak 27,98%. Dapat di artikan juga, bahwa saat ini rentang usia Generasi Z mencakup usia 11 hingga 25 tahun yang diantara usia itu merupakan kelompok mahasiswa. Beberapa penelitian menyatakan bahwasanya generasi Z memiliki prinsip *You Only Live Once (YOLO)* yang artinya menikmati

moment / kehidupan saat ini tanpa membebani diri dengan kekhawatiran di masa depan [2]. Prinsip *You Only Live Once* (YOLO) mengarah ke perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sering mengacu pada tindakan seseorang atau sekelompok orang dalam mengonsumsi produk, jasa, merek, atau perusahaan tertentu, serta menggunakan uang lebih dari yang diperlukan dengan sengaja maupun tanpa disadari dan berlanjut dalam jangka waktu yang lama [3]. Tingkat konsumtif pembelian produk atau jasa pada Gen Z dapat dilihat dari grafik dibawah ini.



Gambar 1. Data Pembelian Produk Pada Generasi Z

Sumber: Alvira Research Center, 2022



Gambar 2. Barang yang Paling Banyak di Beli Generasi Z

Sumber: UMN Consulting, 2022

Berdasarkan grafik data pembelian produk pada generasi Z setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2020 hingga 2021 menjadi peningkatan pembelian produk sebesar 61,29% dan pada tahun 2021 ke tahun 2022 juga mengalami kenaikan sebesar 25,29%. Dengan angka kenaikan tersebut dapat disimpulkan bahwa generasi Z merupakan konsumen tertinggi. Hampir keseluruhan produk – produk yang di beli generasi Z itu juga merupakan produk tersier. Hal itu bisa di lihat pada gambar barang yang banyak di beli generasi Z. Sejatinya, budaya konsumtif ini secara nyata dapat mengganggu stabilitas keuangan seseorang dan berpotensi mengancam kesejahteraan *financial* mereka. *Financial* sendiri merupakan faktor penting dalam menjaga stabilitas [4]. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu untuk memahami perbedaan fungsi tabungan, investasi, dan hutang serta bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik. Alasan penting lainnya mempelajari bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik untuk menghindari sifat konsumtif ini dikarenakan dengan mempunyai kemampuan mengelola keuangan /

financial management behavior yang baik maka, sikap/keputusan *financial* dalam yang diambil akan lebih matang [5].

Financial Management Behavior merupakan perilaku setiap individu yang berkaitan dengan tanggung jawab dalam merencanakan dan mengelola keuangan mereka termasuk dalam hal pengendalian, penyimpanan, penganggaran, pencarian, serta perencanaan keuangan [6]. *Financial Management Behavior* yang efektif berpotensi untuk meningkatkan kesejahteraan keuangan individu, sementara kegagalan dalam mengelola keuangan pribadi dapat memiliki konsekuensi jangka Panjang [7]. Tentunya dalam penerapan *financial management behavior* setiap individu memiliki caranya masing-masing, baik mengelola dengan melakukan saving lebih banyak dari pada *buying* ataupun sebaiknya [8] dan pastinya terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *Financial Management Behavior* [9] salah satunya yaitu *Financial socialization* [10]–[12].

Financial socialization adalah suatu proses yang bertujuan untuk memperoleh dan mengembangkan nilai-nilai, norma, pengetahuan, standar, sikap, dan perilaku yang dapat membantu individu mencapai kesejahteraan, khususnya dalam hal keuangan atau kestabilan finansial [12]. Hasil penelitian sebelumnya membuktikan *financial socialization* adalah faktor yang signifikan dan berpengaruh dalam membentuk perilaku keuangan seseorang. Seperti halnya semakin sering seseorang terlibat dalam percakapan atau berkomunikasi dengan orang tua, teman, atau lingkungan sekitar tentang masalah keuangan, semakin besar kemungkinannya untuk memiliki perilaku keuangan yang positif [12].

Selain *financial socialization*, *financial self-efficacy* yang merupakan kepercayaan setiap individu terhadap kemampuannya dalam menggunakan produk atau layanan keuangan, membuat keputusan keuangan, serta menghadapi situasi keuangan yang rumit juga dapat mempengaruhi adanya *financial management behavior*. Apabila individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam kemampuannya mengelola keuangan, hal ini dapat berdampak pada perilaku manajemen keuangan seseorang sehingga rasa tanggung jawabnya dalam mengelola keuangan semakin meningkat [13].

Keberadaan *financial knowledge* juga turut serta berkontribusi mempengaruhi *financial management behavior* [6], [9], [14]. *Financial knowledge* merupakan pemahaman individu tentang situasi keuangannya sendiri, didasarkan pada pengetahuan tentang perencanaan keuangan dan digunakan sebagai panduan untuk membuat keputusan keuangan yang efisien dengan mempertimbangkan batasan dan kendala yang ada [15], [16].

Penelitian terdahulu berkaitan dengan perilaku keuangan generasi muda cenderung terfokus pada Generasi Y dan Milenial yang sudah memiliki pengalaman dalam dunia kerja dan keuangan [17]–[19]. Selain itu, pada penelitian sebelumnya tidak mempertimbangkan aspek gender, hanya melibatkan satu jenis kelamin saja yaitu wanita [12]. Hal ini telah menghasilkan pemahaman yang belum lengkap mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku keuangan generasi muda. Pada penelitian sebelumnya juga menggunakan kriteria usia produktif [20] yang tidak sepenuhnya relevan ketika mempertimbangkan karakteristik dan tantangan unik yang dihadapi oleh Generasi Z. Penelitian sebelumnya juga cenderung mengesampingkan Generasi Z yang pada umumnya masih bergantung pada orang tua mereka dan belum memiliki pendapatan sendiri [9]. Variabel-variabel seperti "*financial socialization*," "*financial self-efficacy*," dan "*financial knowledge*" juga belum difokuskan dalam konteks perilaku keuangan Generasi Z. Oleh karena itu, penelitian yang berfokus pada mahasiswa Generasi Z perlu dilakukan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan ini.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Theory of Planned Behavior*

Theory of planned behavior (TPB) yang di kemukakan oleh Ajzen (1991) yaitu suatu kerangka teoritis yang mempelajari terkait perilaku individu, di mana niat menjadi faktor utama yang mendasari tindakan seseorang saat mereka memiliki keinginan untuk melakukan sesuatu yang memiliki makna khusus untuk mencapai tujuan tertentu. Niat individu terkait perilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol terhadap perilaku [13]. Akan tetapi menurut Ajzen (2005) terdapat tambahan 3 faktor yang dapat mempengaruhi TPB faktor pertama yaitu personal (attitude, value seseorang, kecerdasan tiap individu, emosi ataupun sifat kepribadian), faktor kedua yakni sosial dimana cakupannya seperti jenis kelamin, pendidikan, pemasukan, umur, etnis, dan agama. Faktor terakhir atau ketiga yaitu informasi yang ruang lingkungannya seperti pengalaman, wawasan atau knowledge dan media [6].

2.2. *Social Learning Theory*

Social Learning Theory menurut Rotter (1966) didasari oleh sifat dan efek penguatan. Dalam teori ini terdapat empat konsep utama yang memengaruhi individu dalam memilih perilaku yang akan mereka lakukan, yaitu potensi perilaku, harapan, nilai keyakinan, dan situasi psikologis. Seseorang percaya bahwa penguatan adalah hasil dari tindakan sebelumnya. Kontrol internal adalah keyakinan individu bahwa peristiwa yang mereka alami bergantung pada perilaku mereka sendiri. Oleh karena itu, *Social Learning Theory* menunjukkan bahwa baik kontrol internal maupun kontrol eksternal membimbing individu dalam mengendalikan perilaku mereka saat ini untuk menghadapi peristiwa di masa depan [21].

2.3. *Social Cognitive Theory*

Social Cognitive Theory menurut Bandura (1977) yaitu dengan mempertimbangkan kemampuan kognitif manusia untuk mengamati aspek-aspek sosial dalam proses berpikir dan pembelajaran. Selanjutnya, teori ini dikenal dengan istilah Teori Kognitif Sosial (*social cognitive theory*). Keberadaan teori kognitif sosial didasarkan pada pertimbangan bahwa baik proses sosial maupun proses kognitif memiliki peran penting dalam pemahaman seseorang terhadap perilaku, emosi, dan motivasi. Teori kognitif sosial memainkan peran kunci dalam memperkuat individu, di mana sikap seseorang tidak hanya berkembang untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial, tetapi perilaku mereka juga dipengaruhi oleh standar internal dan tanggapan terhadap pemahaman diri mereka [13].

2.4. *Financial Management Behavior*

Financial Management Behavior atau juga disebut sebagai perilaku manajemen keuangan dapat dijelaskan sebagai cara seseorang mengelola keuangan mereka berdasarkan kebiasaan yang mereka lakukan. Selain itu, perilaku manajemen keuangan juga terkait dengan efisiensi pengelolaan dana dan pengeluaran yang sesuai melalui perencanaan [20]. *Financial Management Behavior* sendiri dapat diukur melalui empat indikator yaitu *consumption*, *cash-flow*, *saving and investment*, dan *credit management* [18], [20]. *Financial Management Behavior* memiliki konsep penting dalam bidang disiplin keuangan dan merujuk pada proses pengambilan keputusan keuangan yang melibatkan koordinasi antara tujuan dan motivasi individu [6] dan memastikan setiap orang mampu mengelola kewajiban *financial* secara tepat [18].

2.5. *Financial Socialization*

Financial Socialization atau sosialisasi keuangan adalah proses bagi individu untuk memperoleh dan mengembangkan nilai-nilai, norma, pengetahuan, standar, sikap, dan perilaku yang membantu mereka mencapai kesejahteraan finansial [12]. Pengertian lain mengenai *financial socialization* yaitu proses dimana seseorang memperoleh keterampilan, pengetahuan, dan sikap dari lingkungan internal dan eksternal [21]. *Financial socialization* dalam beberapa penelitian sebelumnya diengaruhi oleh beberapa faktor yang biasanya disebut sebagai agen sosialisasi seperti keluarga, teman, pendidikan, maupun media disekitar [10], [12]. Melalui interaksi dengan para agen, dapat membuat seseorang memperoleh pengetahuan keuangan yang dapat membentuk perilaku dan kebiasaan dalam mengelola keuangan pribadinya sehingga dapat membentuk pola pikir keuangan seseorang [10] dan membantu mengurangi kesulitan dalam mengelola keuangan [19]. Sehingga dapat membantu individu mengembangkan keterampilan keuangan yang sehat dan bertanggung jawab.

2.6. *Financial Self-Efficacy*

Financial Self-Efficacy merujuk pada keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka sendiri untuk mencapai tujuan keuangan pribadi. Dipercaya bahwa apabila memiliki keyakinan atau kepercayaan diri dalam kemampuan pengelolaan keuangan, dapat mendorong individu untuk membuat keputusan keuangan yang tepat [22]. Ketika tingkat kepercayaan seseorang tinggi, individu tersebut akan termotivasi untuk melakukan segala hal guna mencapai tujuan mereka sehingga akan berdampak pada *Financial Management Behavior* mereka [23]. *Financial self-efficacy* dapat diukur dengan lima indikator yaitu *confident that manage finance*, *spend less than income*, *confidently deposit money*, *borrow money from the bank*, dan *financial service to manage financial goals* [24]. Dapat disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* merupakan salah satu aspek yang mengacu pada keyakinan positif seseorang terhadap kemampuan diri dalam mengelola keuangan pribadi secara efektif.

2.7. *Financial Knowledge*

Financial Knowledge merupakan pemahaman individu tentang situasi keuangannya sendiri, didasarkan pada pengetahuan tentang perencanaan keuangan dan digunakan sebagai panduan untuk membuat keputusan keuangan yang efisien dengan mempertimbangkan batasan dan kendala yang ada [14]–[16]. Pengetahuan keuangan mencakup berbagai ruang lingkup seperti pengetahuan umum keuangan,

pengelolaan uang, pengetahuan terhadap risiko, serta pengetahuan tentang tabungan dan investasi [14]. *Financial Knowledge* merupakan salah satu dimensi kritis dari literasi keuangan, dan sejalan dengan perkembangan, pengetahuan keuangan dianggap setara dengan literasi keuangan [25]. Seseorang yang memiliki pengetahuan keuangan akan aktif dalam mencari informasi mengenai perencanaan keuangan guna memberikan mereka keterampilan dalam mengelola keuangan, baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang [26].

2.8. Hubungan Antar Variabel

Dalam *Social Learning Theory*, hubungan antara *financial socialization* dan *financial management behavior* dapat dijelaskan melalui keyakinan individu terhadap kontrol perilaku keuangan mereka [23]. Ketika individu memiliki *socialization* yang kuat terkait dengan keuangan baik itu didapat dari lingkup keluarga, teman, pendidikan, maupun media, mereka cenderung memiliki keyakinan yang lebih tinggi terhadap kemampuan mereka untuk mengontrol perilaku keuangan mereka sendiri yang pada akhirnya berkontribusi pada perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik [27], [28]. Tentunya pendapat ini juga didukung oleh peneliti lainnya [29], [30].

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Financial Socialisation* terhadap *Financial Management Behavior* pada mahasiswa generasi Z.

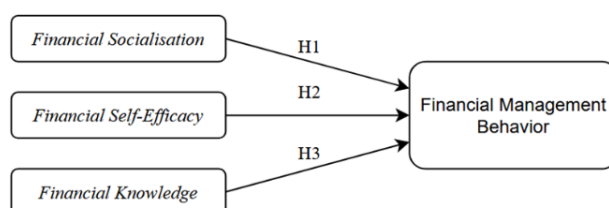
Social Learning Theory dan *Social Learning Theory* juga dapat diterapkan untuk menjelaskan hubungan antara *financial self-efficacy* dan *financial management behavior* [13]. Ketika seseorang merasa percaya diri dalam mengelola keuangan mereka hal ini dapat meningkatkan keyakinan mereka bahwa mereka mampu mengontrol perilaku keuangan mereka sendiri [28]. Dalam konteks ini, *financial self-efficacy* dapat menjadi prediktor positif untuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik.

H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Financial Self-Efficacy* terhadap *Financial Management Behavior* pada mahasiswa generasi Z.

Financial knowledge dapat dianggap sebagai faktor yang mempengaruhi sikap individu terhadap *financial management behavior* [14], [31]. Individu yang memiliki pengetahuan keuangan yang lebih baik cenderung memiliki sikap yang lebih positif terhadap pengelolaan keuangan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi perilaku pengelolaan keuangan mereka [9]. Dengan kata lain, pengetahuan keuangan yang lebih tinggi dapat membantu meningkatkan niat individu untuk mengadopsi perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik [16], [27].

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan mengenai *Financial Knowledge* terhadap *Financial Management Behavior* pada mahasiswa generasi Z.

Berdasarkan pada hipotesis diatas maka di dapat kerangka konseptual seperti berikut:



Gambar 3. Kerangka Konseptual

Sumber: [13], [19]

3. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat 3 variabel independent antara lain *financial socialization*, *financial self-efficacy*, dan *financial knowledge*. Serta terdapat 1 variabel dependen yaitu *financial management behavior*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan data yang terdapat didalamnya yaitu merupakan data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner melalui *google formulir* secara online. Penelitian ini akan difokuskan pada populasi mahasiswa generasi Z di Universitas Dian Nuswantoro khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan *Purposive Sampling* dengan sample minimum sebanyak 170 responden. Dari 220 responden yang didapat, hanya 215 responden saja yang

memenuhi kualifikasi penelitian. Pada analisis data penelitian menggunakan SEM (*Structural Equation Modeling*) dengan bantuan software SmartPLS versi 3.2.8. SEM digunakan karena data yang diteliti merupakan data primer. Selain itu, SEM memiliki keunggulan dimana kemampuannya untuk menghasilkan hasil penelitian yang lebih kuat, deskriptif, dan dapat diandalkan dalam menggambarkan interaksi, kesalahan, *error* pengukuran, non-linearitas, serta korelasi antara variabel laten yang diukur oleh beberapa indikator, jika dibandingkan dengan metode regresi [32]. Penelitian ini menggunakan pengukuran skala likert interval 1 sampai 5 yang setiap poinnya memiliki pernyataan masing-masing. Model pengukuran pengujian yaitu uji validitas dengan *outer loading* dan AVE (*Average Variance Extracted*) serta uji signifikan dengan pengukuran *t-statistic* dan *Composite Reliability*.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Analisis Deskriptif

Pada bagian berikut akan dijelaskan informasi yang diperoleh dari responden yang berisi data deskriptif untuk menggambarkan situasi atau kondisi mereka. Data ini penting guna menambahkan informasi tambahan yang relevan dalam hasil penelitian.

Tabel 1. Karakteristik Responden

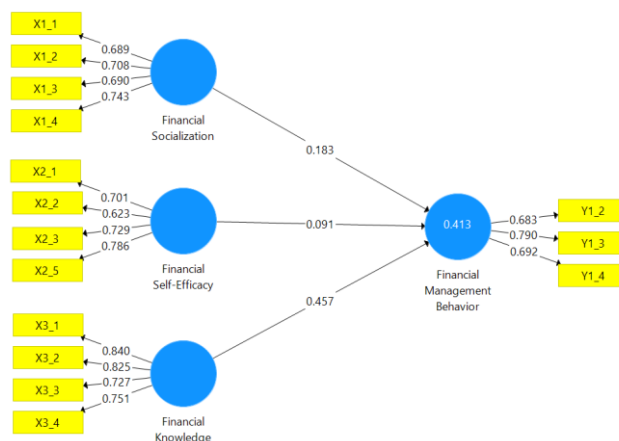
Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki – Laki	75	35%
Perempuan	140	65%
Usia		
17	1	0.5%
18	5	2%
19	33	16%
20	49	23%
21	91	43%
22	25	12%
23	7	3%
24	1	0.5%
25	0	0%
Asal Universitas		
Universitas Dian Nuswantoro	215	100%
Fakultas		
Ekonomi dan Bisnis	215	100%
Angkatan		
2020	135	63%
2021	44	20%
2022	36	17%

Sumber: Data yang diolah

Data ini mencerminkan karakteristik dari sekelompok responden yang terlibat dalam suatu studi. Mayoritas responden adalah perempuan, yang mencapai 140 orang atau sekitar 65% dari total responden. Sedangkan laki-laki berjumlah 75 orang atau sekitar 35%. Rentang usia responden berkisar dari 17 hingga 25 tahun. Usia 21 tahun adalah yang paling banyak, yaitu 43% dari total responden, diikuti oleh usia 20 tahun (23%) dan usia 22 tahun (12%). Tidak ada responden yang berusia 25 tahun, dan usia 17 tahun hanya diwakili oleh 1 responden. Seluruh responden, yaitu 100%, berasal dari Universitas Dian Nuswantoro. Semua responden juga berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Dian Nuswantoro, dengan proporsi 100%. Mayoritas responden adalah angkatan 2020, sekitar 63% dari total. Angkatan 2021 dan 2022 masing-masing menyumbang 20% dan 17% dari total responden.

4.2. Uji Convergent

Uji konvergensi melibatkan dua faktor kunci yang perlu dipertimbangkan. Salah satu faktor tersebut adalah nilai *outer loading*. *Outer loading* mengindikasikan sejauh mana masing-masing indikator atau pertanyaan yang digunakan dalam instrumen pengukuran dapat mengukur variabel konstruk yang sedang diuji. Berikut hasil *outer loading* pada penelitian ini [33].



Gambar 4. Loading Factor Outer Model

Sumber: Data yang diolah

Tabel 2. Convergent Validity Loading Factor

Variabel	Indikator	Outer Loading
Financial Socialization	(X1_1) Keluarga	0,689
	(X1_2) Pendidikan	0,708
	(X1_3) Teman	0,690
	(X1_4) Media	0,743
	(X2_1) Confident that manage finance	0,701
	(X2_2) Spend less than income	0,623
Financial Self-efficacy	(X2_3) Convidently deposit money	0,729
	(X2_5) Finance service to manage finance financial goals	0,786
	(X3_1) Personal general finance knowledge	0,840
	(X3_2) Money management	0,825
Financial Knowledge	(X3_3) Knowledge of risk	0,729
	(X3_4) Saving and investment knowledge	0,786
Financial Management Behavior	(Y1_2) Cash-flow management	0,683
	(Y1_3) Saving and investment	0,790
	(Y1_4) Credit management	0,692

Sumber: Data yang diolah

Dari hasil *outer loading* data diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini sudah dapat dikatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai *loading factor* dari setiap indikator lebih besar dari 0,7 akan tetapi beberapa teori seperti menyatakan bahwa *loading factor* lebih dari 0,6 juga sudah dapat dikatakan layak atau baik [34] [35]. Selanjutnya dilakukan pengujian *average variance extracted* (AVE) untuk lebih memperkuat hasil dari *convergent validity* dengan kriteria apabila nilai AVE > 0,5 [33].

Tabel 3. Average Variance Extraced (AVE)

Variabel	Average Variance Extraced (AVE)
<i>Financial Knowledge</i>	0,620
<i>Financial Management Behavior</i>	0,523
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,507
<i>Financial Socialization</i>	0,501

Sumber: Data yang diolah

Berdasarkan uji *average variance extracted* (AVE) semua variabel dinyatakan valid karena memiliki nilai lebih besar dari 0,5. nilai AVE yang tinggi dapat meningkatkan kekuatan model penelitian, karena mengindikasikan bahwa variabel-variabel yang digunakan memiliki kontribusi yang kuat dalam menggambarkan konstruk yang diukur [36].

4.3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan *composite reliability*. *Composit reliability* digunakan untuk mengukur keandalan sebuah indikator. Melalui nilai ini, kita dapat mengukur reliabilitas sebenarnya dari sebuah konstruk yang sedang dikembangkan. Standar yang diharapkan untuk nilai reliabilitas komposit adalah minimal 0,7 sesuai dengan panduan yang di berikan [36].

Tabel 4. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
<i>Financial Knowledge</i>	0,867
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,803
<i>Financial Socialization</i>	0,801
<i>Financial Management Behavior</i>	0,766

Sumber: Data yang diolah

Dapat dilihat bahwasanya seluruh variabel/konstruk laten memiliki nilai *composit reliability* lebih dari 0,7. Hal ini dapat diidentifikasi bahwa semua variabel pada penelitian ini memiliki *reliability* yang baik. Sehingga variabel-variabel tersebut secara efektif mencerminkan konsep atau teori yang mendasari konstruk tersebut [36].

4.4. Analisis Varian R square

Pengujian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen.

Tabel 5. R-Square dan R-Square Adjusted

	R-Square	R-Square Adjusted
Financial Management Behavior	0,413	0,404

Sumber: Data yang diolah

Pada data diatas, dijelaskan bahwa semua konstruk exogen (X1, X2, X3) secara serentak mempengaruhi variabel independent (Y) sebesar 0,413 atau 41,3%. Untuk nilai *R-Square* Adjusted yaitu 0,404 atau 40,4% yang posisinya di bawah 0,67 dan diatas 0,33 maka bisa disimpulkan untuk nilai model yaitu moderat [34].

4.5. Pengujian Hipotesis

Pengujian ini menggunakan metode bootstrapping dengan keputusan untuk menerima atau menolak hipotesis didasarkan pada nilai signifikansi (P-Value) dan statistik T.

Tabel 6. Uji Signifikan t-statistic dan p-value

Pengaruh	Original Sample	T-statistic	P-Value	Kesimpulan
<i>Financial Knowledge</i> (X3) → <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	0,457	6,081	0,000	Diterima
<i>Financial Self-Efficacy</i> (X2) → <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	0,091	0,983	0,326	Ditolak
<i>Financial Socialization</i> (X1) → <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	0,183	2,647	0,009	Diterima

Sumber: Data yang diolah

Pengaruh *Financial Socialization* (X1) terhadap *Financial Management Behavior* (Y) menunjukkan *T-statistic* sebesar 2.647 dengan *P-Value* sebesar 0.009. Dikarenakan *T-statistic* melebihi nilai 1.96 dan *P-Value* kurang dari 0.05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa *Financial Socialization* memiliki dampak signifikan pada *Financial Management Behavior* diterima [36]. Sementara itu, dampak *Financial Self-Efficacy* (X2) terhadap *Financial Management Behavior* (Y) didemonstrasikan dengan *T-statistic* sebesar 0.983 dan *P-Value* sebesar 0.326. Karena *T-statistic* kurang dari 1.96 dan *P-Value* lebih besar dari 0.05, maka hipotesis yang mengklaim bahwa *Financial Self-Efficacy* memengaruhi *Financial Management Behavior* tidak dapat diterima. Pengaruh *Financial Knowledge* (X3) terhadap *Financial Management Behavior* (Y) menghasilkan *T-statistic* sebesar 6.081 dengan *P-Value* sebesar 0.000. Karena *T-statistic* melebihi 1.96 dan *P-Value* kurang dari 0.05, maka hipotesis yang menyatakan bahwa *Financial Knowledge* berpengaruh secara signifikan pada *Financial Management Behavior* diterima. Selain itu, terdapat indikator dengan nilai tertinggi dalam variabel *Financial Knowledge*, yaitu *Personal General Finance Knowledge* dan *Money Management*.

Mempelajari *Personal General Finance Knowledge* dan *Money Management* adalah suatu keharusan karena pengetahuan ini memberikan fondasi yang kuat untuk keberhasilan finansial individu. Dengan menguasai keterampilan ini, seseorang dapat mencapai tujuan finansial, menghindari utang yang berlebihan, dan menciptakan kebebasan finansial. Selain itu, manajemen keuangan yang baik dapat mengurangi stres, melindungi masa depan, dan memberdayakan individu untuk membuat keputusan yang lebih bijak dalam investasi serta pengelolaan keuangan sehari-hari. Dengan demikian, mempelajari aspek-aspek ini adalah langkah penting dalam meningkatkan kualitas hidup dan keberlanjutan finansial seseorang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa dalam konteks mahasiswa Generasi Z, faktor-faktor tertentu berperan penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan yang lebih baik. Temuan ini menunjukkan bahwa *financial socialization* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *financial management behavior*. Menggambarkan pentingnya pengalaman sosialisasi keuangan dalam membentuk sikap dan tindakan yang mendukung pengelolaan keuangan yang lebih bijak. Lebih lanjut, penelitian ini mengkonfirmasi bahwa *financial knowledge* memiliki pengaruh positif dan signifikan paling tinggi dan berpengaruh terhadap *financial management behavior*, menekankan bahwa pengetahuan keuangan yang lebih baik dapat menjadi kunci dalam membantu mahasiswa mengambil keputusan keuangan yang lebih cerdas dan bertanggung jawab. Dari hasil penelitian ini juga dapat dilihat, bahwasanya dengan mempelajari dan memahami mengenai *financial knowledge* dapat menerapkan *financial management behavior* dengan baik, terutama pada mahasiswa generasi Z yang belum memiliki *income* pribadi. Ketidakadanya pendapatan pribadi bukan menjadi masalah bagi seseorang untuk menuju *management financial* yang sehat. Dengan memahami *financial knowledge* juga dapat menghindarkan seseorang dari bahaya risiko *financial* lainnya. Di sisilain, hasil penelitian menunjukkan bahwa *financial self-efficacy* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *financial management behavior*, menyoroti bahwa tingkat keyakinan diri dalam mengelola keuangan mungkin bukan satu-satunya faktor yang menentukan dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa Generasi Z.

Dari hasil penelitian ini dilihat dari hasil terkecil di setiap indikator, maka yang harus di perbaiki yaitu bagaimana cara mengomunikasikan keuangan dengan keluarga dan melakukan perhitungan pendapatan apabila ingin melakukan pembelanjaan. Tentunya apabila hal ini diterapkan maka, akan meminimalisir gaya hidup konsumtif. Selain itu, saran yang diberikan yaitu untuk peneliti selanjutnya disarankan menambahkan variabel moderator atau mediator untuk menguji pengaruh *financial socialisation*, *financial self-efficacy*, dan *financial knowledge* terhadap *financial management behavior* secara lebih mendalam. Misalnya tingkat pendidikan dan pendapatan yang diterima setiap bulan. Berikutnya dapat melakukan penelitian pada variabel lainnya seperti *financial attitude*, *locus of control*, *family financial*, *income*, ataupun faktor psikologis lainnya dimana variabel-variabel tersebut dinilai memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior*. Mengenai objek penelitian apabila ditujukan ke mahasiswa, dapat juga melakukan komparasi pada mahasiswa universitas negeri dengan mahasiswa universitas swasta, atau mahasiswa yang masih disubsidi orang tua atau mahasiswa yang sudah lepas dari subsidi orang tua.

Ucapan Terima Kasih

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi berharga dalam penelitian ini. Terima kasih atas saran, bimbingan, serta dukungannya. Kontribusi Anda sangat berarti bagi kesuksesan penelitian kami.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. K. Negara, H. G. Febrianto, and A. I. Fitriana, “Mengelola keuangan dalam pandangan gen z,” *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, vol. 19, no. 2, pp. 296–304, Aug. 2022, doi: 10.30872/jakt.v19i2.11176.
- [2] K. Laturette, L. P. Widianingsih, and L. Subandi, “Literasi Keuangan Pada Generasi Z,” *jpak*, vol. 9, no. 1, pp. 131–139, Apr. 2021, doi: 10.26740/jpak.v9n1.p131-139.
- [3] T. Funky, T. P. Sari, and V. F. Sanjaya, “Pengaruh Gaya Hidup Serta Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Pada Masa Pandemi,” *Manage Account Res Econ Entrep*, vol. 2, no. 1, pp. 82–98, Jan. 2022, doi: 10.46306/vls.v2i1.71.
- [4] A. Kadarningsih, V. Oktavia, T. R. F. Falah, and Y. S. Sari, “Profitability As Determining Factor to Anticipate Company Bankruptcy,” *EEA*, vol. 39, no. 12, Nov. 2021, doi: 10.25115/eea.v39i12.6171.
- [5] D. R. Mulyadi, N. Subagio, and R. Riyadi, “Kemampuan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Mulawarman,” *escs*, vol. 2, no. 1, pp. 25–32, Jul. 2022, doi: 10.30872/escs.v2i1.1186.
- [6] E. Budiono, “Analisis *Financial Knowledge, Financial Attitude, Income, Locus Of Control, Financial Management Behavior*,” vol. 8, 2020.
- [7] I. Ida, S. Zaniarti, and G. E. Wijaya, “*Financial Literacy, Money Attitude, Dan Financial Management Behavior* Generasi Milenial,” *JMIEB*, vol. 4, no. 2, p. 406, Oct. 2020, doi: 10.24912/jmieb.v4i2.9144.
- [8] A. Silviana, T. Widyastuti, and S. Bahri, “(The Influence Of Financial Knowledge, Financial Socialization And Financial Self-Efficacy On Financial Management Behavior Through Locus Of Control As An Intervening Variable In Pancasila University),” *Jurnal Ekonomi Bisnis Manajemen*, vol. 7 no 3, pp. 190–202, 2023.
- [9] A. S. Wibowo, A. S. Dewi, and S. Pd, “The Influence Of Financial Attitude, Financial Knowledge, And Parental Income On Financial Management Behavior,” *e-Proceeding of Managemen*, vol. 8, no. 2, p. 913, 2021.
- [10] T. Kharisma and N. Ita, “The Influence of Attitudes, Internal Locus, and Financial Socialization Agents on Financial Management Behavior,” *Journal Unnes*, pp. 188–201, 2021, doi: 10.15294/eeaj.v10i1.44670.
- [11] J. Kumar, V. Rani, G. Rani, and T. Sarker, “Determinants of the financial wellbeing of individuals in an emerging economy: an empirical study,” *IJBM*, vol. 41, no. 4, pp. 860–881, May 2023, doi: 10.1108/IJBM-10-2022-0475.
- [12] A. Safitri and B. R. Kartawinata, “Pengaruh *Financial Socialization Dan Financial Experience* Terhadap *Financial Management Behavior*,” *JIKA*, vol. 9, no. 2, pp. 157–170, Aug. 2020, doi: 10.34010/jika.v9i2.2987.
- [13] F. K. Nisa and N. A. Haryono, “Pengaruh *Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus Of Control, Dan Lifestyle* Terhadap *Financial Management Behavior* Generasi Z,” vol. 10, 2022.
- [14] T. F. Driana and P. M. Sitorus, “Analisis Pengaruh *Financial Knowledge dan Financial Attitude* Terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Parental Income* sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Generasi-Z Di Kota Bandung),” *Journal of Management & Business*, 2022, doi: 10.37531/sejaman.v5i2.2396.
- [15] G. Puspita and I. Isnalita, “Financial Literacy: Pengetahuan, Kepercayaan Diri dan Perilaku Keuangan Mahasiswa Akuntansi,” *Owner (Riset dan Jurnal Akuntansi)*, vol. 3, no. 2, p. 117, Jul. 2019, doi: 10.33395/owner.v3i2.147.
- [16] S. Widi Asih and M. Khafid, “Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Income terhadap Personal Financial Management Behavior melalui Locus Of Control sebagai Variabel Intervening,” *Economic Education Analysis Journal*, 2020, doi: 10.15294/eeaj.v9i1.42349.
- [17] S. F. Wahyuni, R. Radiman, J. Jufrizen, M. S. Hafiz, and A. Gunawan, “Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan, Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi ‘Y’ Di Kota Medan,” *Owner*, vol. 6, no. 2, pp. 1529–1539, Mar. 2022, doi: 10.33395/owner.v6i2.780.
- [18] I. R. Putri and A. Tasman, “Pengaruh *Financial Literacy dan Income* terhadap *Personal Financial Management Behavior* pada Generasi Millennial Kota Padang,” vol. 01, 2019.
- [19] N. Viani, W. Angestika, W. Vicky, and S. H. Moehammad, “Pengaruh *Financial Socialization dan Financial Experience* terhadap *Financial Management Behavior*,” *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, vol. 20, Sep. 2022, doi: <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>.

- [20] D. Farahdilla and A. S. Dewi, “Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Attitude* Dan Demografi Pada *Financial Management Behavior*,” vol. 6, no. 3, 2022.
- [21] V. P. Dewanti and N. Asandimitra, “Pengaruh *Financial Socialization*, *Financial Knowledge*, *Financial Experience* terhadap *Financial Management Behavior* dengan *Locus of Control* sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Paylater,” *JIM*, vol. 9, no. 3, pp. 863–875, Jul. 2021, doi: 10.26740/jim.v9n3.p863-875.
- [22] M. N. Farida, Y. Soesatyo, and T. S. Aji, “*Influence of Financial Literacy and Use of Financial Technology on Financial Satisfaction through Financial Behavior*,” *IJELS*, vol. 9, no. 1, p. 86, Jan. 2021, doi: 10.7575/aiac.ijels.v.9n.1p.86.
- [23] N. Asandimitra and A. Kautsar, “*The Influence Of Financial Information, Financial Self Efficacy, And Emotional Intelligence To Financial Management Behavior Of Female Lecturer*,” *HSSR*, vol. 7, no. 6, pp. 1112–1124, Jan. 2020, doi: 10.18510/hssr.2019.76160.
- [24] R. Mindra and M. Moya, “*Financial self-efficacy: a mediator in advancing financial inclusion*,” *EDI*, vol. 36, no. 2, pp. 128–149, Mar. 2017, doi: 10.1108/EDI-05-2016-0040.
- [25] R. Arifah Normawati, S. M. Rahayu, and S. Worokinasih, “Financial Satisfaction On Millennials: Examining The Relationship Between Financial Knowledge, Digital Financial Knowledge, Financial Attitude, And Financial Behavior,” *JAM*, vol. 20, no. 2, Jun. 2022, doi: 10.21776/ub.jam.2022.020.02.12.
- [26] Y. Yuliani, “*The Effect of Financial Knowledge on Financial Literacy with Mediated by Financial Behavior in Society of Palembang City South Sumatera*,” *MIX*, vol. 9, no. 3, p. 421, Oct. 2019, doi: 10.22441/mix.2019.v9i3.003.
- [27] D. Setianingsih, M. Dewi, and A. Chanda, “*The Effect Of Financial Knowledge, Financial Planning, Internal Locul Of Control, And Financial Self-Efficacy On Financial Management Behavior: A Case Study Of Smes Grocery Stores*,” vol. 6, no. 1, 2022.
- [28] S. Buana and D. Patrisia, “*The Influence of Financial Literacy, Financial Self Efficacy, and Social Economic Status on Financial Management Behavior on Students of the Faculty of Economics, Padang State University*,” vol. 1, 2021.
- [29] M. Ulumudiniati and N. Asandimitra, “Pengaruh *Financial Literacy*, *Financial Self-Efficacy*, *Locus of Control*, *Parental Income*, dan *Love of Money* Terhadap *Financial Management Behavior: Lifestyle* Sebagai Mediasi,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol. 10, 2022.
- [30] M. H. Putri and A. S. Pamungkas, “Pengaruh *Financial Knowledge*, *Locus of Control* dan *Financial Self Efficacy* Terhadap *Financial Behavior*,” *JMK*, vol. 1, no. 4, p. 926, Sep. 2019, doi: 10.24912/jmk.v1i4.6591.
- [31] I. Johan, K. Rowlingson, and L. Appleyard, “*The Effect of Personal Finance Education on The Financial Knowledge, Attitudes and Behaviour of University Students in Indonesia*,” *J Fam Econ Iss*, vol. 42, no. 2, pp. 351–367, Jun. 2021, doi: 10.1007/s10834-020-09721-9.
- [32] M. Darwin and K. Umam, “*Analisis Indirect Effect pada Structural Equation Modeling: Studi Komparasi Penggunaan Software Amos dan SmartPLS*,” *ncl*, vol. 1, no. 2, pp. 50–57, Nov. 2020, doi: 10.37010/nuc.v1i2.160.
- [33] Duryadi, *Buku Ajar Metode Penelitian Ilmiah (Metode Penelitian Empiris - Metode Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS)*. 2021.
- [34] Ghozali, “Partial Least Squares, Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLA 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris (Ed.3),” *Universitas Diponegoro*, 2021.
- [35] O. Y. A. Wijayaa, S. Sulistiyani, J. Pudjowati, T. S. Kartikawati, N. Kurniasih, and A. Purwanto, “*The role of social media marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and word-of-mouth on purchase intention: An empirical study from Indonesian smartphone consumers*,” *10.5267/j.ijdns*, pp. 231–238, 2021, doi: 10.5267/j.ijdns.2021.6.011.
- [36] J. F. Hair Jr, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, M. Sarstedt, and N. P. Danks, *Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer Nature, 2021. [Online]. Available: <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>