PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU MENABUNG DAN BERINVESTASI DI KALANGAN GENERASI Z

SKRIPSI

REVISI SKRIPSI ACC
12 SEPTEMBER 2025



Diusulkan Oleh:

Nama	: Kaila Salbiah Putri
Nomor Induk Mahasiswa	: 21311524
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU MENABUNG DAN BERINVESTASI DI KALANGAN GENERASI Z

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana strata-1 Program Studi Manajemen,Fakultas Bisnis dan Ekonomika,

Universitas Islam Indonesia



Diusulkan Oleh:

Nama	: Kaila Salbiah Putri
Nomor Induk Mahasiswa	: 21311524
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi,dan sepanjang pengetahuan saya,juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain,kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi.Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar,saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Yogyakarta, 18 Agustus 2025



(Kaila Salbiah Putri)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU MENABUNG DAN BERINVESTASI DIKALANGAN GENERASI Z

Diajukan Oleh:

Nama	: Kaila Salbiah Putri
Nomor Induk Mahasiswa	: 21311524
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Keuangan

Yogyakarta, 18 Agustus 2025

Telah diterima dan disetujui dengan baik oleh

Dosen Pembimbing



Dra. Sri Mulyati., M.Si.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Ace Partadiredja
Universitas Islam Indonesia
Condong Catur Depok Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 885376
F. (0274) 882589
E. fbe@uii.ac.id
W. fbe.uii.ac.id

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

NO.: 3428/DEK/10/Prodi.Mj/III/2025

Bismillahirrahmanirrahim,

Pada Semester Ganjil 2023/2024, Senin 01 September 2025, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII telah menyelenggarakan Ujian Tugas Akhir yang disusun oleh:

Nama	: Kaila Salbiah Putri
No. Mahasiswa	21311524
Judul Tugas Akhir	: pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi di Kalangan Generasi Z
Pembimbing	: Sri Mulyati, Dra., M.Si.

Berdasarkan hasil evaluasi Tim Dosen Penguji Tugas Akhir, maka Tugas Akhir tersebut dinyatakan:

Lulus Ujian Tugas Akhir

Nilai	: A-
Referensi	: Layak ditampilkan di Perpustakaan

Tim Penguji :

Ketua Tim	: Sutrisno, Prof., Dr., Drs., M.M.
Anggota Tim	: Sri Mulyati, Dra., M.Si.

Yogyakarta, 01 September 2025

Ketua Program Studi Manajemen,

Abdur Rafik, SE., M.Sc.

NIK. 133110105

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU MENABUNG DAN BERINVESTASI DI KALANGAN GENERASI Z

Disusun oleh : Kaila Salbiah Putri

Nomor Mahasiswa : 21311524

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan lulus
hari ini, tanggal: Senin 01 September 2025

Pembimbing TA : Sri Mulyati, Dra., M.Si.
Penguji : Sutrisno, Prof., Dr., Drs., M.M.

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D.

LEMBAR PENGESAHAN

Telah dipertahankan/diujikan dan disahkan untuk
memenuhi syarat guna memperoleh gelar
sarjana strata -1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Islam Indonesia

Nama	: Kaila Salbiah Putri
Nomor Mahasiswa	: 21311524
Jurusan	: Manajemen
Bidang Konsentrasi	: Keuangan

Yogyakarta, 1 September 2025

Disahkaan oleh :

Penguji/ Pembimbing Skripsi	: Sri Mulyati, Dra., M.Si.	883110109
Penguji 1	: Sutrisno, Prof., Dr., Drs., M.M.	863110102

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Islam Indonesia

(Prof., John Arifin, S.E., M.Si.,Ph.D)

PERSEMBAHAN

“Dengan rasa syukur, segala puji saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat,nikmat dan kemudahan-Nya. Berkat limpahan kasih sayang dan pertolongan-Nya, saya dapat melalui setiap proses penyusunan skripsi ini dengan lancar, mulai dari tahap awal hingga akhir. Tanpa izin dan pertolongan-Nya, tidak mungkin semua ini dapat tercapai. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan para sahabatnya”

Dengan penuh kasih sayang, hormat dan cinta, karya tugas akhir ini penulis persembahkan kepada kedua orangtua penulis tercinta,

Wahyu

Dan

Imas Nur’atik

Terima kasih atas segala doa,cinta,kasih sayang dan dukungan yang tiada henti dalam kehidupan dan pendidikan penulis hingga saat ini.

ABSTRAK

Perkembangan era digital telah memunculkan berbagai faktor psikologis baru yang memengaruhi perilaku keuangan generasi muda, khususnya Generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor psikologis, yang meliputi motivasi, pemahaman investasi, locus of control, pemanfaatan teknologi, dan pengaruh media sosial terhadap perilaku menabung dan berinvestasi di kalangan Generasi Z. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui survei terhadap 120 responden Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki pengalaman dalam menabung serta berinvestasi. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling*, menggunakan purposive sampling. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui software SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi, pemahaman investasi, locus of control, pemanfaatan teknologi, dan pengaruh media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi Generasi Z. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan aspek psikologis dan pemanfaatan teknologi yang optimal dapat mendorong perilaku keuangan yang lebih sehat di kalangan generasi muda, sehingga mampu menciptakan kemandirian finansial di masa depan.

Kata Kunci: *Faktor Psikologis, Motivasi, Pemahaman Investasi, Locus of Control, Teknologi, Media Sosial, Menabung, Berinvestasi, Generasi Z.*

ABSTRACT

The rise of the digital era has introduced various psychological factors that significantly influence the financial behavior of young people, particularly Generation Z. This study aims to analyze the influence of psychological factors including motivation, investment literacy, locus of control, technology utilization, and social media influence on the saving and investing behavior of Generation Z. A quantitative research approach was employed, with data collected through a survey of 120 Generation Z respondents who actively use social media and have prior experience in saving and investing. A non-probability purposive sampling method was used in this study. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that motivation, investment literacy, locus of control, technology utilization, and social media influence all have a positive and significant impact on Generation Z's saving and investing behavior. These findings highlight that strengthening psychological factors and leveraging technology effectively can foster healthier financial behavior among young people, ultimately contributing to greater financial independence in the future.

Keywords: *Psychological Factors, Motivation, Investment Literacy, Locus of Control, Technology, Social Media, Saving, Investing, Generation Z.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatulahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin, Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas Rahmat dan karunianya, dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi dikalangan Generasi Z". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan bantuan dari pihak, penyusunan skripsi ini tidak aka terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus dan sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Sri Mulyati, M.Si. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan sabar memberikan waktu, arahan, motivasi, dan bimbingan berharga selama proses penyusunan skripsi ini, hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
2. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu berharga, pengalaman, dan inspirasi selama masa perkuliahan yang tak dapat diukur nilainya bagi penulis hingga ditahap ini.
3. Bapak Wahyu dan Ibu Imas Nur'atik selaku orang tua yang sangat penulis cintai dan hormati, Terima kasih atas seluruh pengorbanan yang telah dicurahkan kepada penulis yang selalu memberikan dukungan moral, material, kasih sayang dan tentunya doa tiada henti sehingga penulis dapat melewati setiap tantangan yang dihadapi hingga saat ini dengan penuh semangat. Terima kasih pula telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam kehidupan penulis hingga kini.
4. Kedua kakak laki-laki penulis Azhari Ramadhan dan Wisam Jaya Nugraha, kehadirannya sebagai saudara sekaligus teman terbaik memberikan motivasi, doa kekuatan yang tak pernah putus, yang senantiasa menjadi tempat berteduh dan mengadukan seluruh ketakutan dan kerisauan penulis saat menulis tugas akhir skipisi, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur.
5. Kepada sahabat-sahabat terbaik saya, Fannia Nurfarida dan Hanny Nurfiani. Terima kasih atas dukungan, doa, perhatian, serta kebersamaan yang telah kalian berikan, terutama di masa penelitian dan penulisan skripsi ini. Kehadiran kalian menjadi

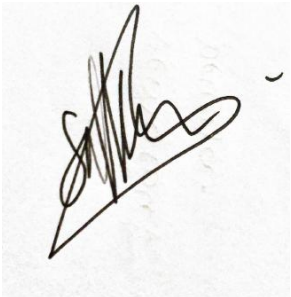
sumber semangat di setiap langkah yang saya jalani. Terima kasih telah menjadi teman dan pendengar yang baik, yang senantiasa ada di saat suka maupun duka hingga terselesaikannya skripsi ini.

6. Kepada sahabat-sahabat saya selama masa perkuliahan, Oxi Alvira Jasmine, Cindy Meta Haruni, Nabila Jihan Authalia, Flora Anisa, dan Puspa Pertiwi Soleha yang senantiasa membersamai saya dalam proses penulisan tugas akhir skripsi. Terima kasih atas semangat, tawa, dan kebersamaan yang begitu berarti. Kehadiran kalian tidak hanya menjadi sumber motivasi dalam menghadapi berbagai tantangan, tetapi juga menjadi tempat berbagi cerita, canda, dan dukungan, sehingga perjalanan perkuliahan ini terasa lebih ringan dan menyenangkan.
7. Rahesa Putra Ariano, Muhammad Fahrul Rozy, Marinus Israldo Zulmar, Rikoh Gita Marfonda dan Rajib Maulana Fadlillah, terima kasih atas pengalaman berharga dan dukungan selama masa pengabdian masyarakat. Kebersamaan dan kerja samanya selama KKN tidak hanya memperkaya pengetahuan, tetapi juga mempererat tali pertemanan yang akan selalu di kenang.
8. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan data yang sangat berarti bagi kelancaran penelitian ini. Tanpa partisipasi dan kepercayaan kalian, penelitian ini tidak akan dapat terlaksana dengan baik. Terima kasih atas kesediaan,waktu dan Kerjasamanya yang tulus untuk proses penelitian ini.
9. Teman-teman HMJM'21 Afina Ghaisani, Fakhri,Fathur,Bashil,Eka Sri, Agnifa Isna, dan lainnya yang selalu menjadi teman belajar,bertumbuh dan berkembang selama proses organisasi.
10. Teman-teman Manajemen Angkatan 2021, yang sudah menjadi teman saat kuliah dan berbagi pengalaman serta ilmu pengetahuan yang berharga.
11. Dan yang terakhir, untuk diri saya sendiri, terima kasih telah bertahan, berproses, dan tidak menyerah di tengah segala tantangan yang datang silih berganti. Terima kasih sudah terus melangkah, meskipun sering merasa lelah, ragu, atau ingin berhenti. Perjalanan panjang ini mengajarkan banyak hal, bukan hanya soal akademik, tetapi juga tentang ketangguhan, kesabaran, dan kepercayaan diri. Semoga segala perjuangan ini menjadi bekal untuk langkah-langkah berikutnya. Selamat menyambut masa depan yang cerah, cemerlang dan Bahagia. Mari wujudkan segala Impian. u know u can do it! Cheers to myself *soon to be rich aunty, rich mommy, and rich daughter*. You did well and you will do even better.

Tanpa adanya berbagai pihak diatas, penulis tidak akan mampu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis menuliskan harapan di setiap doa atas segala bantuan yang telah diberikan dapat menjadi amal kebaikan dan mendapatkan ridho Allah SWT. Akhir kata, semoga dengan terselesaikannya tugas akhir skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Yogyakarta, 18 Agustus 2025



(Kaila Salbiah Putri)

DAFTAR ISI

SKRIPSI i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv
PERSEMBAHAN v
ABSTRAK ix
ABSTRACT x
KATA PENGANTAR xi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvi
DAFTAR GAMBAR xviii
BAB I 19
1.1 LATAR BELAKANG 19
1.2 RUMUSAN MASALAH 22
1.3 TUJUAN PENELITIAN 22
1.4 MANFAAT PENELITIAN 23
BAB II 24
2.1 LANDASAN TEORI 24
2.1.1 Teori Penentu Nasib Sendiri (Self-Determination Theory) *24*
2.1.2 Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior) *24*
2.1.3 Teori Pengendalian Diri (Theory of Self-Control) *25*
2.2 PENJELASAN VARIABEL 25
2.3 PENELITIAN TERDAHULU 28
2.5 KERANGKA PENELITIAN 36
BAB III 37
3.1. PENDEKATAN PENELITIAN 37

3.2 POPULASI DAN SAMPEL 37
3.3 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL 39
3.4 JENIS DAN METODE PENGUMPULAN DATA 47
3.5 TEKNIK ANALISIS DATA 48
BAB IV 54
4.1 Uji Instrumen Data (Pilot Test) 54
4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian 58
4.2.1 Analisis Deskriptif Responden 58
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel 63
4.3 Model Pengukuran (*Outer Model*) 72
4.4 Model Struktural (*Inner Model)* 78
4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian 84
4.5.1 Motivasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi 84
4.5.2 Pemahaman Investasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi 86
4.5.3 Pemanfaatan Teknologi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi 87
4.5.4 Locus of Control terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi 88
4.5.5 Media Sosial terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi 88
BAB V 90
5.1 KESIMPULAN 90
5.2 SARAN 91
5.3 KETERBATASAN PENELITIAN 92
DAFTAR PUSTAKA 93
LAMPIRAN 99

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator Pertanyaan Motivasi 40
Tabel 3. 2 Indikator Hasil Pertanyaan Pemahaman Investasi 42
Tabel 3. 3 Indikator Pertanyaan Pemanfaatan Teknologi 43
Tabel 3. 4 Indikator Pertanyaan Locus of Control 44
Tabel 3. 5 Indikator Pertanyaan Media Sosial 45
Tabel 3. 6 Indikator Pertanyaan Perilaku Menabung dan Berinvestasi 46
Tabel 3. 7 Kriteria Cronbach's Alpha 51
Tabel 3. 8 Kriteria Composite Reliability 52
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Motivasi 55
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Pemahaman Investasi 55
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Pemanfaatan Teknologi 56
Tabel 4. 4 Uji Validitas Locus of Control 56
Tabel 4. 5 Uji Validitas Media Sosial 57
Tabel 4. 6 Uji Validitas Perilaku Menabung dan Berinvestasi 57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas 58
Tabel 4. 8 Kriteria Responden 59
Tabel 4. 9 Jenis Kelamin Responden 59
Tabel 4. 10 Usia Responden 60
Tabel 4. 11 Pendidikan Terakhir Responden 60
Tabel 4. 12 Perguruan Tinggi Responden 61
Tabel 4. 13 Penghasilan Responden 62
Tabel 4. 14 Rentang Penilaian Deskriptif Variabel 63
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Motivasi 63
Tabel 4. 16 Analisis Deskriptif Pemahaman Investasi 65
Tabel 4. 17 Analisis Deskriptif Pemanfaatan Teknologi 66
Tabel 4. 18 Analisis Deskriptif Locus Of Control 68
Tabel 4. 19 Analisis Deskriptif Media Sosial 69
Tabel 4. 20 Analisis Deskriptif Perilaku Menabung dan Berinvestasi 71
Tabel 4. 21 Uji Validitas Konvergen 73
Tabel 4. 22 Nilai Fornell – Lacker Criterion 75
Tabel 4. 23 Nilai Cross Loading 76
Tabel 4. 24 Uji Reliabilitas 78

Tabel 4. 25 Hasil Pengujian R-Square 80
Tabel 4. 26 Predictive Relevance 82
Tabel 4. 27 Pengujian Hipotesis 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 36
Gambar 4. 1 Boothstrapping Uji Model Struktural 79
Gambar 4. 2 Predictive Relevance 81

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan yang sangat signifikan terhadap aspek kehidupan. Salah satu kelompok Masyarakat yang tumbuh di era digital dan teknologi adalah Generasi Z. Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang lahir dari tahun 1996 sampai tahun 2012 yang dikenal juga sebagai generasi digital native karena mereka tumbuh di era digital teknologi dan dapat dengan mudah memiliki berbagai informasi, termasuk informasi tentang keuangan dan investasi. (Pendorong Utama et al., 2024)

Pada era digital teknologi ini, pemahaman mengenai keuangan menjadi keterampilan yang signifikan yang wajib dimiliki oleh setiap individu terutama pada generasi muda seperti Generasi Z. keterampilan seperti menabung dan investasi dianggap penting agar dapat mencapai kestabilan dan kesejahteraan finansial seseorang. Informasi mengenai keuangan dan investasi kini mudah diperoleh melalui berbagai platform digital seperti media sosial, aplikasi investasi dan seminar daring. Meskipun demikian masih banyak individu yang masih belum bijak terhadap kebiasaan menabung dan berinvestasi (Ramashar et al., 2022). Fenomena ini menjelaskan bahwa kemudahan akses informasi belum tentu berbanding lurus dengan perilaku menabung dan berinvestasi dengan bijak.

Hal tersebut mengindikasikan adanya faktor lain yang berperan dalam pengambilan keputusan finansial Generasi Z, salah satunya adalah *faktor psikologis*. Pemahaman terhadap aspek psikologis sangat penting untuk merancang strategi peningkatan pemahaman dan perilaku keuangan yang tidak hanya fokus pada edukasi semata, tetapi juga mempertimbangkan karakteristik psikologis dari generasi ini.

Menurut (Utami & Sirine, 2016) Faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi meliputi *motivasi diri, pengetahuan investasi, pemanfaatan teknologi, locus of control, dan media sosial, Motivasi diri* berperan sebagai salah satu pendorong utama yang mendorong individu untuk mengambil keputusan dalam berinvestasi. Selain itu, pengetahuan investasi memiliki dasar penting untuk memahami risiko dan peluang investasi sehingga dapat meminimalkan risiko dan memaksimalkan

keuntungan. Pemanfaatan teknologi menjadi alat yang efektif untuk memperluas informasi mengenai investasi, sehingga calon investor mendapatkan informasi secara cepat dan akurat. Faktor psikologis seperti *locus of control,*juga memiliki dampak. Mereka yang memiliki *locus of control internal* memiliki arti bahwa mereka mempunyai kendali atas keputusan finansialnya, dan akan lebih percaya diri dalam mengambil risiko dan membuat keputusan investasi yang lebih bijak. Sebaiknya,mereka yang memiliki *locus of control eksternal,* yang berarti mereka lebih bergantung pada nasib atau pengaruh dari sumber luar dalam hal menabung dan berinvestasi. Dengan memahami faktor psikologis, diharapkan generasi Z dapat membuat keputusan finansial yang lebih bijak dan stabil dimasa depan.

Disamping itu (Firlianda, 2019) juga menjelaskan *Faktor media sosial* juga dapat mendorong seseorang untuk mengikuti tren gaya hidup tertentu, yang sering menyebabkan mereka mengeluarkan uang secara impulsive dan mengurangi kemampuannya untuk menabung atau berinvestasi dalam uang. Survei menunjukan bahwa Generasi Z membelanjakan sebagian besar uang mereka untuk komunikasi dan belanja,dengan hanya sedikit uang yang disisihkan untuk tabungan yang dapat menunjukan gaya hidup konsumtif mereka. Secara keseluruhan, sikap dan literasi tentang keuangan, serta pengaruh media sosial pada perilaku finansial sangat berpengaruh.

(Hartanto & Trimurti, 2023) menyoroti Kepercayaan diri (*self-confidence*) dan kemampuan menghadapi risiko (*risk taking ability*) adalah komponen psikologis yang sangat penting dalam pengambilan keputusan dan investasi. Generasi Z yang sangat percaya diri cenderung berani mengambil keputusan investasi dengan keuntungan yang lebih besar meskipun risikonya juga tinggi. Sebaliknya, perilaku seperti *herd behavior* (perilaku mengikuti mayoritas) dan o*verconfidence* (keyakinan yang berlebihan) dapat membuat keputusan investasi menjadi kurang rasional, sehingga dapat meningkatkan risiko kerugian. Penelitian ini menunjukan bahwa persepsi resiko yang dimiliki individu mempengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi. Dan yang terakhir media sosial yang memiliki pengaruh besar terhadap pengambilan keputusan keuangan. Melalui media sosial, dapat dengan mudah mencari informasi mengenai gaya hidup dan tren investasi, selain itu dengan ada nya media sosial dapat memberikan tips menabung yang dapat mempengaruhi seseorang dalam hal mengelola keuanganya. Generasi Z cenderung berhati-hati saat memilih investasi atau menabung. Psikologis mereka sangat mempengaruhi faktor-faktor ini seperti cara atasi ketidakpastian dan tekanan lingkungan sosial mereka. Menabung sejak muda tidak hanya akan membantu mengelola keuangan dengan baik akan tetapi bisa menjadi sarana belajar seperti mengenal nilai-nilai disiplin,

tanggung jawab, perencanaan dan mengelola kebutuhan keinginan. Menebarkan budaya menabung dapat memberikan dukungan pada Generasi Z dalam menghadapi tujuan jangka panjang. Selain itu, Tabungan yang sudah terkumpul ditingkat makro memiliki peran penting sebagai sumber dana investasi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi negara.

(Raju Adha et al., 2023) Peralihan ke ekonomi digital, termasuk investasi, dipercepat oleh pandemi covid -19. Karena pasar modal dapat diakses kapan saja dan dimana saja melalui teknologi modern, pasar modal menjadi salah satu investasi yang paling diminati. Meskipun kemajuan teknologi seharusnya membuat generasi z lebih mudah berinvestasi, masih ada beberapa masalah yang menghentikan minat mereka. Sikap positif terhadap keuangan dapat mendorong kebiasaan menabung dan berinvestasi, sementara sikap negative cenderung menyebabkan perilaku konsumtif. Selain itu, Generasi Z yang kurang memahami konsep dasar keuangan dapat menghalangi mereka untuk mengelola keuangan yang bijak.

Dalam penelitian (R. R. Putri et al., 2024) dijelaskan bahwa menurut sudut pandang Makroekonomi, budaya menunjukan tren yang menurun. Namun dari penelitian ini dapat menjelaskan bahwa Marginal Propensity to Save (MPS) di Indonesia mengalami penurunan dari 0,87 di tahun 2007 menjadi 0,44 di tahun 2014. Ini mengartikan bahwa proporsi pendapatan yang disisihkan untuk ditabung semakin kecil. Dikalangan mahasiswa, tantangan membentuk kebiasaan menabung akan semakin kompleks karena keterbatasan dalam berpendapat, kurangnya kontrol terhadap pengeluaran, serta minimnya kesadaran akan pentingnya dana darurat dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian yang mendalam mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku menabung dan berinvestasi khususnya di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menjadi relevan karena dapat memberikan pemahaman lebih menyeluruh mengenai aspek internal yang membentuk perilaku finansial generasi muda, serta menjadi dasar dalam merancang strategi edukasi keuangan yang lebih efektif dan adaptif. Dengan memahami faktor psikologis yang berperan, diharapkan Generasi Z dapat membangun kebiasaan keuangan yang lebih sehat, produktif, dan berorientasi pada masa depan.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini diantara lainya adalah:

1. Bagaimana motivasi diri mempengaruhi minat Generasi Z dalam menabung dan berinvestasi?
2. Bagaimana tingkat pengetahuan investasi mempengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi?
3. Bagaimana pemanfaatan teknologi berperan dalam mendukung kegiatan menabung dan berinvestasi?
4. Bagaimana pengaruh locus of control terhadap pengambilan keputusan dalam perilaku menabung dan investasi?
5. Bagaimana peran media sosial dalam membentuk perilaku dan keputusan menabung dan berinvestasi terutama dikalangan generasi Z?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh motivasi diri terhadap keputusan menabung dan berinvestasi dikalangan Generasi Z.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari seberapa besar pengaruh pengetahuan investasi terhadap perilaku menabung dan berinvestasi.
3. Penelitian ini memiliki tujuan menganalisis pemanfaatan teknologi dalam mendukung aktivitas menabung dan berinvestasi terutama di kalangan generasi Z.
4. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh locus of control terhadap pengambilan keputusan menabung dan berinvestasi di kalangan Generasi Z.
5. Tujuan dari penelitian ini menjelaskan bagaimana media sosial mempengaruhi perilaku dan keputusan menabung dan berinvestasi Generasi Z.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk memperkaya pemahaman tentang pengaruh faktor psikologis, sosial dan harga diri terhadap perilaku keuangan Generasi Z khususnya dalam menabung dan berinvestasi. Penelitian ini berkontribusi pada literatur yang mengkaji hubungan antara media sosial, tekanan sosial dan konsep ruang organisasi dan pengambilan keputusan ekonomi. Oleh karena itu, penelitian ini dapat memberikan landasan teori untuk penelitian lebih lanjut mengenai perilaku ekonomi generasi digital.

1.4.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada Lembaga keuangan, pemerintah, dan akademisi tentang strategi yang efektif untuk meningkatkan literasi keuangan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai permasalahan dan pengelolaan keuangan pada Generasi Z dan minat mereka untuk menabung dan berinvestasi. Dengan pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor psikologis yang mempengaruhi perilaku menabung dan investasi, Perusahaan dapat mengembangkan produk investasi yang menarik sesuai dengan pola pikir generasi ini. Perusahaan dapat merancang program yang dapat membantu generasi muda membangun kepercayaan diri dalam mengambil keputusan keuangan menjadi lebih sehat dan berkelanjutan dikalangan Generasi Z.

BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Teori Penentu Nasib Sendiri (Self-Determination Theory)

Menurut (Deci & Ryan, 1985) Self-Determination Theory (SDT) menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh tiga kebutuhan dasar psikologis, yaitu *autonomy* (kemampuan untuk bertindak secara mandiri), *competence* (kemampuan untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan efektif), dan *relatedness* (perasaan memiliki hubungan yang erat dengan orang lain). Ketika ketiga kebutuhan ini terpenuhi, maka akan terbentuk motivasi intrinsik yang mendorong individu untuk menunjukkan perilaku positif dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam pengelolaan keuangan pribadi. Dalam konteks perilaku menabung dan berinvestasi, pemenuhan kebutuhan otonomi memungkinkan individu mengambil keputusan keuangan secara lebih sadar dan mandiri, sementara kompetensi yang tinggi akan meningkatkan rasa percaya diri dalam mengelola keuangan. Selain itu, hubungan sosial yang sehat *(relatedness)* juga dapat memberikan dukungan emosional dan informasi yang memperkuat kebiasaan keuangan yang baik. Dengan demikian, SDT memberikan landasan teoretis bahwa dorongan dari dalam diri yang terbentuk melalui pemenuhan kebutuhan psikologis dapat berkontribusi pada peningkatan perilaku menabung dan berinvestasi secara positif.

2.1.2 Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

(Ajzen, 1991) mengemukakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh niat, yang terbentuk dari tiga komponen utama, yaitu *sikap terhadap perilaku*, *norma subjektif*, dan *perceived behavioral control* (persepsi individu terhadap kemampuannya untuk mengendalikan perilaku tersebut). Dalam konteks pengelolaan keuangan, khususnya menabung dan berinvestasi, sikap positif terhadap kebiasaan menabung akan memperkuat niat untuk melakukannya secara rutin. Selain itu, norma sosial yang berkembang di lingkungan keluarga, teman, atau komunitas juga dapat memperkuat persepsi bahwa menabung dan berinvestasi adalah perilaku yang penting dan dihargai. Sementara itu, *perceived behavioral control*, yaitu sejauh mana individu merasa mampu mengelola keuangan dan menabung, menjadi faktor penting dalam menentukan apakah niat tersebut akan diwujudkan dalam tindakan nyata. Dalam penelitian ini, TPB memberikan kerangka

yang kuat untuk memahami bagaimana sikap, norma sosial, dan persepsi kontrol dapat memengaruhi perilaku keuangan Generasi Z, yang tengah menghadapi berbagai tantangan dan peluang di era digital.

2.1.3 Teori Pengendalian Diri (Theory of Self-Control)

(Thaler & Shefrin, 1981) mengembangkan *Theory of Self-Control* untuk menjelaskan dinamika konflik internal antara dua aspek diri individu, yaitu *planner* (perencana) dan *doer* (pelaku). *Planner* berfungsi sebagai pengendali rasional jangka panjang yang bertujuan mencapai kesejahteraan finansial, sementara *doer* lebih berfokus pada pemenuhan keinginan sesaat dan kepuasan instan. Dalam pengelolaan keuangan, ketegangan antara dorongan konsumtif jangka pendek dan tujuan keuangan jangka panjang menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh individu. Apabila aspek *planner* dalam diri lebih dominan, maka individu cenderung mampu mengendalikan impuls konsumtif dan lebih konsisten dalam merencanakan serta melaksanakan tindakan menabung dan berinvestasi. Sebaliknya, jika aspek *doer* lebih dominan, maka keputusan keuangan sering kali didasarkan pada keinginan sesaat, yang menghambat tercapainya tujuan keuangan jangka panjang. Oleh karena itu, kemampuan pengendalian diri berperan penting dalam membentuk perilaku menabung dan berinvestasi yang berkelanjutan, terutama di tengah paparan berbagai pengaruh eksternal seperti media sosial dan tren konsumsi.

2.2 PENJELASAN VARIABEL

2.2.1 Faktor Psikologis

Faktor psikologis terdiri dari dua kata, yaitu “faktor” dan “psikologis”. Faktor dapat diartikan sebagai unsur atau kondisi yang memengaruhi suatu keadaan, sedangkan psikologis berkaitan dengan kejiwaan, pikiran, dan perilaku manusia. Dengan demikian, faktor psikologis dapat dipahami sebagai aspek-aspek mental dan emosional yang mendorong seseorang dalam mengambil keputusan atau melakukan suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, faktor psikologis yang digunakan terdiri dari motivasi, pengetahuan investasi, pemanfaatan teknologi, locus of control, serta media sosial. Kelima faktor tersebut diadaptasi dari penelitian (Utami & Sirine, 2016) yang menyatakan bahwa aspek psikologis berperan penting dalam membentuk perilaku keuangan mahasiswa. Temuan ini diperkuat oleh penelitian (Firlianda, 2019) yang menjelaskan bahwa motivasi, pemahaman

investasi, teknologi, locus of control, dan media sosial berkontribusi nyata terhadap perilaku menabung dan berinvestasi.

Fenomena pada Generasi Z saat ini juga menunjukkan bahwa faktor psikologis sangat memengaruhi keputusan keuangan mereka. Misalnya, motivasi untuk mencapai kemandirian finansial, pengetahuan tentang investasi yang semakin mudah diperoleh, pemanfaatan teknologi keuangan digital, keyakinan diri atas kontrol finansial, serta paparan media sosial yang membentuk tren keuangan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan kelima faktor psikologis tersebut sebagai variabel independen karena diyakini mampu memengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi mahasiswa.
Indikator dari Faktor Psikologis diantara lain adalah:

a) ***Motivasi*** Motivasi merupakan dorongan internal yang mengarahkan individu untuk mencapai tujuan tertentu. Berdasarkan *Self-Determination Theory* (Deci & Ryan, 1985), individu yang memiliki instrinsik cenderung lebih bertanggung jawab dan komitmen dalam aktivitas finansial, termasuk menabung dan berinvestasi. Motivasi dalam konteks ini berkaitan dengan kesadaran untuk mencapai kestabilan finansial dan meraih tujuan jangka panjang.
b) ***Pengetahuan Investasi*** Pengetahuan investasi mengacu pada sejauh mana individu memahami konsep, mekanisme, dan risiko dari aktivitas investasi. (Chen & Volpe, 1998) menyatakan bahwa pemahaman terhadap produk investasi berkontribusi positif terhadap pengambilan keputusan finansial yang bijak. Literasi keuangan yang baik meningkatkan rasa percaya diri dan kemampuan dalam mengelola portofolio investasi.
c) ***Pemanfaatan Teknologi*** Pemanfaatan teknologi dalam konteks keuangan mencakup penggunaan aplikasi mobile banking, e-wallet, dan platform investasi digital. Menurut (Davis, 1989) melalui Technology Acceptance Model (TAM), persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap perilaku pengguna dalam menerapkan teknologi keuangan. Generasi Z yang melek digital cenderung memanfaatkan teknologi untuk menunjang kebiasaan menabung dan berivestasi.
d) ***Locus of Control*** Locus of control merujuk pada keyakinan individu terhadap sumber pengendalian dalam kehidupannya. Seseorang dengan internal locus of control merasa bahwa hasil dari suatu tindakan berasal dari usaha pribadi,

sedangkan individu dengan external locus of control cenderung mengaitkan hasil dengan keberuntungan atau campur tangan pihak lain (Mualim et al., 2023). Locus of control internal berkorelasi positif terhadap perilaku keuangan yang bertanggung jawab.

e) ***Media Sosial*** Media sosial berperan sebagai sumber informasi dan tekanan sosial dalam membentuk perilaku keuangan. (Firlianda, 2019) dan (Rachmawati & Nurcahyo, 2022) mengemukakan bahwa media sosial dapat berfungsi sebagai alat edukasi finansial sekaligus pemicu perilaku konsumtif. Generasi Z rentan terpengaruh oleh tren gaya hidup dan konten viral, namun juga dapat terdorong untuk belajar mengenai keuangan melalui konten edukatif.

2.2.2 Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Perilaku menabung dan berinvestasi adalah bagian dari perilaku keuangan individu. Menurut (Gitman & Zutter, 2012), menabung adalah tindakan menyisihkan sebagian pendapatan untuk masa depan, sedangkan investasi adalah pengalokasian dana dalam instrumen yang memiliki potensi menghasilkan keuntungan. (Kotler & Keller, 2016) menambahkan bahwa perilaku menabung dan berinvestasi dipengaruhi oleh motivasi, persepsi risiko, serta kemampuan dan kebiasaan dalam mengelola keuangan.

2.2.3 Generasi Z

Generasi Z adalah individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan tumbuh dalam era digital. Mereka memiliki karakteristik cepat beradaptasi terhadap teknologi, cenderung multitasking, dan terbiasa dengan media sosial. Meskipun memiliki akses luas terhadap informasi keuangan, mereka juga rentan terhadap perilaku konsumtif. Oleh karena itu, pemahaman psikologis terhadap perilaku finansial Generasi Z menjadi penting dalam upaya membentuk kebiasaan menabung dan berinvestasi yang sehat dan berkelanjutan.

2.3 PENELITIAN TERDAHULU

Dalam penelitian ini dikutip dari beberapa jurnal dan juga memuat penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya diantara lainnya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Pendorong Utama et al., 2024) yang berjudul "*Perilaku Menabung dan Investasi Generasi Z dari sudut pandang Faktor Psikologis"* menjelaskan bagaimana faktor psikologis dapat mempengaruhi perilaku keuangan Generasi Z. Dengan menggunakan sampel Generasi ini yang hidup dalam era digital, hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa meskipu Gen Z memiliki akses informasi yang luas, akan tetapi tingkat pemahaman keuangan mereka masih tergolong rendah, sehingga mempengaruhi individu dalam kesediaan terhadap menabung dan berinvestasi. Emosi, persepsi risiko dan tren dimedia sosial juga dapat menjadi penghambat perilaku keuangan yang sehat.

2. Penelitian yang dilakukan oleh (Author & Author, 2024) yang berjudul "*Modelling the Theory of Planned Behavior to Evaluate the Investment Intention of Generation Z in the Speculative Market: Stocks,Forex and Cryptotocurrencies"* meneliti bagaimana faktor psikologis dapat mempengaruhi niat investasi Generasi Z dalam pasar spekulatif seperti saham, forex dan kripto. Penelitian ini menggunakan Theory of Planned Behavior untuk mengidentifikasi sikap dan norma subjektif dan toleransi risiko Generasi Z terhadap keputusan Investasi. Penelitian ini menggunakan sampel Generasi z yang berasal dari mahasiswa penerima beasiswa di universitas negri yang dapat mewakili kalangan Generasi Z. Hasil dari penelitian ini menunjukan sikap terhadap hasil investasi berpengaruh paling signifikan terhadap niat berinvestasi. Selain itu pemahaman terhadap finansial dapat berperan sebagai mediator yang memperkat hubungan norma sosial dan niat untuk berinvestasi. Penelitian ini dapat menyimpulkan bahwa peningkatan edukasi terhadap keuangan dan pemahaman terhadap risiko sangat penting untuk mendorong perilaku investasi yang bijak dikalangan Generasi Z.

3. Penelitian yang dilakukan oleh (Hana et al., 2024) yang berjudul *"Faktor Psikologis dan Demografis dalam Pengambilan Keputusan Investasi Generasi Z"* yang mengkaji mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap perilaku menabung dan berinvestasi Generasi Z. Dengan menggunakan sampel Generasi Z yang aktif di dunia digital, hasil

dari penelitian tersebut adalah bahwa faktor seperti locus of control, kepercayaan diri, kemampuan dalam mengambil risiko,dan demografi seperti usia dan Pendidikan sangat berpengaruh pada keputussan investasi. Generasi Z dengan locus of control internal dan kepercayaan diri yang tinggi biasanya lebih aktif dalam berinvestasi, namun rentan pada overconfidence dan keputusan irasional. Penelitian ini menyarankan pentingnya edukasi keuangan untuk meningkatkan pemahaman dan kewaspadaan terhadap risiko investasi.

4. Penelitian yang dilakukan (Gufron & Wibowo, 2024) yang berjudul *"Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z: Studi tentang Anchoring, Loss Aversion, Overconfidence, Regret Aversion, dan Representativeness"* merupakan studi yang membahas bagaimana faktor psikologis dapat berperan dalam membentuk keputusan investasi di kalangan Generasi Z. Penelitian ini menjelaskan fenomena meningkatnya partisipasi anak muda dalam dunia investasi, khususnya generasi yang lahir antara tahun 1997–2012, namun belum sepenuhnya memahami risiko dan implikasi dari keputusan keuangan mereka. Dengan menerapkan pendekatan kuantitatif serta metode Partial Least Square (PLS), para peneliti mengambil 148 mahasiswa dari Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara sebagai contoh untuk mewakili Generasi Z. Hasil dari studi ini menjelaskan bahwa faktor anchoring (penahan) dan overconfidence (terlalu percaya diri) memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan investasi yang diambil oleh Generasi Z. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri dan kecenderungan untuk bertahan pada informasi awal yang mereka miliki, maka semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan investasi. Di sisi lain, faktor loss aversion (ketakutan akan kehilangan), regret aversion (penghindaran terhadap penyesalan), dan representativeness (penilaian berdasarkan kesamaan dengan pola sebelumnya) tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi yang berarti dalam memahami psikologi keuangan, khususnya dalam konteks generasi muda yang semakin terlibat dalam aktivitas keuangan, serta berfungsi sebagai referensi bagi lembaga keuangan dalam merumuskan strategi edukasi investasi yang lebih efektif.

5. Penelitian yang dilakukan oleh (Rizki & Tamamudin, 2024) yang berjudul *"Faktor Psikologis, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi pada Generasi Z terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia"* merupakan salah satu kajian yang membahas

bagaimana faktor internal dan eksternal dapat memberikan pengaruh keputusan keuangan generasi muda, khususnya dalam konteks menabung di lembaga keuangan syariah. Fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami seberapa besar pengaruh faktor psikologis seperti persepsi individu, sikap terhadap produk keuangan, dan motivasi intrinsik, serta gaya hidup modern dan pengaruh sosial dari kelompok referensi (seperti teman sebaya dan keluarga) terhadap minat menabung Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 responden yang merupakan bagian dari Generasi Z di wilayah Kabupaten Tegal. Instrument penelitian disusun dalam bentukkuesioner yang terstruktur, sementara analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh dari ketiga variabel independen tersebut. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ketiga faktor, yaitu faktor psikologis, gaya hidup, dan kelompok referensi, secara kolektif memiliki dampak yang signifikan terhadap minat Generasi Z untuk menabung di Bank Syariah Indonesia. Secara lebih mendalam, faktor psikologis terbukti memiliki kontribusi yang besar, yang mengindikasikan bahwa individu dengan persepsi positif dan motivasi internal yang tinggi cenderung lebih terdorong untuk menyisihkan sebagian penghasilannya untuk menabung. Gaya hidup yang seimbang antara konsumsi dan produktivitas juga memegang peranan penting, terlebih dalam membentuk kesadaran finansial sejak usia dini. Di sisi lain, kelompok referensi menjadi faktor eksternal yang sangat berpengaruh, mengingat Generasi Z sangat peka terhadap pandangan dan tindakan orang-orang di sekitar mereka, khususnya di era sosial media yang semakin menguatkan pengaruh kelompok teman. Penelitian ini memberikan dampak praktis bagi perbankan syariah dan lembaga keuangan lainnya untuk merancang program pemasaran dan literasi keuangan yang sesuai dengan karakteristik psikologis serta sosial dari Generasi Z, sehingga mereka dapat lebih terdorong untuk menabung secara rutin dan berkelanjutan.

6. Penelitian yang dilakukan oleh (Pratama & Setiyono, 2024) dengan judul *"Analisis Faktor Niat dan Perilaku Investasi Pasar Saham di Kalangan Gen Z Indonesia dengan Theory of Planned Behavior"* membahas tentang berbagai hal yang memengaruhi niat dan perilaku investasi Generasi Z di pasar saham.Dalam penelitian ini, menerapkan pendekatan teori perilaku terencana (Theory of Planned Behavior/TPB), yang menjelaskan bahwa seseorang cenderung melakukan suatu tindakan jika memiliki sikap positif terhadapnya, merasa didukung oleh lingkungan sosial, dan merasa mampu

untuk melakukannya. Kajian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apaka Generasi ini memiliki niat untuk berinvestasi serta apakah niat tersebut dapat diwujudkan dalm bentuk tindakan nyata. Penelitian ini menggunakan cara menyebarkan kuesioner kepada 150 responden dari Generasi Z di Indonesia hasil yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modelling (SEM). Beberapa variabel yang diteliti mencakup tingkat toleransi terhadap risiko (seberapa besar keberanian mereka dalam mengambil risiko investasi), literasi keuangan (pengetahuan tentang aspek keuangan dan investasi), faktor kepercayaan diri (kecenderungan terlalu percaya diri dalam memutuskan investasi), perilaku herd (perilaku mengikuti orang lain), dan pengaruh sosial dari lingkungan sekitar. Hasilnya menunjukan bahwa semua faktor ini memiliki pengaruh signifikan pada niat Generasi Z untuk berinvestasi dipasar saham. Misalnya, semakin baik pemahaman mereka mengenai investasi dan semakin besar keberanian mereka untuk mengambil risiko, maka makin besar pula niat mereka untuk mulai berinvestasi. Selain itu, ketika orang-orang di sekitar mereka, seperti teman atau influencer di media sosial, juga berinvestasi, hal ini memberikan motivasi kepada mereka agar dapat terus ikut serta terhadap menabung dan berinvestasi. Selain itu, penelitian ini mengungkap bahwa niat yang kuat dari Generasi Z dapat terwujud dalam tindakan Ini berarti, jika mereka sudah memiliki niat berinvestasi, mereka cenderung untuk membuka rekening saham dan mulai melakukan pembelian saham. Penelitian ini sangat penting karena menunjukan bahwa pendekatan edukasi keuangan bagi generasi muda harus lebih dari sekadar memberikan informasi; perlu juga memperhatikan aspek psikologis dan sosial mereka. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku pasar, dan lembaga keuangan dalam merumuskan strategi edukasi dan promosi investasi yang lebih tepat dan efektif bagi Generasi Z.

2.4 PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.4.1 Motivasi Diri

Motivasi merupakan faktor psikologis yang memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan Generasi Z. Berdasarkan teori *Self-Determination Theory* motivasi intrinstik akan timbul ketika seseorang melakukan kegiatan karena merasa puas dan memiliki kendali terhadap kegiatan tersebut, bukan

hanya karena dorongan dari eksternal. Menurut (Deci & Ryan, 1985) dalam konteks perilaku menabung dan berinvestasi, generasi muda terutama Generasi Z lebih mempunyai *motivasi instrinsik* karena memiliki kesadaran terhadap pentingnya kebutuhan finansial, dan kepuasan mengatur keuangan, selain itu generasi z ini memiliki keinginan mencapai tujuan hidup berjangka panjang. Dengan adanya kebutuhan psikologis ini akan memotivasi seseorang dalam mengambil keputusan terhadap menabung dan berinvestasi secara mandiri dan bertanggung jawab. *Motivas*i memiliki kemampuan terhadap pengendalian diri dalam mengatur emosi,dan keinginan untuk mencapai tujuan jangka panjang. (Mischel et al., 1989) membahas bahwa seseorang yang memiliki pengendalian yang baik akan menghasilkan berbagai aspek yang baik dalam kehidupan khususnya dalam finansial.

Penelitian oleh (Xiao & Porto, 2017) menemukan bahwa motivasi internal, seperti keinginan untuk menjadi mandiri secara finansial dan mencapai tujuan jangka panjang, merupakan perilaku keuangan yang sehat. Generasi z yang tumbuh ditengah ketidakstabilan ekonomi pesatnya perkembangan teknologi keuangan (fintech) menunjukan ketertarikan yang tinggi terhadap pengelolaan keuangan pribadi. Sehingga dapat menahan godaan dan lebih menyisihkan pendapatan untuk masa depan memiliki tingkat *self-control* diri yang sangat baik. karena, seseorang yang memiliki self-control yang baik mampu membuat keputusan menabung dan berinvestasi jangka panjang. Maka dari itu, motivasi internal yang disertai dengan kontrol diri yang baik menjadi fondasi penting dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat, termasuk dalam kebiasaan menabung dan berinvestasi. Perpaduan antara kesadaran finansial, motivasi yang berasal dari diri sendiri, dan kemampuan mengendalikan dorongan jangka pendek memungkikan generasi z untuk membuat keputusan keuangan yang bijak dan berorientasi pada masa depan.

H1: *Motivasi* memiliki pengaruh positif pada perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z.

2.4.2 Pengetahuan Investasi

Pengetahuan Investasi merupakan komponen utama yang harus dimiliki oleh seorang calon investor agar dapat memiliki pemahaman mengenai berbagai aspek investasi. Aspek tersebut dapat berupa dasar-dasar penilaian, risiko, dan tingkat pengembalian. Dasarnya, *pengetahuan investasi* dapat diperoleh melalui Pendidikan

atau informasi melalui platform digital. (van Rooij et al., 2011) menjelaskan seseorang yang memiliki pemahaman terkait investasi dan risiko biasanya aktif partisipasi dalam kegiatan investasi keuangan seperti saham,reksadana dan lainya. (Chen & Volpe, 1998) berpendapat bahwa jika memiliki tingkat investasi yang rendah maka akan memicu ketidak tarikan pada kegiatan berinvestasi. Pengetahuan yang cukup akan membuat dorongan seperti rasa percaya diri terhadap pengambilan keputusan dan memiliki kesadaran para perencanaan keuangan. Generasi Z dapat dikenal cepat beradaptasi pada teknologi untuk kemajuan dalam mempelajari dan memulai berinvestasi. Pengetahuan mengenai investasi memiliki peran untuk meningkatkan minat dan menunjukan hubungan positif antara tingkat keinginan dan pemahaman investasi. Sebagian Generasi z masih memerlukan edukasi untuk mendorong keberhasilan dalam perilaku menabung dan berinvestasi dimasa depan.

Menurut (Lusardi & Mitchell, 2014) Pengetahuan investasi secara signifikan berkorelasi dengan perilaku finansial yang sehat, seperti menabung secara rutin dan berinvestasi dalam instrument produktif. Seseorang yang memahami konsep dasar investasi cenderung akan terhindar dari keputusan impulsive dan spekulatif dalam berinvestasi.Hal ini sangat relevan dalam konteks Generasi Z karena meskipun memiliki akses luas terhadap infromasi, sering kali terjebak dalam keputusan keuangan berbasis tren. Maka, pengetahuan terhadap investasi menjadi pondasi dalam menghadapi berbagai resiko dan menentukan strategi sehingga dapat menabung dan berinvestasi berjangka panjang.

H2: *Pengetahuan Investasi* memiliki pengaruh yang positif terhadap perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z.

2.4.3 Pemanfaatan Teknologi

Pemanfaatan teknologi seperti komputer, handphone laptop dan alat komunikasi dapat memberikan berbagai informasi mengenai menabung dan berinvestasi. Dengan adanya pemanfaatan teknologi dapat menjadikan wadah untuk mendapatkan informasi dengan tujuan meningkatkan efisiensi kinerja, kualitas hasil dan memberikan kebutuhan Masyarakat. Menurut (Davis, 1989) dalam jurnal *Technology Accepted Model (TAM)* memiliki persepsi kegunaan yaitu suatu teknologi dapat berpengaruh pada penerimaan dan kegunaan teknologi. Generasi z memiliki opini aplikasi keuangan seperti menabung dan berinvestasi digital akan lebih mudah digunakan dan bermanfaat

berguna secara aktif. (Venkatesh et al., 2003) berpendapat teknologi akan meningkat seiring dengan mudahnya akses dan ekspektasi kinerja.

Kemajuan teknologi digital secara signifikan mengubah cara individu berinteraksi dengan pasar keuangan, termasuk dalam pencarian informasi, perbandingan produk investasi, dan evaluasi risiko (Goldfarb & Tucker, 2019). Generasi z yang tumbuh bersama teknologi digital, penggunaan aplikasi investasi dan fitur perencanaan keuangan djgital menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari. Teknologi mendorong keterlibatan aktif mereka dalam mengelola keuangan secara realtime dan terpersonalisasi.

H3: Pemanfaatan teknologi memiliki pengaruh positif terhadap menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z.

2.4.4 Locus of Control

Penelitian oleh (R. Putri & Hamidi, 2019) menjelaskan bahwa *Locus of control* memiliki pengaruh yang positif dan penting terhadap faktor psikologi dalam menabung dan berinvestasi. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik mampu mengendalikan diri dengan baik termasuk dalam perihal menabung dan berinvestasi. Selain itu, kontrol perilaku dapat dirasakan dengan kepercayaan diri dan kemampuan dalam pengambilan risiko. Selanjutnya menurut (Mualim et al., 2023), individu yang memiliki locus of control internal biasanya dia mempercayai hasil yang akan diperoleh dari usaha dan keputusan mereka. Keyakinan terhadap locus of control dapat mendorong mereka untuk bertanggung jawab dalam mengelola portofolio investasi mereka. Hal ini sejalan dengan (Rotter, 1966), yang menyatakan bahwa individu dengan Locus of control internal cenderung memiliki kendali atas masa depan finansialnya, mereka lebih terdorong untuk membuat keputusan yang bijak dan terencana.

Generasi z yang memiliki internal locus of control cenderung lebih percaya diri dalam mengatur keuanganya, memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung keputusan investasi, dan memiliki pandangan yang lebih positif untuk mendukung keputusan investasi dan finansial, Hal ini dapat disimpulkan bahwa locus of control internal memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan dan kebijakan investasi, terutama dikalangan muda seperti generasi Z yang familiar dengan teknologi dan informasi keuangan.

H4: *Locus of Control* memiliki pengaruh yang positif terhadap menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z.

2.4.5 Media Sosial

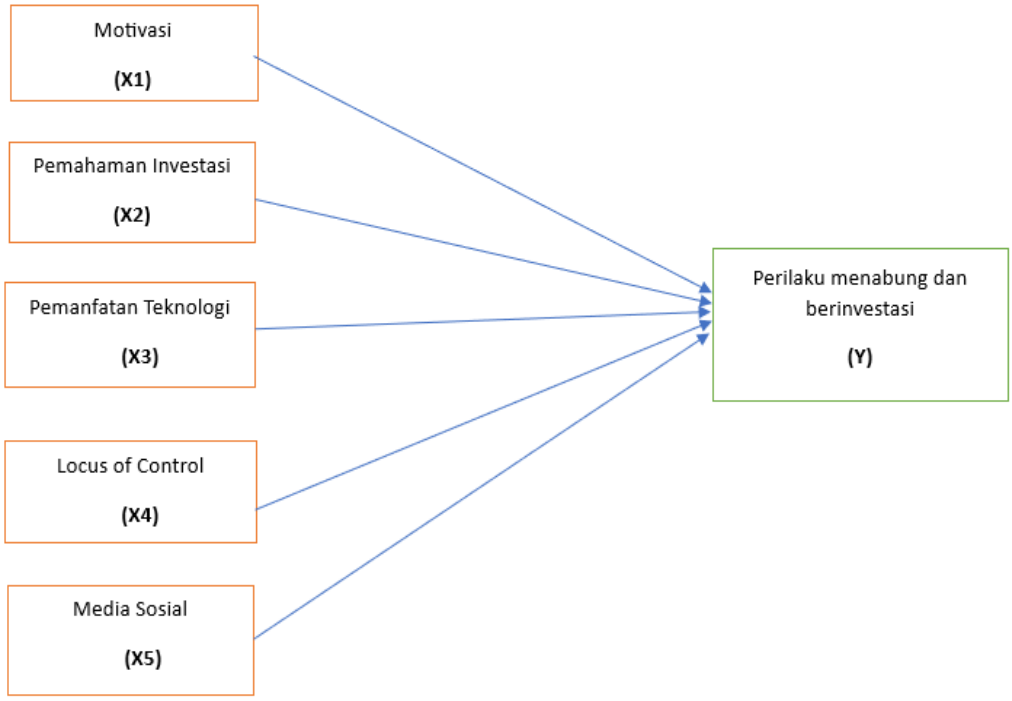
Media sosial dapat mempengaruhi keinginan mereka dalam pengambilan keputusan finansial, baik secara langsung maupun konten yang dikonsumsi secara tidak langsung melalui interaksi sosial di platform tersebut. Salah satu fenomena yang sering terjadi dikalangan Generasi Z adalah *FOMO (Fear of Missing Out)*, yaitu rasa takut tertinggal dengan tren yang sedang popular, termasuk dalam hal keuangan dan investasi yang mengakibatkan investasi dapat berisiko karena sering membandingkan diri dengan gaya hidup mewah secara daring. Namun menurut (Sari & Hidayat, 2023), media sosial juga menyediakan akses ke informasi keuangan komunitas yang edukatif dan inspiratif. Banyak komunitas keuangan dan edukasi finansial memberikan konten seputar perencanaan keuangan, pentingnya menabung sejak dini, serta strategi investasi yang bijak. Generasi Z yang mengikuti akun – akun semacam ini dapat terpengaruh secara positif, karena memperoleh wawasan, motivasi dan dukungan sosial menjadi ruang belajar yang interaktif dan mudah dijangkau, yang jika dimanfaatkan dengan baik, dapat memperkuat pemahaman dan perilaku keuangan yang sehat.

Menurut penelitian dari (Sohn et al., 2021) menegaskan bahwa interaksi di media sosial, seperti diskusi finansial atau partisipasi dalam tantangan menabung (saving challenges), dapat meningkatkan keterlibatan emosional dan komitmen terhadap tujuan keuangan. Dengan adanya konten informatif dan komunitas yang suportif, Generasi Z terdorong untuk mulai membentuk kebiasaan keuangan yang sehat sejak dini. Oleh karena itu, semakin tinggi intensitas pengguna media sosial untuk tujuan edukatif dan komunitas, maka semakin besar pula peluang seseorang untuk memiliki perilaku menabung secara aktif dan terencana.

H5: *Media sosial* memiliki pengaruh yang positif terhadap menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z.

2.5 KERANGKA PENELITIAN

Berdasarkan pada uraian yang bersumber pada penelitian sebelumnya, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini disusun untuk menjelaskan hubungan antara motivasi, pemahaman investasi, pemanfaatan teknologi, locus of control dan media sosial terhadap perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan Generasi Z adalah sebagai berikut.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. PENDEKATAN PENELITIAN

Pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena terhadap sudut pandang partisipan. (Nurrisa et al., 2025). Pendekatan ini tidak berfokus pada data numerik melainkan data naratif yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini adalah data primer, karena data tersebut tidak diperoleh langsung dari sumber utamanya tetapi dikumpulkan dari sumber-sumber lain. Data primer didapatkan melalui kuisioner, artikel dan jurnal ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Kemudian, data tersebut dianalisis untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai objek penelitian.Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk memahami *Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi* dikalangan *Generasi Z*. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel independent (penyebab) yaitu *Motivasi, Pemahaman Investasi, Penggunaan teknologi, Locus of Control dan Media sosial.* Selain itu, terdapat variable Dependen (hasil) yaitu Perilaku menabung dan berinvestasi.

Setiap penelitian merupakan kegiatan atau aktivitas untuk memecahkan masalah tertentu dan berupaya untuk mencapai tujuan atau hasil yang dituju, akan tetapi penelitian hanya dapat disebut ilmiah jika didasarkan pada metode yang sistematis dalam prosesnya. Pada penelitian ini, peneliti berpedoman menggunakan desain *causal research,* yaitu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengungkapkan atau menjelaskan hubungan sebab-akibat yang terjadi diantara variabel-variabel yang sudah ditentukan. Tujuan utama dalam penelitian ini untuk memahami hubungan antara variabel independent (penyebab) dan variabel dependen (hasil) yang didasarkan pada hipotesis serta diuji melalui analisis data.

3.2 POPULASI DAN SAMPEL

Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti diharuskan menentukan populasi dan sample. (Supardi, 2016) menjelaskan populasi dan sampel merupakan dua konsep yang menjadi dasar bagi peneliti agar dapat menarik kesimpulan yang valid agar memberikan pemahaman yang mendalam terkait fenomena yang diteliti.

3.2.1. Populasi

Populasi adalah sekelompok individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian (Amin et al., 2023). Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1999 hingga 2005 atau berusia 20 hingga 25 tahun. Populasi tersebut difokuskan pada mahasiswa jurusan Manajemen dan Ekonomi yang sedang menempuh pendidikan di berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta. Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansi karakteristik Generasi Z yang berada dalam usia produktif serta aktif dalam aktivitas keuangan seperti menabung dan berinvestasi.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dapat disebut mewakilkan secara keseluruhan, yang memiliki karekeristik sebagai tertentu (Amin et al., 2023). Sampel yang digunakan untuk mengetahui faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi dikalangan generasi z, khususnya mahasiswa yang berasal dari berbagai perguruan tinggi di Yogyakarta. Sebagian besar responden berasal dari mahasiswa Jurusan Manajemen dan ekonomika. Teknik pengambilan partisipan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* (pengambilan sample secara sengaja), yaitu dengan memilih partisipan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti usia 20-25 tahun (Generasi Z) dan memiliki pengalaman dalam menabung dan berinvestasi. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian dan dapat menggambarkan fenomena yang diteliti secara mendalam dan relevan. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari mahasiswa yang memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berusia 20 hingga 25 tahun (generasi z)
2. Memiliki kedisiplinan dalam menabung secara rutin
3. Sudah memiliki tabungan investasi dan memiliki rekening tabungan yang relevan.

Dalam menentukan jumlah sampel minimum, penelitian ini mengacu pada pedoman dari (Hair et al., 2014) yang menyatakan bahwa jumlah minimum sampel adalah 10 panah (arrows) yang masuk ke konstruk laten paling kompleks. Dalam penelitian ini konstruk "Perilaku Menabung dan Berinvestasi" (Y) menerima pengaruh dari lima konstruk independent, yaitu:

- Motivasi (X1)
- Pemahaman Investasi (X2)
- Penggunaan teknologi (X3)
- Locus of Control (X4)
- Media Sosial (X5)

Sehingga jumlah Variabel = 5.

Maka, jumlah minimun sampel dihitung sebagai berikut:

$$n \geq 10 \text{ x } 5 = 50 \text{ responden (minimum)}$$

Namun, untuk meningkatkan validitas model dan mengacu pada rekomendasi (Hair et al., 2010), jumlah sampel ideal dalam model PLS-SEM dengan konstruk laten dan indikator yang cukup banyak adalah 100-150 responden. Instrumen kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari 25 indikator sehingga mengikuti pedoman 5-10 kali jumlah indikator, jumlah ideal sampel dapat dihitung sebagai berikut:

- Jumlah ideal minimum: 5 x 25 = 125 responden
- Jumlah ideal maximum: 10 x 250 = 250 responden

Berdasarkan pertimbangan tersebut, jumlah responden yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 150 orang. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk analisis menggunakan metode PLS-SEM dan diharapkan dapat menghasilkan data yang valid. Dari total 150 responden, sebanyak 30 responden pertama digunakan untuk uji coba instrumen (pilot test), sedangkan 120 responden sisanya digunakan sebagai data utama dalam analisis penelitian.

3.3 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Definisi operasi variabel memiliki tujuan untuk menjelaskan dan memberikan gambaran mengenai indikator atau aspek yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.3.1 Motivasi

Merujuk pada pengertian oleh (Ar Rahman & Subroto, 2022), *Motivasi* merupakan dorongan internal dan eksternal yang dapat berpengaruh pada suatu tindakan dan perilaku seseorang. Penelitian ini berfokus pada perilaku menabung dan berinvestasi. Secara operasional, motivasi bisa diukur melalui indikator yang dapat mencerminkan keinginan seseorang terhadap tujuan finansial mereka. Misalnya, mendapatkan keuntungan, mencapai kebebasan finansial, meningkatkan kesejahteraan masa depan dan menghindari risiko. *Motivasi* ini di anggap dapat memberikan pengaruh positif terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Dalam penelitian ini, *Motivasi* merupakan variabel independent yang dapat mempengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan generasi Z. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pada kuesioner dengan *Skala Likert.* Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Sunatar et al., 2023), antara lain:

Tabel 3. 1 Indikator Pertanyaan Motivasi

Kode	Indikator	Adaptasi
MO1	Perubahan energi atau dorongan dari dalam diri	Saya memiliki dorongan dari dalam diri untuk mencapai kondisi keuangan yang lebih baik
MO2	Perasaan yang mengarah pada tindakan	Saya merasa terdorong untuk mulai menabung dan berinvestasi demi masa depan saya.

MO3	Reaksi untuk mencapai tujuan.	Saya sudah mulai melakukan langkah nyata, seperti menyisihkan uang untuk ditabung atau diinvestasikan.
MO4	Percaya diri dan bijak dalam menggambilan keputusan menabung dan berinvestasi	Saya merasa percaya diri dan mampu mengambil keputusan yang tepat dalam menabung dan berinvestasi.

3.3.2 Pemahaman Investasi

Sejalan dengan definisi yang dikemukakan oleh (Castro & Adi, 2024), dalam penelitian ini, pemahaman investasi di definsikan sebagai pengetahuan, wawasan dan pemahaman seseorang pada konsep mekanisme dan risiko investasi. Peneltian ini menjelaskan sejauh mana individu memahami aspek investasi menjadi dasar kebijakan dan pengambilan keputusan finansial termasuk dalam menabung dan berinvestasi di instrument seperti saham,obligasi dan reksadana. Pemahaman investasi dapat diukur melalui indikator yang disusun melalui pertanyaan dalam kuesioner dengan *Skala Likert*. Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Afandi et al., 2023) antara lain:

Tabel 3. 2 Indikator Hasil Pertanyaan Pemahaman Investasi

Kode	Indikator	Adaptasi
PI 1	Memahahami informasi terkait investasi.	Saya memahami informasi dasar mengenai investasi, seperti risiko dan keuntungan.
PI2	Memiliki kesadaran konsep dasar dalam Investasi.	Saya menyadari pentingnya memiliki pemahaman dasar sebelum memulai investasi
PI3	Pemahaman dasar jenis investasi dan cara kerja	Saya mengetahui berbagai jenis instrument investasi (saham, reksadana,dll)
PI4	Memiliki kejelasan dalam menentukan tujuan finansial	Saya memiliki tujuan keuangan yang jelas untuk dicapai melalui investasi.

3.3.3 Pemanfaatan teknologi

Pemanfaatan teknologi sebagai variabel dalam penelitian dapat dioperasionalkan sebagai sejauh mana individu menggunakan dan memanfaatkan perangkat serta aplikasi teknologi informasi untuk mendukung aktivitas tertentu (Fadilah et al., 2024). Dalam konteks ini, aktivitas keuangan seperti menabung dan berinvestasi. Definisi operasional variabel ini mengacu pada frekuensi, kemudahan, dan kepercayaan individu dalam menggunakan platform digital seperti mobile banking, e-wallet, aplikasi investasi online, atau layanan keuangan berbasis internet.

Pemanfaatan teknologi diukur melalui respons individu terhadap pernyataan dalam kuesioner yang menggambarkan sejauh mana mereka terbiasa menggunakan teknologi dalam aktivitas keuangannya. Skor total dari pernyataan-pernyataan tersebut menggambarkan tingkat tinggi atau rendahnya pemanfaatan teknologi oleh responden. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pada kuesioner dengan *Skala Likert.* Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Fadilah et al., 2024), antara lain:

Tabel 3. 3 Indikator Pertanyaan Pemanfaatan Teknologi

Kode	Indikator	Adaptasi
PT1	Seberapa sering individu menggunakan aplikasi keuangan (mobile banking, aplikasi investasi, e-wallet, dll.).	Saya secara rutin menggunakan aplikasi keuangan (seperti mobile banking, e-wallet) untuk mengatur keuangan saya
PT2	Persepsi terhadap kemudahan dalam mengakses dan menggunakan teknologi untuk kebutuhan keuangan.	Menurut saya, teknologi keuangan (seperti aplikasi mobile) mudah di akses dan digunakan untuk kebutuhan keuangan saya.
PT3	Tingkat keyakinan terhadap keamanan dan keandalan teknologi dalam menyimpan dan mengelola uang.	Saya yakin bahwa aplikasi keuangan yang saya gunakan aman dan dapat diandalkan untuk menyimpan serta mengelola uang.
PT4	Seberapa sesuai fitur teknologi dengan kebutuhan pengelolaan keuangan pribadi.	Fitur-fitur dalam aplikasi keuangan yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan saya dalam mengatur keuangan pribadi.

3.3.4 Locus Of control

Locus of control adalah konsep psikologis yang merujuk pada keyakinan individu mengenai sejauh mana mereka dapat mengendalikan peristiwa yang memengaruhi kehidupan mereka. Dalam konteks definisi operasional variabel, *locus of control* diartikan sebagai persepsi individu terhadap sumber kendali atas hasil dari tindakan mereka, apakah berasal dari dalam diri sendiri (*internal locus*) atau dari faktor

luar seperti nasib, keberuntungan, atau kekuasaan orang lain (*external locus*). Variabel ini biasanya diukur menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert, di mana responden diminta untuk menilai tingkat persetujuan terhadap sejumlah pernyataan yang merefleksikan keyakinan mereka akan pengaruh diri sendiri atau faktor luar terhadap keberhasilan atau kegagalan dalam hidup, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan seperti menabung dan berinvestasi. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pada kuesioner dengan *Skala Likert.* Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Paul et al., 2022), antara lain:

Tabel 3. 4 Indikator Pertanyaan Locus of Control

Kode	Indikator	Adaptasi
LC1	Percaya bahwa usaha pribadi menentukan hasil yang dicapai.	Saya percaya bahwa hasil yang saya capai tergantung pada usaha dan keputusan saya sendiri
LC2	Tanggung jawab atas keputusan pribadi	Saya merasa bertanggung jawab atas setiap keputusan yang saya buat, termasuk dalam hal keuangan.
LC3	Percaya bahwa tindakan pribadi memiliki dampak langsung terhadap hasil yang dicapai	Saya yakin bahwa keputusan dan tindakan saya sendiri sangat berpengaruh terhadap hasil yang saya peroleh
LC4	Respon terhadap kegagalan atau keberhasilan	Saya menganggap keberhasilan atau kegagalan adalah akibat dari keputusan dan tindakan saya sendiri.

3.3.5 Media Sosial

Media sosial sebagai variabel dalam penelitian dioperasionalkan sebagai sarana digital berbasis internet yang digunakan individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, serta membentuk persepsi atau pengambilan keputusan, termasuk dalam konteks perilaku keuangan seperti menabung dan berinvestasi. Definisi operasional media sosial merujuk pada seberapa aktif dan seberapa besar pengaruh media sosial dalam memberikan informasi, memengaruhi opini, serta membentuk preferensi individu

terhadap suatu tindakan. Pengukuran variabel ini dilakukan dengan instrumen kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator keterlibatan dan pengaruh media sosial dalam kehidupan responden, terutama dalam hal pencarian informasi atau inspirasi tentang keuangan dan investasi. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pada kuesioner dengan *Skala Likert.* Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Rahman et al., 2024), antara lain:

Tabel 3. 5 Indikator Pertanyaan Media Sosial

Kode	Indikator	Adaptasi
PMS1	Seberapa sering seseorang mengakses media sosial (harian, mingguan, dsb).	Saya mengakses media sosial setiap hari (misalnya Instagram, TikTok, YouTube, dll.).
PMS2	Alasan utama menggunakan media sosial, seperti untuk hiburan, informasi, edukasi keuangan, dll.	Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan, informasi, dan edukasi keuangan.
PMS3	Misalnya Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, dan lainnya sebagai sumber informasi keuangan.	Saya menggunakan platform seperti TikTok, Instagram, atau YouTube untuk mencari informasi tentang keuangan atau investasi.
PMS4	Tingkat kepercayaan individu terhadap informasi investasi atau keuangan yang diperoleh dari media sosial.	Saya percaya bahwa informasi keuangan atau investasi yang saya peroleh dari media sosial dapat dijadikan pertimbangan.
PMS5	Pengaruh terhadap keputusan keuangan: Sejauh mana konten di media sosial memengaruhi tindakan nyata seperti menabung, berinvestasi, atau membeli produk keuangan tertentu.	Konten di media sosial mempengaruhi saya untuk mulai menabung, berinvestasi, atau membeli produk keuangan tertentu.

3.3.6 Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Perilaku menabung dan berinvestasi dalam penelitian ini diartikan sebagai tindakan sadar dan terencana individu dalam menyisihkan sebagian dari pendapatannya untuk tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang. Perilaku menabung mencerminkan kebiasaan menyimpan uang secara rutin sebagai bentuk antisipasi terhadap kebutuhan mendesak di masa depan, sedangkan perilaku berinvestasi mencakup kecenderungan individu dalam mengambil keputusan untuk menempatkan dana pada instrumen-instrumen keuangan tertentu dengan harapan memperoleh keuntungan di masa depan (Mankiw, 2007). Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan indikator biasanya dinyatakan dalam bentuk pertanyaan pada kuesioner dengan *Skala Likert.* Indikator yang diadaptasi dari skala pengukur oleh (Tandiono, 2016), antara lain:

Tabel 3. 6 Indikator Pertanyaan Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Kode	Indikator	Adaptasi
PMB1	Seberapa sering individu secara rutin menyisihkan sebagian uang untuk disimpan atau diinvestasikan.	Saya rutin menyisihkan sebagian uang saku atau pendapatan untuk ditabung atau diinvestasikan.
PMB2	Menabung/investasi dilakukan dengan tujuan spesifik seperti dana darurat, pendidikan, masa depan, atau pembelian aset.	Saya menabung atau berinvestasi untuk tujuan keuangan tertentu seperti pendidikan, masa depan, atau dana darurat.
PMB3	Adanya kesadaran dan usaha individu untuk membuat rencana pengelolaan keuangan agar bisa menabung dan/atau berinvestasi.	Saya merencanakan keuangan pribadi agar bisa menabung atau berinvestasi secara teratur.
PMB4	Media atau tempat penyimpanan dana, seperti celengan, rekening tabungan, dompet digital, emas, saham, atau reksa dana.	Saya menggunakan media tertentu untuk menyimpan atau mengelola dana, seperti rekening tabungan, dompet digital, atau instrumen investasi lainnya.

3.4 JENIS DAN METODE PENGUMPULAN DATA

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer untuk mengidentifikasi pengaruh antar variabel yang sudah ditentukan. Data primer yang digunakan didapatkan melalui metode survei angket yang memberikan umpan balik responden. Penelitian ini memilih sumber data primer yang dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber utama agar menjaga data yang belum digunakan oleh pihak lain. Tujuan lain dari data primer ini adalah penelitian ini dibuat khusus untuk penelitian yang sedang dilakukan, yaitu untuk mengetahui pengaruh dari *Faktor psikologis* terhadap *Perilaku menabung dan berinvestasi* pada *Generasi Z.* Berdasarkan rangkaian waktunya, penelitian ini termasuk dalam jenis *cross section,* hal ini dikarenakan data dalam penelitian dikumpulkan pada satu titik tertentu untuk menganalisis pengaruh *faktor psikologis* terhadap *perilaku menabung dan berinvestasi*.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Skala *likert* menggunakan pengukuran ordinal yang mengurutkan atau membuat peringkat (ranking) data berdasarkan tingkat, kategori, atau peringkat tertentu (Mawardi, 2019) Pertanyaan yang ada dalam kuesioner akan diberikan 4 (empat) pilihan jawaban yang akan diukur dengan rentang pembobotan jawaban sebagai berikut:

Skor 1: Sangat tidak setuju (STS)

Skor 2: Tidak setuju (TS)

Skor 3: Setuju (S)

Skor 4: Sangat Setuju (SS)

Dalam pengukuran jawaban yang sesuai dengan skala *likert* ini, peneliti tidak menggunakan jawaban netral agar tidak menimbulkan bias yang berasal dari responden yang kurang memahami informasi dalam pertanyaan yang diberikan dalam angket. Metode survey atau angket kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini akan dibagikan melalui beberapa media sosial seperti *Whatsapp, Instagram,* dan *Facebook.* Adapun susunan kuesioner yang terdiri dari 4 bagian sebagai berikut:

1) Bagian pertama: Berisi perkenalan diri serta penjelasan mengenai maksud dan tujuan diadakannya penelitian.
2) Bagian kedua: Berisi pertanyaan mengenai kriteria dan identitas responden seperti usia dan jenis kelamin, identitas responden nantinya akan dirahasiakan.
3) Bagian ketiga: Berisi pertanyaan mengenai indikator masing-masing variabel *Motivasi, Pemahaman Investasi, Penggunaan teknologi, Locus of Control, dan Media sosial.*
4) Bagian keempat: Berisi ucapan terimakasih kepada responden.

3.5 TEKNIK ANALISIS DATA

Setelah seluruh data dikumpulkan melalui kuesioner, selanjutnya adalah menganalisis data untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan menggunakan dua perangkat lunak, yaitu *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) dan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan *SmartPLS.* SPSS digunakan untuk melakukan analisis deskriptif terhadap karakteristik responden, dan juga digunakan dalam Uji validitas dan Uji reliabilitas awal (uji coba instrument) terhadap sejumlah kecil responden guna memastikan kelayakan kuesioner sebelum digunakan secara luas. Selanjutnya analisis utama dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan SmartPLS. Pengujian dalam PLS-SEM mencakup Uji Outer Model, serta Uji Inner Model.

3.6.1 Uji Instrumen Data (Pilot Test)

Instrumen penelitian berupa kuesioner perlu diuji terlebih dahulu untuk memastikan kelayakan penggunaannya dalam mengukur variabel penelitian. Uji instrumen dilakukan melalui dua tahap, yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

1. **Uji Validitas** Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Corrected Item-Total Correlation* dengan bantuan program SPSS. Kriteria yang digunakan adalah suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai *r hitung* lebih besar daripada *r tabel* pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0{,}05$).

2. **Uji Reliabilitas** Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen apabila digunakan pada waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70

3.6.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah pendekatan dalam penelitian yang digunakan untuk menjelaskan atau memberikan gambaran umum mengenai data yang telah diperoleh. Proses ini mencakup tahapan mulai dari pengumpulan, pengelompokan, pengolahan, hingga penafsiran data. Hasil dari analisis deskriptif biasanya ditampilkan dalam bentuk tabel maupun grafik agar informasi yang disajikan menjadi lebih mudah dimengerti dan diinterpretasikan.

- **Analisis Deskriptif responden** Analisis deskriptif responden merupakan tahap awal dalam penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik para responden yang terlibat. Informasi yang dianalisis biasanya mencakup data demografis seperti jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan. Tujuannya adalah untuk memahami profil responden secara menyeluruh agar peneliti dapat melihat latar belakang mereka dan menyesuaikan interpretasi hasil penelitian berdasarkan konteks yang relevan. Data ini disajikan dalam bentuk tabel atau grafik agar lebih mudah dibaca dan dibandingkan, serta menjadi dasar dalam menafsirkan temuan penelitian selanjutnya.
- **Analisis Deskriptif Variabel** Analisis deskriptif variabel bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai masing-masing variabel penelitian berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari responden. Dalam analisis ini, peneliti mengolah dan menyajikan data berupa nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum, dan maksimum untuk setiap indikator dalam variabel tersebut. Hasil ini membantu melihat sejauh mana persepsi atau tanggapan responden terhadap suatu variabel, apakah cenderung positif, negatif, atau netral. Misalnya, jika nilai rata-rata mendekati angka tertinggi dari skala pengukuran, maka dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang kuat terhadap pernyataan atau sikap yang diukur. Dengan

demikian, analisis ini memberikan pemahaman awal mengenai karakteristik data sebelum dilakukan pengujian statistik lanjutan.

3.6.3 Model Pengukuran atau *Outer Model*

Uji outer model dalam analisis PLS-SEM digunakan untuk mengukur sejauh mana indikator-indikator (pertanyaan atau item) yang digunakan dalam penelitian benar-benar mampu merepresentasikan variabel laten yang diteliti. Melalui uji ini, peneliti mengevaluasi validitas dan reliabilitas setiap indikator, sehingga dapat dipastikan bahwa data yang dikumpulkan memang tepat dan konsisten dalam menggambarkan konsep yang diukur. Dengan demikian, uji outer model menjadi langkah penting sebelum melanjutkan ke analisis hubungan antar variabel (inner model). (Hair et al., 2017). *Outer Model* meliput:

A. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen

Validitas konvergen adalah bentuk validitas yang memastikan bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk saling berkorelasi positif, menandakan bahwa mereka benar-benar mengukur hal yang sama. Dalam model reflektif, validitas ini dievaluasi melalui *Outer Loading dan AVE (Average Variance Extracted)*. *Outer loading* menunjukan kekuatan indikator dalam merepresentasikan konstruk, sementara *AVE* menunjukan seberapa besar varians indikator yang dijelaskna oleh konstruk. Suatu konstruk dianggap memiliki validitas konvergen yang baik apabila setiap indikator memiliki *outer loading* >0.7 dan *AVE* 0,5 (Hair et al., 2017)

2. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan bertujuan untuk menilai sejauh mana suatu konstruk dapat dibedakan dari konstruk lain dalam model. Artinya, setiap konstruk harus mewakili aspek yang berbeda. Pengujiannya dilakukan melalui dua metode utama yaitu, *Cross-loadings dan kriteria Fornell-Lacker*. *Cross-loadings* memastikan bahwa indikator memiliki korelasi tinggi pada konstruk asalnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Sementara itu, *kriteria Fornell-Lacker* menyatakan validitas diskriminan terpenuhi jika akar kuadrat AVE satu konstruk lebih besar dari korelasinya dengan konstruk lain.

B. Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability merupakan dua indikator utama yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal dalam mengukur reliabilitas, terutama dalam pendekatan model struktural seperti PLS-SEM. Cronbach's Alpha bekerja dengan asumsi bahwa seluruh indikator memiliki tingkat reliabilitas yang sama. Dalam menafsirkan nilai Cronbach's Alpha, terdapat kriteria tertentu yang digunakan untuk menentukan tingkat konsistensinya:

Tabel 3. 7 Kriteria Cronbach's Alpha

Nilai	Keterangan
> 0,70	Menunjukkan konsistensi internal yang baik, sehingga cocok untuk kebanyakan aplikasi penelitian
0,60 – <0,70	Dapat diterima dalam penelitian eksploratif, meskipun mungkin perlu perbaikan lebih lanjut pada tahap penelitian berikutnya.
< 0,60	Menandakan bahwa instrumen pengukuran kurang reliabel dan harus diperbaiki.

Sumber: (Hair et al., 2017)

Composite Reliability digunakan untuk menilai tingkat kontribusi masing-masing indikator terhadap konstruk laten secara keseluruhan, dengan mempertimbangkan bahwa tiap indikator dapat memiliki bobot yang berbeda. Ukuran ini memberikan gambaran seberapa konsisten indikator-indikator tersebut dalam merepresentasikan konstruk yang dimaksud. Penilaian Composite Reliability didasarkan pada kriteria interpretasi tertentu:

Tabel 3. 8 Kriteria Composite Reliability

Nilai	Keterangan
> 0,90	Nilai ini tidak diinginkan karena menunjukkan bahwa semua variabel indikator mengukur fenomena yang sama.
0,70 – 0,90	Memuaskan, menunjukkan reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.
0,60 – <0,70	Nilai ini dapat diterima dalam konteks penelitian eksploratif**.** Pada tahap awal penelitian, di mana tujuan utamanya adalah untuk menjelajahi fenomena atau membangun teori, nilai reliabilitas komposit di rentang ini biasanya dianggap cukup baik.
< 0,60	Menunjukkan kurangnya reliabilitas konsistensi internal.

Sumber: (Hair et al., 2017)

3.6.4 Model Struktural atau Inner *Model*

Model struktural atau *inner model* berfungsi untuk menguji keterkaitan antar konstruk laten dalam suatu model penelitian (Hair et al., 2017). Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa kuat hubungan antara variabel-variabel yang ada serta menilai sejauh mana konstruk eksogen dapat memengaruhi atau menjelaskan konstruk endogen dalam model. Penilaian terhadap inner model dilakukan dengan menggunakan beberapa indikator berikut:

1. *Hasil Uji Kofiensi Determinasi (R^2):*

Koefiensi Determinan (R^2) memberikan gambaran seberapa besar varibel independent dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 yang tinggi dapat menunjukan bahwa model memiliki daya jelas yang kuat pada variabel endogen. Nilai R-Square diklasifikasikan menjadi 3 kategori kuar (>0.70), sedang (0,50) dan lemah (>0,25). Model dikatakan sangat baik apabila nilai R-Square mencapai 0,50, sedangkan nilai 0,50 dan 0,25 menunjukan model yang sedang dan lemah.

2. Hasil Uji Predictive Relevance (Q-Square)

Nilai Q^2 merupakan indikator yang digunakan untuk menilai kemampuan model dalam memprediksi konstruk endogen. Apabila nilai Q^2 lebih dari 0, maka model dianggap memiliki daya prediksi yang memadai. Namun, jika Q^2 kurang dari atau sama dengan 0, hal ini menunjukkan bahwa model tidak memiliki relevansi prediktif yang kuat.

3. Hasil Uji Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Pengujuan koefisiensi jalur berfungsi untuk melihat sejauh mana hubungan antara variabel independent dan dependen dalam model structural dapat dijelaskan secra statistik. Hubungan yang kuat terlihat dari nilai koefisiensi yang tinggi, sedngkan nilai yag rendah menunjukan pengaruh yang lemah antar variabel. Untuk menentukan variabel dalam model, menggunakan Teknik bootstrapping untuk menetapkan tingkat signifikansi koefisiensi jalur.

4. Pengujian Hipotesis

Dalam pengujian hipotesis, memiliki tujuan untuk melihat apakah hubungan yang signifikan antar variabel dalam model yang dikembangkan. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Partial Least Squares- Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* melalui metode *Bootsrapping* (Hair et al., 2017). Proses ini mencakup beberapa tahapan yaitu:

1. Merumuskan hipotesis berdasarkan kerangka teori yang telah disusun,
2. Melakukan bootstrapping guna memperoleh nilai t-statistik dan p-value,
3. Membandingkan nilai t yang diperoleh dengan batas kritis, yakni 1,96 untuk tingkat signifikansi 5% ($p < 0,05$)
4. Menyimpulkan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil signifikansi tersebut.

Melalui tahapan ini, dapat diketahui apakah hubungan antar variabel dalam model memang terbukti secara statistik atau hanya terjadi secara kebetulan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Faktor Psikologis, yang meliputi *Motivasi, Pemahaman investasi, Locus of Control, Pemanfaatan Teknologi, dan pengaruh Media Sosial* terhadap perilaku menabung dan berinvestasi di kalangan Generasi Z. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan memiliki pengalaman dalam menabung serta berinvestasi. Dalam proses analisis data, digunakan dua perangkat lunak yang berbeda sesuai kebutuhan. Untuk menganalisis karakteristik responden seperti usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, Perguruan Tinggi dan penghasilan, digunakan bantuan software SPSS melalui analisis deskriptif. Sementara itu, untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian, digunakan metode Partial Least Square–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS. Pendekatan ini digunakan agar hasil penelitian lebih mendalam dan dapat menggambarkan keterkaitan antar konstruk secara menyeluruh.

4.1 Uji Instrumen Data (Pilot Test)

Sebelum kuesioner penelitian disebar melalu platform sosial, peneliti akan menggunakan pilot test untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sudah layak untuk didistribusikan. Uji validitas merupakan tes yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur atau pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner terbilang valid atau tidak valid (Hendryadi, 2021). Dalam prosesnya, peneliti membutuhkan 30 responden awal yang kemudian datanya digunakan untuk pengujian pilot test melalui *Statistical Product and Service Solution (SPSS).* Dalam uji validitas ini, peneliti akan menggunakan teknik *pearson product-moment correlation* (r), yaitu dengan cara perbandingan nilai r hitung dengan r Tabel untuk *deegre of freedom* (df) = n-2, dengan jumlah 30 responden, maka (df) =30 – 2 = 28. Jika dilihat dari r Tabel, maka nilai r tabel nya yaitu 0.361 dengan nilai signifikasi 0,05.

Jika uji validitas > 0.361 maka item tersebut layak dan dapat digunakan dalam penelitian. Setelah melakukan uji validitas, peneliti selanjutnya melakukan uji reliabilitas yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukur konsisten. Kuesioner dianggap reliabel apabila pertanyaan-pertanyaan konsisten dan suatu variabel dinilai menggunakan Teknik Cronbach Alpha lebih besar interpretasi >0.70.

A. Uji Validitas

Adapun hasil uji validitas dijelaskan sebagai berikut:

4.1.1 Hasil Uji Validitas *Motivasi*

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Motivasi

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Motivasi	MO1	0.786	0.361	Valid
	MO2	0.795	0.361	Valid
	MO3	0.927	0.361	Valid
	MO4	0.729	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Motivasi menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel motivasi memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel motivasi dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.2 Hasil Uji Validitas *Pemahaman Investasi*

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Pemahaman Investasi

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pemahaman Investasi	PI1	0.798	0.361	Valid
	PI2	0.904	0.361	Valid
	PI3	0.761	0.361	Valid
	PI4	0.761	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Pemahaman Investasi menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel pemahaman investasi memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Pemahaman Investasi dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.3 Hasil Uji Validitas *Pemanfaatan Teknologi*

Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Pemanfaatan Teknologi

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pemanfaatan Teknologi	PT1	0.832	0.361	Valid
	PT2	0.894	0.361	Valid
	PT3	0.896	0.361	Valid
	PT4	0.752	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Pemanfaatan Teknologi menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel Pemanfaatan Teknologi memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Pemanfaatan Teknologi dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.4 Hasil Uji Validitas *Locus of Control*

Tabel 4. 4 Uji Validitas Locus of Control

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Locus of Control	LC1	0.751	0.361	Valid
	LC2	0.915	0.361	Valid
	LC3	0.971	0.361	Valid
	LC4	0.915	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Locus of Control menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel Locus of Control memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Locus of Control dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.5 Hasil Uji Validitas *Media Sosial*

Tabel 4. 5 Uji Validitas Media Sosial

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Media Sosial	PMS1	0.753	0.361	Valid
	PMS2	0.844	0.361	Valid
	PMS3	0.953	0.361	Valid
	PMS4	0.953	0.361	Valid
	PMS5	0.953	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Media Sosial menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel Media Sosial memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Media Sosial dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

4.1.6 Hasil Uji Validitas *Perilaku Menabung dan Berinvestasi*

Tabel 4. 6 Uji Validitas Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Perilaku Menabung Berinvestasi	PMB1	0.570	0.361	Valid
	PMB2	0.858	0.361	Valid
	PMB3	0.917	0.361	Valid
	PMB4	0.713	0.361	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation*, seluruh item pertanyaan pada variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi menunjukkan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel, yaitu r tabel sebesar 0,361 (dengan n = 30 dan α = 0,05). Nilai r hitung yang melebihi nilai r tabel menunjukan bahwa setiap item pertanyaan dalam variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi memiliki korelasi yang kuat dan signifikan. Dengan demikian, dapat

disimpulkan bahwa seluruh item pada variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian ini.

B. Uji Reliabilitas

Adapun hasil uji realiabilitas dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Motivasi	0,903	Reliabel
Pemahaman Investasi	0,914	Reliabel
Pemanfaatan Teknologi	0,932	Reliabel
Locus of Control	0,953	Reliabel
Media Sosial	0,958	Reliabel
Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,888	Reliabel

Berdasarkan hasil dari Uji realibilitas dapat diketahui bahwa semua variabel dalam pernyataan dinyatakan reliabel karena telah memenuhi nilai yang disyaratkan yaitu dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,7

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

4.2.1 Analisis Deskriptif Responden

Pada bagian ini, peneliti akan mengkaji jawaban responden terhadap kuesioner, terutama yang terkait dengan profil responden. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menghasilkan informasi deskriptif mengenai karakteristik responden penelitian. Jumlah keseluruhan responden penelitian adalah 150 orang, namun sebanyak 30 responden pertama digunakan khusus untuk uji coba instrumen (pilot test). Oleh karena itu, analisis deskriptif pada bab ini hanya menggunakan 120 responden utama yang sesuai dengan kriteria penelitian. Responden penelitian merupakan mahasiswa jurusan Manajemen dan Ekonomi di wilayah Yogyakarta yang berusia antara 20–25 tahun, memiliki kedisiplinan dalam menabung secara rutin, sudah memiliki tabungan investasi, serta memiliki rekening tabungan yang relevan. Analisis data deskriptif responden dilakukan dengan bantuan *Statistical Product and Service Solution (SPSS).* Berikut adalah penjelasan rinci mengenai masing-masing karakteristik responden tersebut:

Tabel 4. 8 Kriteria Responden

No	Kriteria Responden	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1	Apakah anda memiliki kedisiplinan menabung secara rutin?	120	100%
2	Apakah anda mempunyai tabungan investasi dan memiliki rekening tabungan yang relevan?	120	100%

Berdasarkan tabel 4.8 seluruh responen dalam penelitian ini memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Sebanyak 120 responden menyatakan bahwa mereka memiliki kedisiplinan menabung secara rutin, mempunyai tabungan investasi dan memiliki rekening tabungan yang relevan. Dengan demikian, seluruh data yang dikumpulkan layak dianalisis lebih lanjut sesuai dengan tujuan penelitian.

Tabel 4. 9 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Presentase (%)
Laki-laki	47	39.2%
Perempuan	73	60.8%
Total	**120**	**100%**

Data Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.9, mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yaitu sebanyak 73 orang atau sebesar 60.8% dari total keseluruhan responden. Sementara itu, responden laki-laki berjumlah 47 orang atau sebesar 39.2%. Perbedaan proporsi ini menunjukkan bahwa keterlibatan perempuan dalam menjawab kuesioner lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Meskipun demikian, distribusi jenis kelamin ini tetap dianggap representatif karena kedua kelompok memiliki jumlah yang cukup seimbang untuk dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4. 10 Usia Responden

Usia	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
20-22	38	46	84	70.0%
23-24	7	24	31	25.8%
>25	2	3	5	4.2%
Total	**47**	**73**	**120**	**100%**

Data Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.10, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 20–22 tahun, yaitu sebanyak 84 orang atau sebesar 70,0% dari total 120 responden. Selanjutnya, sebanyak 31 responden (25,8%) berada pada rentang usia 23 – 24 tahun. Sementara itu, hanya 5 responden (4,2%) yang berusia lebih dari 25 tahun. Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa muda yang tergolong dalam usia awal dewasa, sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Tabel 4. 11 Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
SMA	44	67	111	92,5%
S1	3	5	8	6.7%
D3	0	1	1	8%
TOTAL	**47**	**73**	**120**	**100%**

Data Sumber: Data Primer

Berdasarkan Tabel 4.11, mayoritas responden dalam penelitian ini memiliki pendidikan terakhir tingkat SMA, yaitu sebanyak 111 orang atau sebesar 92,5% dari total 120 responden. Sementara itu, sebanyak 8 responden (6,7%) merupakan lulusan S1, dan hanya 1 responden (8%) yang berasal dari lulusan D3. Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berada pada jenjang pendidikan awal perguruan tinggi atau baru lulus SMA, sehingga sesuai dengan fokus penelitian terhadap Generasi Z yang sedang berada dalam tahap awal transisi keuangan dan karier.

Tabel 4. 12 Perguruan Tinggi Responden

Universitas	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
UGM	6	7	13	10.8%
UNY	9	12	21	17,5%
UII	20	31	51	42,5%
AMIKOM	3	5	8	6.7%
UPN	2	4	6	5.0%
UIN	3	7	10	8.3%
API	0	3	3	2.5%
UAD	4	1	5	4.2%
U SANATA DHARMA	0	3	3	2.5%
TOTAL	**47**	**73**	**120**	**100%**

Data Sumber: *Statistical Product and Service Solution* (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.12, responden dalam penelitian ini berasal dari berbagai Perguruan Tinggi di wilayah Yogyakarta, dengan mayoritas berasal dari Universitas Islam Indonesia (UII) sebanyak 51 orang atau sebesar 42,5% dari total responden. Disusul oleh Universitas Negeri Yogyakarta (UNY) dengan 21 responden (17,5%) dan Universitas Gadjah Mada (UGM) sebanyak 13 responden (10,8%). Beberapa universitas lain yang juga berkontribusi adalah Universitas Amikom 8 responden (6,7%), UIN sebanyak 10 responden (8,3%), Universitas Ahmad Dahlan (UAD) sebanyak 5 responden (4,2%), serta UPN "Veteran" Yogyakarta sebanyak 6 responden (5,0%). Sementara itu, Akademik Pariwisata Indonesia (API) dan Universitas Sanata Dharma masing-masing menyumbang 3 responden (2,5%).

Tabel 4. 13 Penghasilan Responden

Penghasilan	Laki-laki	Perempuan	Jumlah (orang)	Presentase (%)
1.000.000-<2.000.000	5	7	12	10,0%
2.000.000-<3.000.000	23	30	53	44,2%
3.000.000-<4.000.000	17	28	45	37,5%
≥4.000.000	2	8	10	8,3%
TOTAL	**47**	**73**	**120**	**100%**

Data Sumber: *Statistical Product and Service Solution* (SPSS)

Berdasarkan Tabel 4.13, mayoritas responden memiliki penghasilan bulanan dalam rentang Rp2.000.000 – <Rp3.000.000, yaitu sebanyak 53 orang atau sebesar 44,2% dari total 120 responden. Selanjutnya, sebanyak 45 responden (37,5%) berada pada kategori penghasilan Rp3.000.000 – <Rp4.000.000. Sebanyak 12 responden (10,0%) memiliki penghasilan di bawah Rp1.000.000 - <2.000.000, sementara responden dengan penghasilan Rp4.000.000 atau lebih berjumlah 10 orang (8,3%). Distribusi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada kategori penghasilan menengah, yang kemungkinan berasal dari pekerjaan paruh waktu, uang saku bulanan dari orang tua, atau penghasilan dari aktivitas sampingan lainnya. Rentang penghasilan ini mencakup total uang saku yang diterima responden setiap bulan, baik dari orangtua, maupun penghasilan lainnya. Jumlah ini sudah termasuk dana yang dialokasikan untuk konsumsi sehari-hari serta sebagian yang disisihan untuk keperluan menabung dan berinvestasi. Meskipun penghasilan antara Rp1.000.000 – Rp3.000.000 tergolong terbatas, responden dalam penelitian ini tetap mampu menabung karena sejak awal sampel dipilih berdasarkan kriteria memiliki kedisiplinan menabung secara rutin dan sudah mempunyai tabungan investasi, sehingga menunjukkan bahwa perilaku menabung tidak hanya ditentukan oleh besar kecilnya penghasilan, tetapi juga oleh faktor psikologis dan kedisiplinan individu.

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel

Deskriptif variable merupakan bagian dari Analisis deskriptif yaitu metode analisis statistic yang dapat digunakan untuk memberikan gambaran atau merangkum karakteristik dari setiap variabel. Analisis ini mencakup nilai-nilai seperti rata-rata (mean), minimum, dan maksimum, yang bertujuan memberikan gambaran mengenai data sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Hasil analisis ini mencakup variabel Motivasi, Pemahaman Investasi, Pemanfaatan teknologi, Locus of Control, Media social, Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Dalam mengklarifikasikan penilaian responden, digunakan alat untuk mengukur sebagai acuan dalam kategorisasi data. Kalsifikasi responden didasarkan pada ukuran berikut:

Skor paling rendah: 1

Skor paling tinggi: 4

Interval = $\frac{(Skor\ tertinggi - skor\ terendah)}{Jumlah\ Kategori} = \frac{4-1}{4} = 0{,}75$

Tabel 4. 14 Rentang Penilaian Deskriptif Variabel

Rentang Penilaian	Kategori
1.00 – 1.74	Sangat Tidak Setuju
1.75 – 2.49	Tidak Setuju
2.50 – 3.24	Setuju
3.25 – 4.00	Sangat Setuju

1. Motivasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Motivasi melalui 4 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Motivasi:

Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Motivasi

Kode	Indikator	Rerata	Minimum	Maximum
MO1	Perubahan energi atau dorongan dari dalam diri	3.47	1.000	4.000

MO2	Perasaan yang mengarah pada tindakan	3.48	1.000	4.000
MO3	Reaksi untuk mencapai tujuan.	3.44	1.000	4.000
MO4	Percaya diri dan bijak dalam mengambilan keputusan menabung dan berinvestasi	3.43	1.000	4.000
Rerata	**Motivasi**	**3.455**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel Motivasi memiliki nilai rerata lebih dari 3,25. Variabel Motivasi secara keseluruhan memiliki rerata sebesar 3,455, yang menunjukkan bahwa secara umum responden berada pada kategori "sangat setuju" terhadap pernyataan - pernyataan terkait motivasi dalam pengelolaan keuangan. Indikator MO1, yaitu perubahan energi atau dorongan dari dalam diri, memiliki rerata sebesar 3,47. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki dorongan internal yang cukup kuat untuk mengelola keuangan secara mandiri. Indikator MO2, yaitu perasaan yang mengarah pada tindakan, memperoleh nilai rerata sebesar 3,48. Nilai ini mengindikasikan bahwa aspek emosional, seperti keinginan untuk sukses dan rasa tanggung jawab, cukup mendorong responden untuk mengambil tindakan nyata terkait pengelolaan keuangan. Selanjutnya, indikator MO3 yang berkaitan dengan reaksi untuk mencapai tujuan memiliki rerata sebesar 3,44, yang menggambarkan bahwa responden memiliki kesadaran dan tindakan aktif dalam mencapai tujuan finansial mereka. Terakhir, indikator MO4 mengenai rasa percaya diri dan kebijaksanaan dalam mengambil keputusan menabung dan berinvestasi memperoleh rerata sebesar 3,43. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa cukup yakin dan bijak dalam membuat keputusan keuangan, termasuk dalam mempertimbangkan risiko dan manfaat. Dengan demikian, rerata keseluruhan variabel motivasi sebesar 3,455 mencerminkan bahwa responden memiliki tingkat motivasi yang cukup baik dalam hal menabung dan berinvestasi.

2. Pemahaman Investasi

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Pemahaman Investasi melalui 4 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Pemahaman Investasi.

Tabel 4. 16 Analisis Deskriptif Pemahaman Investasi

Kode	Indikator	Rerata	Minimum	Maximum
PI1	Memahahami informasi terkait investasi.	3.26	1.000	4.000
PI2	Memiliki kesadaran konsep dasar dalam Investasi.	3.30	1.000	4.000
PI3	Pemahaman dasar jenis investasi dan cara kerja	3.31	2.000	4.000
PI4	Memiliki kejelasan dalam menentukan tujuan finansial	3.25	1.000	4.000
Rerata	**Pemahaman Investasi**	**3.28**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel Pemahaman Investasi memiliki nilai rerata lebih dari 3,25. Rerata keseluruhan variabel Pemahaman Investasi adalah sebesar 3,28, yang menunjukkan bahwa secara umum responden berada pada kategori "sangat setuju" terhadap pernyataan-pernyataan yang mengukur pemahaman mereka tentang investasi. Indikator PI1, yaitu memahami informasi terkait investasi, memiliki rerata sebesar 3,26. Nilai ini menunjukkan bahwa responden cukup memahami informasi dasar mengenai investasi, termasuk manfaat dan risikonya. Indikator PI2, yaitu memiliki kesadaran konsep dasar dalam investasi, memperoleh rerata sebesar 3,30, yang mengindikasikan bahwa responden telah memiliki pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip dasar dalam

berinvestasi. Selanjutnya, indikator PI3 mengenai pemahaman dasar jenis investasi dan cara kerja memperoleh nilai rerata sebesar 3,31, yang merupakan nilai tertinggi di antara indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden relatif memahami berbagai jenis instrumen investasi dan mekanisme kerjanya. Terakhir, indikator PI4 mengenai kejelasan dalam menentukan tujuan finansial memperoleh nilai rerata sebesar 3,25. Meskipun memiliki nilai paling rendah di antara indikator lainnya, rerata tersebut masih berada pada kategori "sangat setuju", yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah memiliki gambaran tujuan keuangan yang ingin dicapai, meskipun masih dapat ditingkatkan lagi. Secara keseluruhan, rerata sebesar 3,28 mencerminkan bahwa pemahaman investasi responden tergolong baik.

3. Pemanfaatan Teknologi

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Pemanfaatan Teknologi melalui 4 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Pemanfaatan Teknologi.

Tabel 4. 17 Analisis Deskriptif Pemanfaatan Teknologi

Kode	Indikator	Rerata	Minimum	Maximum
PT1	Seberapa sering individu menggunakan aplikasi keuangan (mobile banking, aplikasi investasi, e-wallet, dll.).	3.40	1.000	4.000
PT2	Persepsi terhadap kemudahan dalam mengakses dan menggunakan	3.40	1.000	4.000

	teknologi untuk kebutuhan keuangan.			
PT3	Tingkat keyakinan terhadap keamanan dan keandalan teknologi dalam menyimpan dan mengelola uang.	3.49	1.000	4.000
PT4	Seberapa sesuai fitur teknologi dengan kebutuhan pengelolaan keuangan pribadi.	3.32	1.000	4.000
Rerata	**Pemanfaatan Teknologi**	**3,40**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa seluruh indikator variabel Pemanfaatan Teknologi memiliki nilai rerata di atas 3,25 dengan rerata keseluruhan sebesar 3,40, yang termasuk dalam kategori "sangat setuju". Indikator PT1 dan PT2 masing-masing memiliki rerata 3,40, mengindikasikan bahwa responden cukup sering menggunakan aplikasi keuangan dan merasa mudah dalam mengakses teknologi tersebut. Indikator PT3 memiliki rerata tertinggi sebesar 3,49, menunjukkan tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan dan keandalan teknologi keuangan. Sementara itu, indikator PT4 memiliki rerata 3,32, yang mencerminkan bahwa fitur teknologi dirasa cukup sesuai dengan kebutuhan pengelolaan keuangan responden. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden telah memanfaatkan teknologi keuangan dengan cukup baik.

4. Locus of Control

   Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Locus of Control melalui 4 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Locus of Control.

Tabel 4. 18 Analisis Deskriptif Locus Of Control

Kode	Indikator	Rerata	Minimum	Maximum
LC1	Percaya bahwa usaha pribadi menentukan hasil yang dicapai.	3.25	1.000	4.000
LC2	Tanggung jawab atas keputusan pribadi	3.38	1.000	4.000
LC3	Percaya bahwa tindakan pribadi memiliki dampak langsung terhadap hasil yang dicapai	3.39	1.000	4.000
LC4	Respon terhadap kegagalan atau keberhasilan	3.35	2.000	4.000
Rerata	**Locus of Control**	**3.34**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.18 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel *Locus of Control* memiliki nilai rerata di atas 3,25, dengan rerata keseluruhan sebesar 3,34, yang termasuk dalam kategori "sangat setuju". Indikator LC1 memiliki rerata paling rendah sebesar 3,25, yang menunjukkan bahwa responden setuju bahwa usaha pribadi menentukan hasil yang dicapai. Indikator LC2 dan LC3 memiliki rerata masing-masing sebesar 3,38 dan 3,39, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang mereka ambil, serta menyadari bahwa tindakan pribadi memiliki dampak langsung terhadap hasil finansial. Sementara itu, indikator LC4 memiliki rerata 3,35, mengindikasikan bahwa responden umumnya setuju bahwa mereka memiliki kontrol dalam merespons keberhasilan atau kegagalan keputusan keuangan. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan bahwa responden memiliki orientasi kontrol internal yang cukup baik dalam pengambilan keputusan finansial.

5. Media Sosial

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Media Sosial melalui 5 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Media Sosial.

Tabel 4. 19 Analisis Deskriptif Media Sosial

Kode	Indikator	Rata - Rata	Minimum	Maximum
MS1	Seberapa sering seseorang mengakses media sosial (harian, mingguan, dsb).	3.36	1.000	4.000
MS2	Alasan utama menggunakan media sosial, seperti untuk hiburan, informasi, edukasi keuangan, dll.	3.45	1.000	4.000
MS3	Misalnya Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, dan lainnya sebagai sumber informasi keuangan.	3.32	1.000	4.000
MS4	Tingkat kepercayaan individu terhadap informasi investasi atau keuangan yang diperoleh dari media sosial.	3.34	1.000	4.000
MS5	Pengaruh terhadap keputusan keuangan: Sejauh mana konten di media sosial memengaruhi tindakan	3.29	1.000	4.000

	nyata seperti menabung, berinvestasi, atau membeli produk keuangan tertentu.			
Rerata	**Media Sosial**	**3.35**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel Media Sosial memiliki nilai rerata di atas 3,25, dengan rerata keseluruhan sebesar 3,35, yang termasuk dalam kategori "sangat setuju". Indikator MS2 memiliki rerata paling tinggi sebesar 3,45, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan media sosial untuk tujuan utama seperti hiburan, informasi, dan edukasi keuangan. Indikator MS1 dan MS4 memiliki rerata masing-masing sebesar 3,36 dan 3,34, mengindikasikan bahwa responden cukup sering mengakses media sosial serta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap informasi investasi atau keuangan yang diperoleh dari media sosial. Sementara itu, indikator MS3 memiliki rerata sebesar 3,32, yang menunjukkan bahwa responden menganggap media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter sebagai sumber informasi keuangan yang cukup relevan. Indikator MS5 memiliki rerata terendah sebesar 3,29, yang menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap tindakan nyata dalam pengambilan keputusan keuangan, seperti menabung, berinvestasi, atau membeli produk keuangan, masih berada pada tingkat yang relatif moderat. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan bahwa media sosial memainkan peran penting sebagai sumber informasi keuangan bagi responden, meskipun pengaruh langsung terhadap keputusan finansial praktis masih terbatas.

6. Perilaku Menabung dan Berinvestasi

   Dalam penelitian ini, peneliti mengukur variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi melalui 4 indikator pertanyaan dengan menggunakan software Smart PLS versi 3.2.9. Berikut ini adalah penjelasan mengenai setiap item pertanyaan pada variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi.

Tabel 4. 20 Analisis Deskriptif Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Kode	Indikator	Rata - Rata	Minimum	Maximum
PMB1	Seberapa sering individu secara rutin menyisihkan sebagian uang untuk disimpan atau diinvestasikan.	3.20	1.000	4.000
PMB2	Menabung/investasi dilakukan dengan tujuan spesifik seperti dana darurat, pendidikan, masa depan, atau pembelian aset.	3.21	1.000	4.000
PMB3	Adanya kesadaran dan usaha individu untuk membuat rencana pengelolaan keuangan agar bisa menabung dan/atau berinvestasi.	3.13	1.000	4.000
PMB4	Media atau tempat penyimpanan dana, seperti celengan, rekening tabungan, dompet digital, emas, saham, atau reksa dana.	3.22	2.000	4.000
Rerata	**Perilaku Menabung Dan Berinvestasi**	**3.19**		

Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi memiliki nilai rerata sebesar 3,19, yang termasuk dalam kategori “setuju”. Nilai ini menunjukkan bahwa responden

secara umum telah menunjukkan perilaku aktif dalam menabung dan berinvestasi. Namun, nilai rerata ini sedikit lebih rendah dibandingkan variabel-variabel sebelumnya yang memiliki rerata di atas 3,25 dan masuk dalam kategori "sangat setuju". Perbedaan ini mengindikasikan bahwa meskipun sikap responden terhadap kegiatan menabung dan berinvestasi sudah positif, intensitasnya belum setinggi aspek-aspek lain dalam penelitian ini.

Secara lebih rinci, Indikator PMB4 memiliki nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,22, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden telah memanfaatkan berbagai instrumen atau media penyimpanan dana, seperti celengan, rekening tabungan, dompet digital, emas, saham, atau reksa dana dalam aktivitas keuangan mereka. Indikator PMB1 dan PMB2 masing-masing memiliki nilai rerata sebesar 3,20 dan 3,21, mengindikasikan bahwa responden cukup konsisten dalam menyisihkan sebagian penghasilan untuk menabung dan merasa terdorong untuk berinvestasi guna mencapai tujuan finansial. Sementara itu, indikator PMB3 menunjukkan nilai rata-rata terendah yaitu 3,13, yang mencerminkan bahwa kesadaran dan usaha individu dalam membuat perencanaan keuangan untuk menabung dan berinvestasi masih tergolong baik, namun relatif lebih rendah dibanding indikator lainnya. Hal ini menunjukkan adanya peluang untuk meningkatkan perencanaan keuangan yang lebih aktif dan terstruktur di kalangan responden. Secara keseluruhan, hasil ini mencerminkan bahwa perilaku menabung dan berinvestasi telah menjadi bagian dari kebiasaan keuangan responden, meskipun masih terdapat ruang untuk meningkatkan aspek perencanaan dan pengelolaan yang lebih matang.

4.3 Model Pengukuran (*Outer Model*)

Evaluasi terhadap model pengukuran model pengukurannya dilakukan dengan beberapa indicator yaitu: Validitas Konvergen, Validilitas Diskriminan, dan Reliabilitas. Model pengukuran tersebut dihitung dengan menggunakan *PLS Algorithm.*

A. Uji Validitas Konvergen

Suatu indikator dikatakan valid secara konvergen apabila memiliki nilai loading factor yang positif dan lebih besar dari 0,7, serta apabila nilai Average Variance Extracted (AVE) pada masing-masing konstruk melebihi 0,5. Nilai loading factor menunjukkan sejauh mana indikator mampu merepresentasikan

konstruk yang diukurnya. Semakin tinggi nilai loading factor, semakin besar kontribusi indikator tersebut dalam menjelaskan konstruk yang dimaksud. Dengan demikian, indikator yang memiliki nilai loading factor di atas ambang batas tersebut dapat dianggap sebagai pengukur yang baik dari konstruk. Berikut adalah nilai loading factor dari masing-masing indikator yang ditampilkan pada Tabel 4.21.

Tabel 4. 21 Uji Validitas Konvergen

Variabel	Indikator	Loading Factor	AVE	Keterangan
Motivasi	MO1	0,854	0.765	Valid
	MO2	0,855		Valid
	MO3	0,885		Valid
	MO4	0,905		Valid
Pemahaman Investasi	PI1	0,780	0.676	Valid
	PI2	0,851		Valid
	PI3	0,858		Valid
	PI4	0,797		Valid
Pemanfaatan Teknologi	PT1	0,861	0.705	Valid
	PT2	0,809		Valid
	PT3	0,856		Valid
	PT4	0,831		Valid
Locus of Contro	LC1	0,809	0.718	Valid
	LC2	0,867		Valid
	LC3	0,868		Valid
	LC4	0,844		Valid
Media Sosial	MS1	0,840	0.716	Valid
	MS2	0,829		Valid
	MS3	0,835		Valid
	MS4	0,864		Valid
	MS5	0,864		Valid
Perilaku	PMB1	0,853	0.714	Valid
	PMB2	0,849		Valid

Menabung Berinvestasi	PMB3	0,840		Valid
	PMB4	0,838		Valid

Data Sumber: Smart PLS v.s 3.2.9

Berdasarkan Tabel 4.21 ini, terdapat enam variabel dalam penelitian ini yaitu *Motivasi, Pemahaman Investasi, Pemanfaatan teknologi, Locus of Control, Media sosial* serta *Perilaku Menabung dan Berinvestasi*. Setiap variabel memiliki beberapa indikator dengan nilai loading faktor yang seluruhnya diatas 0,7, yang menunjukan bahwa semua indikator valid. Selain itu, nilai AVE untuk masing-masing variabel juga berada diatas 0,5 yang berarti setiap konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

B. Uji Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan digunakan untuk menguji sejauh mana suatu konstruk benar-benar berbeda dari konstruk lainnya dalam model. Validitas diskriminan dapat dianalisis melalui dua pendekatan, yaitu nilai cross loading dan kriteria Fornell-Larcker, yang menunjukkan tingkat hubungan antara konstruk dengan indikatornya sendiri maupun indikator dari konstruk lain. Dalam pengujian cross loading, validitas diskriminan dikatakan baik apabila nilai loading indikator terhadap konstruknya sendiri lebih tinggi dibandingkan dengan loading terhadap konstruk lain. Sedangkan dalam kriteria Fornell-Larcker, validitas diskriminan dinilai baik apabila nilai akar kuadrat dari AVE (√AVE) pada setiap konstruk lebih besar daripada korelasinya dengan konstruk lain dalam model. Dengan demikian, apabila seluruh konstruk memenuhi syarat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa model memiliki validitas diskriminan yang baik.

Tabel 4. 22 Nilai Fornell – Lacker Criterion

Variabel	Motivasi	Pemahaman Investasi	Pemanfaatan Teknologi	Locus Of Control	Media Sosial	Perilaku Menabung Dan Berinvestasi
Motivasi	**0.875**					
Pemahaman Investasi	0.390	**0.822**				
Pemanfaatan Teknologi	0,415	0,614	**0.840**			
Locus of Control	0,381	0,441	0,604	**0.847**		
Media Sosial	0,339	0,412	0,599	0,705	**0.846**	
Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,506	0,581	0,698	0,738	0,728	**0.845**

Data Sumber: Smart PLS v.s 3.2.9

Berdasarkan Tabel 4.22 di atas, nilai dalam Tabel Fornell–Larcker Criterion menggambarkan *validitas diskriminan*, yaitu sejauh mana setiap konstruk dalam model lebih berkorelasi dengan indikatornya sendiri dibandingkan dengan konstruk lainnya. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat Average Variance Extracted (√AVE) dari masing-masing konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan memenuhi kriteria validitas diskriminan apabila nilai √AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi dengan konstruk lain. Nilai √AVE ditampilkan pada bagian diagonal tabel sementara nilai korelasi antar konstruk berada di luar diagonal.

Nilai √AVE untuk konstruk ***Motivasi*** adalah 0.875, lebih tinggi dari korelasinya dengan Pemahaman Investasi (0.390), Pemanfaatan Teknologi (0.415), Locus of Control (0.381), Media Sosial (0.339), dan Perilaku

Menabung dan Berinvestasi (0.506). Konstruk ***Pemahaman Investasi*** memiliki nilai √AVE sebesar 0.822, lebih tinggi dari korelasinya dengan Pemanfaatan Teknologi (0.614), Locus of Control (0.441), Media Sosial (0.412), dan Perilaku Menabung dan Berinvestasi (0.581). Nilai √AVE konstruk ***Pemanfaatan Teknologi*** **sebesar** 0.840, juga lebih tinggi dari korelasinya dengan Locus of Control (0.604), Media Sosial (0.599), dan Perilaku Menabung dan Berinvestasi (0.698). Nilai √AVE konstruk ***Locus of Control*** sebesar 0.847, melebihi korelasinya dengan Media Sosial (0.705) dan Perilaku Menabung dan Berinvestasi (0.738). Konstruk ***Media Sosial*** memiliki √AVE sebesar 0.846, yang lebih tinggi dari korelasinya dengan Perilaku Menabung dan Berinvestasi (0.728). Terakhir, konstruk ***Perilaku Menabung dan Berinvestasi*** menunjukkan nilai √AVE sebesar 0.845, yang lebih tinggi dibandingkan seluruh korelasinya dengan konstruk lainnya. Dengan demikian, karena nilai √AVE dari masing-masing konstruk lebih besar dibandingkan dengan nilai korelasinya terhadap konstruk lain, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini telah memenuhi validitas diskriminan berdasarkan kriteria Fornell-Larcker.

Tabel 4. 23 Nilai Cross Loading

Indikator	Motivasi	Pemahaman Investasi	Pemanfaatan Teknologi	Locus Of Control	Media Sosial	Perilaku Menabung Dan Berinvestasi
MO1	**0,854**	0,283	0,293	0,301	0,253	0,426
MO2	**0,855**	0,354	0,355	0,335	0,345	0,427
MO3	**0,885**	0,301	0,359	0,338	0,272	0,448
MO4	**0,905**	0,421	0,439	0,356	0,316	0,469
PI1	0,366	**0,780**	0,454	0,348	0,308	0,419
PI2	0,374	**0,851**	0,472	0,336	0,347	0,496
PI3	0,272	**0,858**	0,474	0,375	0,290	0,515
PI4	0,281	**0,797**	0,621	0,391	0,412	0,475
PT1	0,417	0,531	**0,861**	0,569	0,561	0,639
PT2	0,254	0,472	**0,809**	0,443	0,457	0,518

PT3	0,366	0,590	**0,856**	0,450	0,489	0,604
PT4	0,340	0,462	**0,831**	0,558	0,498	0,574
LC1	0,310	0,342	0,476	**0,809**	0,617	0,568
LC2	0,320	0,358	0,471	**0,867**	0,569	0,609
LC3	0,335	0,357	0,558	**0,868**	0,550	0,635
LC4	0,324	0,429	0,534	**0,844**	0,652	0,681
PMS1	0,272	0,311	0,502	0,628	**0,840**	0,572
PMS2	0,286	0,299	0,468	0,519	**0,829**	0,594
PMS3	0,360	0,361	0,527	0,570	**0,835**	0,685
PMS4	0,253	0,408	0,521	0,636	**0,864**	0,619
PMS5	0,253	0,357	0,513	0,634	**0,864**	0,596
PMB1	0,348	0,544	0,632	0,600	0,590	**0,853**
PMB2	0,580	0,517	0,585	0,644	0,621	**0,849**
PMB3	0,376	0,498	0,600	0,635	0,645	**0,840**
PMB 4	0,396	0,399	0,541	0,615	0,602	**0,838**

Data Sumber: Smart PLS 3.2.9

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji validitas diskriminan melalui analisis cross loading menunjukkan bahwa nilai cross loading pada setiap indikator lebih besar dari 0,70. Setiap item memiliki nilai loading tertinggi pada variabel laten yang sesuai, dibandingkan dengan nilai loadingnya terhadap variabel laten lain. Ini menunjukkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini dapat menjelaskan konstruk laten yang bersangkutan dengan tepat, serta membuktikan bahwa validitas diskriminan dari seluruh item dalam penelitian ini adalah sah dan valid.

C. Uji Reliabilitas

Dalam Pendekatan analisis *Partial Least Square (PLS),* reabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila nilai Composite Reliability melebihi 0,7. Sedangkan, nilai Cronbach's Alpha sebaiknya juga berada diatas 0,7. Nilai-nilai tersebut dapat dilihat pada tabel 4.17 berikut ini:

Tabel 4. 24 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Motivasi	0,898	0,929
Pemahaman Investasi	0,840	0,893
Pemanfaatan Teknologi	0,861	0,905
Locus of Control	0,869	0,911
Media Sosial	0,901	0,927
Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,867	0,909

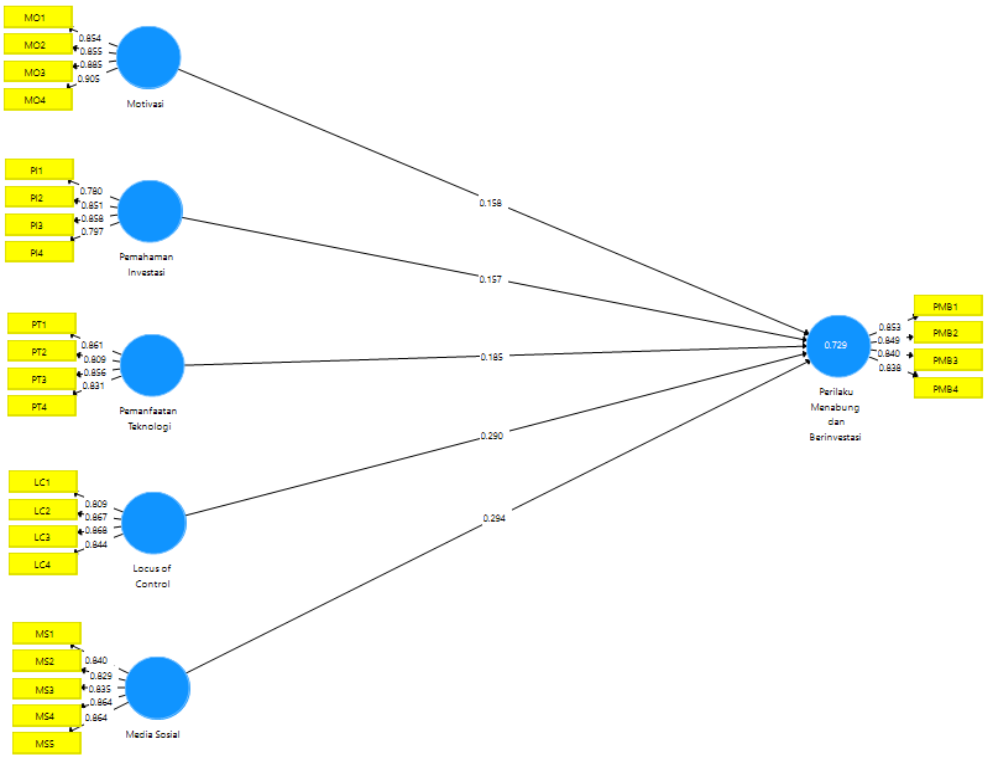
Data Sumber: Hasil Output Smart PLS 3.2.9

Berdasarkan tabel 4.24, yang menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability untuk seluruh konstruk memiliki nilai yang lebih besar dari 0.7, yang menunjukkan bahwa seluruh konstruk dalam model penelitian ini memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Secara keseluruhan, nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang lebih besar dari 0.7 pada seluruh konstruk menunjukkan bahwa model pengukuran dalam penelitian ini memiliki konsistensi internal yang tinggi dan dapat diandalkan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh konstruk dalam model ini memiliki reliabilitas yang sangat baik, yang mendukung kualitas data yang valid dan konsisten untuk analisis lebih lanjut.

4.4 Model Struktural (*Inner Model)*

Selain pengujian terhadap model pengukuran (outer model), penelitian ini juga melibatkan pengujian model struktural, yang dikenal juga sebagai inner model. Pengujian ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan kausal antar variabel laten dalam model penelitian, khususnya untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen (eksogen) terhadap variabel dependen (endogen). Dalam analisis inner model, salah satu indikator utama yang digunakan untuk menilai kekuatan model adalah nilai R-square (R^2). Nilai ini mencerminkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen, sehingga semakin tinggi nilai R^2, maka semakin baik model dalam menjelaskan fenomena yang diteliti. Sementara itu, untuk menguji pengaruh langsung antar variabel, digunakan analisis terhadap koefisien jalur

(path coefficient). Uji signifikansi dilakukan untuk mengetahui apakah pengaruh yang ditunjukkan oleh koefisien tersebut benar-benar signifikan



secara statistik atau hanya terjadi karena kebetulan. Pengujian model struktural ini menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa model teoritis yang dikembangkan memiliki dasar empiris yang kuat dan dapat digunakan untuk menarik kesimpulan yang valid terkait hubungan antar variabel dalam penelitian. Hasil Uji *Inner model* dengan cara *boothstrapping (Two Tail)* dapat dilihat pada Gambar 4.2, Berikut adalah hasil analisis inner model:

Data Sumber: Smart PLS v.s 3.2.9

Gambar 4. 1 Boothstrapping Uji Model Struktural

Gambar 4.2 menunjukkan model struktural (inner model) hasil pengolahan data menggunakan SmartPLS versi 3.2.9. Model ini menggambarkan hubungan antar variabel laten (konstruk) yang ditunjukkan dengan lingkaran berwarna biru, serta indikator-indikator yang mengukurnya yang ditampilkan dalam kotak kuning. Setiap garis yang menghubungkan indikator ke konstruk memiliki angka yang menunjukkan nilai loading faktor, yaitu seberapa besar kontribusi indikator dalam membentuk konstruk tersebut.

Semakin tinggi nilainya (idealnya di atas 0,7), maka semakin kuat indikator tersebut dalam mencerminkan konstruk yang diukur.

Selain itu, terdapat garis antar konstruk yang menunjukkan hubungan sebab-akibat antar variabel, lengkap dengan nilai koefisien jalurnya (path coefficient). Misalnya, variabel *Motivasi* memiliki pengaruh langsung sebesar 0,158 terhadap variabel *Perilaku Menabung dan Berinvestasi*, yang berarti semakin tinggi motivasi seseorang, maka semakin meningkat pula kecenderungannya untuk menabung dan berinvestasi. Nilai di tengah konstruk *Perilaku Menabung dan Berinvestasi* sebesar 0,729 menunjukkan nilai R-square, yang berarti bahwa sebesar 72,9% variasi dalam perilaku menabung dan berinvestasi dapat dijelaskan oleh lima variabel bebas dalam model ini, yaitu *Motivasi*, *Pemahaman Investasi*, *Pemanfaatan Teknologi*, *Locus of Control*, dan *Media Sosial*.

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan metode *PLS Algorithm* untuk meningkatkan keakurasian dan keandalan analisis, serta untuk memastikan analisis data yang diperoleh adalah valid dan konsisten. Evaluasi model structural PLS diawali dengan melihat R-square setiap variabel laten dependen. Tabel 4.18 merupakan hasil perkiraan R-square dengan menggunakan Smart PLS v.s 3.2.9

A. Koefisiensi Determinasi (R Square)

Tabel 4. 25 Hasil Pengujian R-Square

Variabel	R-square	R-square Adjusted
Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,729	0,717

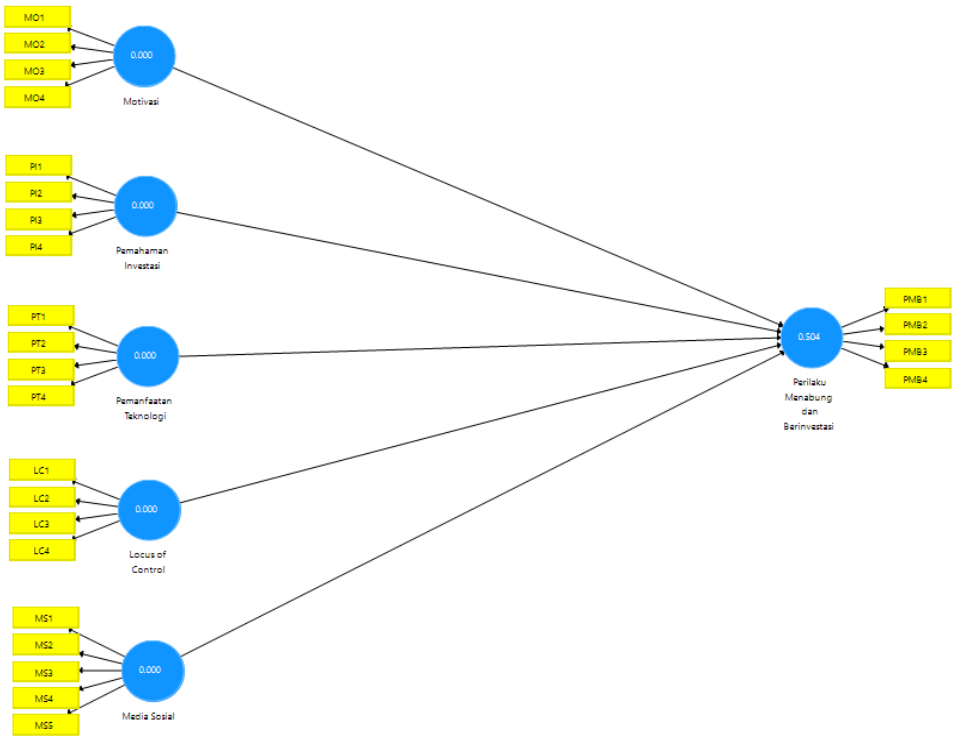
Data Sumber: Smart PLS 3.2.9

Berdasarkan Tabel 4.25, nilai R-square untuk variabel *Perilaku Menabung dan Berinvestasi* adalah sebesar 0,729. Hal ini menunjukkan bahwa 72,9% variasi dalam perilaku menabung dan berinvestasi dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model penelitian ini. Sementara itu, nilai R-square adjusted sebesar 0,717 mengindikasikan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah prediktor dalam model, sekitar 71,7%

variasi tetap dapat dijelaskan. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang kuat.

B. Predictive Relevance (Q^2)

Predictive relevance merupakan suatu uji yang dilakukan dalam menunjukkan seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan dengan menggunakan prosedur blindfolding dengan melihat pada nilai Q square. Jika nilai Q square > 0 maka dapat dikatakan memiliki nilai observasi yang baik, sedangkan jika nilai Q square < 0 maka dapat dinyatakan nilai observasi tidak baik. Q-Square predictive relevance untuk model struktural, megukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya.



Data Sumber: Hasil Output Smart PLS v.s 3.2.9

Gambar 4. 2 Predictive Relevance

Gambar 4.3 menunjukkan hasil analisis *predictive relevance* menggunakan teknik *blindfolding*. Nilai Q^2 untuk variabel Perilaku Menabung dan Berinvestasi sebesar 0,504, yang menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang kuat. Ini berarti bahwa variabel-variabel independen seperti *Motivasi, Pemahaman Investasi, Pemanfaatan Teknologi, Locus of*

Control, dan Media Sosial secara bersama-sama mampu memprediksi perilaku menabung dan berinvestasi dengan baik. Berdasarkan Gambar diatas, maka dapat disimpulkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 26 Predictive Relevance

Variabel	Q^2 (=1-SSE/SSO)	Keterangan
Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,504	Memiliki nilai predictive relevance

Data Sumber: SmartPLS v.s 3.2.9

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Q square pada variabel dependen > 0. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki nilai observasi yang baik karena nilai Q square >0.

C. Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian model hubungan structural bertujuan untuk menggambarkan dan mengevaluasi hubugan antara variabel-variabel dalam suatu penelitian, khususnya dalam konteks analisis jalur (*path analysis*) yang digunakan dalam pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, pengujian model structural dilakukan menggunakan perangkat lunak *Partial Least Squares* (PLS) yang memungkinkan analisis hubungan kausa antar variabel laten secara lebih fleksibel,terutama pada model kompleks dan data yang tidak berdistribusi normal. Pengujian hipotesis dilakukan berdasarkan output yang ditampilkan dalam diagram jalur (path diagram) serta nilai-nilai statistic yang terdapat pada tabel path coffiecients. Kriteria yang digunakan untuk menguju hipotesis secara langsung adalah dengan memperhatikan nilai p-value. Suatu hubungan dianggap signifikan apabila p-value lebih kecil dari 0,05 (dengan tingkat signifikansi 5%). Jika syarat ini terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (eksogen) terhadap variabel terikat (endogen). Berikut ini merupakan uraian hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 27 Pengujian Hipotesis

Variabel	Sampel Asli (O)	T Statistik (| O/STDEV |)	P Values
Motivasi -> Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,158	2,035	0,042
Pemahaman Investasi -> Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,157	2,136	0,033
Pemahaman Teknologi -> Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,185	2,202	0,028
Locus of Control -> Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,290	3,228	0,001
Pengukuran Media Sosial -> Perilaku Menabung dan Berinvestasi	0,294	4,374	0,000

Sumber Data: Smart PLS v.s 3.2.9

Dalam PLS, pengujian secara statistik terhadap setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan teknik bootstrapping terhadap data sampel. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada tabel 4.27, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis yang pertama, yaitu Pengaruh Motivasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai koefisien pengaruh adalah sebesar 0,158, dengan nilai p-values 0,042 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Oleh karena itu, hipotesis yang pertama menyatakan bahwa *"Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi"* dapat diterima.
2. Hipotesis yang kedua, yaitu Pengaruh Pemahaman Investasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Nilai koefisien sebesar 0,157,

dengan p-values 0,033 < 0,05. Menunjukkan bahwa pemahaman investasi juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Maka, hipotesis yang kedua menyatakan bahwa *"Pemahaman Investasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi"* dapat diterima.

3. Hipotesis yang ketiga, yaitu Pengaruh Pemanfaatan Teknologi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Hasil pengujian menunjukkan koefisien sebesar 0,185, dengan p-values 0,028 < 0,05. Hasil ini berarti bahwa pemanfaatan teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Dengan demikian, hipotesis yang ke tiga menyebutkan bahwa *"Pemanfaatan Teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi"* dapat diterima.
4. Selanjutnya Hipotesis yang keempat, yaitu Pengaruh Locus of Control terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Pengujian menghasilkan koefisien sebesar 0,290, p-values 0,001 < 0,05. Artinya, locus of control memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Sehingga, hipotesis yang keempat menyatakan bahwa *"Locus of Control berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi"* dapat diterima.
5. Terakhir, Hipotesis yang kelima yaitu, Media Sosial terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi. Pengujian menghasilkan koefisien sebesar 0,294, p-values 0,000 < 0,05. Artinya, *Media sosial* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *perilaku menabung dan berinvestasi*. Sehingga, hipotesis kelima yang menyatakan bahwa "Pengukuran Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi" dapat diterima.

4.5 Pembahasan dan Hasil Penelitian

4.5.1 Motivasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Penelitian ini membuktikan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku Menabung dan Berinvestasi (H_1) terutama dikalangan Generasi Z. Hasil Penelitian ini didukung oleh (Setiaman, 2023)

menemukan bahwa motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berinvestasi terutama dikalangan mahasiswa. Hasil analisis statistic memperlihatkan bahwa motivasi yang lebih tinggi mampu meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berinvestasi. Temuan ini konsisten dengan teori yang menyatakan bahwa semakin tinggi motivasi terutama motivasi intrinsik maka semakin kuat kecenderungan individu untuk melakukan tindakan secara konsisten, seperti menabung dan berinvestasi. Dengan kata lain, upaya meningkatkan motivasi melalui edukasi, pelatihan, dan pemberian insentif finansial dapat menjadi strategi efektif dalam membentuk perilaku keuangan positif di kalangan generasi muda.

Selain itu, (Mappangara et al., 2023) menguatkan bahwa motivasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Hal ini terjadi karena motivasi yang kuat mendorong individu untuk memiliki komitmen dalam mencapai tujuan keuangan tertentu, seperti mempersiapkan dana masa depan, membeli aset, atau mencapai kestabilan finansial. Dorongan internal ini membuat individu lebih disiplin dalam mengalokasikan sebagian pendapatannya untuk ditabung atau diinvestasikan, serta lebih proaktif dalam mencari pengetahuan terkait pengelolaan keuangan. Dengan kata lain, motivasi yang tinggi membantu membangun kebiasaan keuangan yang positif secara konsisten. Secara keseluruhan, berbagai penelitian tersebut menunjukan bahawa Motivasi memiliki pengaruh yang kuat dalam membentuk perilaku menabung dan berinvestasi dikalangan Generasi Z.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan (Pendorong Utama et al., 2024) yang menegaskan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses informasi luas, faktor psikologis berupa motivasi tetap menjadi penentu utama dalam perilaku keuangan.

Lebih lanjut, penelitian (Rizki & Tamamudin, 2024) menambahkan bahwa motivasi intrinsik berkorelasi dengan minat menabung, terutama dalam konteks perbankan syariah. Hal ini memperkuat bahwa motivasi internal tidak hanya meningkatkan perilaku menabung dan berinvestasi secara umum, tetapi juga memengaruhi preferensi terhadap produk keuangan tertentu. Hasil penelitian ini turut melengkapi penelitian (Pratama & Setiyono, 2024) yang menemukan bahwa niat berinvestasi Generasi Z sangat dipengaruhi oleh sikap

dan motivasi. Dengan demikian, motivasi dapat dipandang sebagai fondasi penting yang mendorong generasi muda untuk membangun kebiasaan keuangan yang sehat.

4.5.2 Pemahaman Investasi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Hasil menunjukan bahwa Pemahaman investasi berpengaruh positif dan signifikan yang memengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi (H_2). Ketika seseorang memiliki tingkat pemahaman yang baik mengenai konsep investasi, instrumen yang tersedia, serta risiko dan manfaatnya, maka mereka akan lebih percaya diri untuk mengalokasikan dana ke dalam produk investasi maupun tabungan. Selain itu, penelitian oleh (R. R. Putri & Rachmawati, 2024) menguatkan bahwa rendahnya tingkat pemahaman investasi dapat menjadi penghambat dalam membentuk kebiasaan menabung, khususnya di kalangan Generasi Z. Kurangnya informasi dan pemahaman yang memadai seringkali menimbulkan rasa takut dan ketidakpastian dalam mengambil keputusan keuangan. Oleh karena itu, meningkatkan literasi dan pemahaman investasi di kalangan generasi muda sangat penting agar mereka dapat mengelola keuangan secara lebih bijak, memulai kebiasaan menabung sejak dini, dan mengembangkan strategi investasi yang sesuai dengan tujuan keuangan jangka panjang. Dengan demikian, Pemahaman Investasi dapat disimpulkan sebagai salah satu faktor yang membentuk kesiapan individu dalam mengelola keuangan, terutama dalam membangun kebiasaan menabung dan berinvestasi. Dengan pemahaman yang baik, individu lebih mampu membuat keputusan finansial yang tepat, mengurangi ketakutan akan risiko, serta mendorong perilaku keuangan yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Penelitian ini juga mendukung temuan (Author & Author, 2024), yang menyatakan bahwa pemahaman finansial berperan sebagai mediator antara norma sosial dan niat investasi. Artinya, semakin tinggi pemahaman investasi, semakin kuat pula pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku keuangan. Hasil ini juga konsisten dengan (Pratama & Setiyono, 2024), yang menemukan bahwa literasi keuangan merupakan salah satu faktor dominan yang mendorong niat dan realisasi investasi pada Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa peningkatan literasi investasi merupakan langkah

strategis untuk membentuk perilaku menabung dan berinvestasi yang rasional serta berkelanjutan.

4.5.3 Pemanfaatan Teknologi terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Hasil penelitian menunjukan bahwa Pemanfaatan teknologi keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan (H_3) terhadap perilaku menabung dan berinvestasi karena memberikan kemudahan akses, kontrol yang lebih baik terhadap arus kas, serta fitur-fitur otomatis yang mendorong konsistensi perilaku keuangan. Penelitian ini di kuatkan oleh (Lumbantoruan et al., 2024) yang menjelaskan bahwa Penggunaan fintech seperti aplikasi perbankan digital, platform investasi online, dan alat pengelolaan keuangan pribadi memungkinkan individu, khususnya Generasi Z, untuk lebih disiplin dalam menabung dan berinvestasi. Fitur pengingat, pengaturan batas pengeluaran, serta pelacakan transaksi membantu pengguna membangun kebiasaan keuangan yang sehat, mengurangi perilaku konsumtif, serta mengalokasikan dana secara teratur ke dalam tabungan maupun investasi.

Dan penelitian ini juga dapat dikaitkan oleh (Nurdiana et al., 2024) yaitu Penggunaan aplikasi fintech saat ini tidak hanya berharap untuk sekadar menyimpan uang, tetapi juga menginginkan manfaat jangka panjang yang terukur, seperti pertumbuhan nilai investasi, pencapaian target keuangan, serta peningkatan rasa aman secara finansial. Fitur yang disediakan oleh berbagai platform, seperti simulasi investasi, prediksi pertumbuhan portofolio, serta laporan perkembangan keuangan secara real-time, membuat pengguna semakin terdorong untuk membangun kebiasaan menabung dan berinvestasi dengan ekspektasi bahwa aktivitas tersebut akan menghasilkan pencapaian keuangan yang konkret di masa depan.

Temuan ini juga sejalan dengan (Pendorong Utama et al., 2024), yang menjelaskan bahwa meskipun Generasi Z hidup di era digital, mereka masih membutuhkan pemanfaatan teknologi yang efektif agar perilaku menabung dan berinvestasi lebih terarah. Penelitian ini memperluas pandangan tersebut dengan bukti empiris bahwa teknologi benar-benar meningkatkan perilaku keuangan positif.

4.5.4 Locus of Control terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Locus of Control memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi (H_4) karena individu dengan locus of control internal cenderung merasa lebih bertanggung jawab atas kondisi keuangan mereka. Orang dengan locus of control internal lebih yakin bahwa keputusan dan tindakan mereka, seperti mengelola pengeluaran, menyisihkan dana, dan memilih instrumen investasi, akan membawa dampak langsung bagi pencapaian tujuan finansial. Penelitian ini dikuatkan oleh (Chujan et al., 2022) yang menjelaskan bahwa locus of control internal berhubungan erat dengan perilaku keuangan yang lebih terencana dan keberanian dalam mengambil risiko yang terukur, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan untuk menabung dan berinvestasi. Dari sisi ekspektasi, individu yang memiliki locus of control internal biasanya memiliki harapan bahwa perilaku menabung dan berinvestasi yang dilakukan secara rutin akan memberikan manfaat yang nyata di masa depan. Mereka cenderung lebih optimis bahwa melalui pengelolaan keuangan yang baik, mereka dapat mencapai stabilitas keuangan, pertumbuhan aset, dan kesiapan menghadapi risiko tak terduga.

Hasil ini juga konsisten dengan (Hana et al., 2024), yang menemukan bahwa Generasi Z dengan locus of control internal lebih berani mengambil keputusan investasi, meski ada risiko overconfidence. Dengan demikian, penelitian ini memperkuat bukti bahwa keyakinan akan kendali diri merupakan salah satu faktor psikologis yang mendorong kemandirian finansial. Selain itu, penelitian (Gufron & Wibowo, 2024) tentang faktor psikologis seperti overconfidence juga relevan, karena locus of control internal yang kuat dapat mendorong rasa percaya diri tinggi dalam mengambil keputusan investasi. Oleh karena itu, locus of control internal dapat menjadi modal psikologis penting yang harus diimbangi dengan literasi keuangan agar keputusan yang diambil tetap rasional.

4.5.5 Media Sosial terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi

Media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi (H_5) karena berfungsi sebagai sumber informasi keuangan yang mudah diakses dan dipercaya oleh pengguna. Konten edukasi,

tips menabung, serta strategi investasi yang disajikan melalui platform seperti Instagram atau TikTok sering kali membangkitkan kesadaran dan motivasi untuk menyisihkan dana. Menurut penelitian (Safitri & Dewa, 2025), generasi Z di Indonesia merasa bahwa media sosial menjadi sumber penting dalam mengenalkan teknik menabung baru dan memberikan dorongan nyata untuk mulai mengalokasikan dana ke dompet digital mereka.

Penelitian ini dikuat kan oleh (Chen et al., 2023), pengguna media sosial tidak hanya sekadar berharap menjadi disiplin dalam menabung dan berinvestasi, tetapi juga menuntut hasil konkret dan kepuasan finansial jangka panjang. Penelitian ini menunjukkan bahwa generasi muda yang memperoleh informasi investasi melalui media sosial mengharapkan peningkatan nilai portofolio dan kepuasan finansial yang lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak memanfaatkan platform tersebut. Generasi muda yang menggunakan media sosial untuk mendapat saran investasi dilaporkan merasa puas secara finansial.

Selain itu, penelitian (Rizki & Tamamudin, 2024) menegaskan bahwa kelompok referensi seperti teman sebaya yang diperkuat oleh media sosial berperan penting dalam meningkatkan minat menabung di kalangan Generasi Z. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini, di mana media sosial bukan hanya memberi informasi, tetapi juga menciptakan dorongan sosial untuk berpartisipasi dalam kegiatan finansial. Temuan ini juga sejalan dengan (Pratama & Setiyono, 2024), yang menunjukkan bahwa pengaruh sosial dari lingkungan sekitar dan media digital mampu memperkuat niat Generasi Z untuk berinvestasi di pasar saham.

Dengan demikian, media sosial dapat dilihat sebagai saluran ganda, di satu sisi memberi akses edukasi keuangan, di sisi lain menumbuhkan tekanan sosial yang mempercepat adopsi kebiasaan menabung dan berinvestasi. Hal ini menegaskan peran media sosial sebagai variabel psikologis dan sosial yang sangat strategis dalam membentuk perilaku keuangan generasi muda.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Penelitian ini menguji "*Pengaruh Faktor Psikologis terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi dikalangan Generasi Z*". Penelitian dilakukan untuk mengetahui bagaimana faktor psikologis mempengaruhi perilaku menabung dan berinvestasi pada Generasi Z, khususnya mahasiswa yang berada di Yogyakarta. Dengan pendekatan kuantitatif dan Teknik analisis PLS-SEM, penelitian ini memberikan gambaran sejauh mana masing-masing faktor tersebut berkontribusi dalam membentuk perilaku keuangan yang bijak dan berkelanjutan dikalangan Generasi muda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 120 mahasiswa Generasi Z di Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa:

1) ***Motivasi*** memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi tingkat motivasi individu,maka semakin besar kecenderungan mereka untuk terlibat dalam kegiatan menabung dan berinvestasi
2) ***Pemahaman Investasi*** pemahaman juga memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perilaku menabung dan berinvestasi. Hal ini terbukti karena, individu yang memiliki pemahaman mengenai konsep dan instrument investasi biasanya memiliki perilaku keuangan yang terarah dan terencana
3) ***Pemanfaatan Teknologi*** memberikan pengaruh kuat dalam mendorong dan mendukung perilaku menabung dan berinvestasi. Generasi Z yang familiar dengan teknologi memanfaatkanya untuk mengakses informasi finansial dan platform investasi secara efektif.
4) ***Locus of Control*** memiliki pengaruh positif terhadap perilaku finansial. Mahasiswa yang memiliki kendali terhadap kehidupan finansial biasanya lebih rasional dan memiliki tanggung jawab terhadap menabung dan berinvestasi.
5) ***Media Sosial*** memiliki pengaruh yang sangat signifikan dibandingkan dengan variabel yang lain. Paparan konten pada media sosial seperti keuangan, gaya hidup yang konsumtif, serta pengaruh

teman sebaya dalam media sosial dapat berpengaruh kepada keputusan finansial yang akan diambil oleh Generasi Z.

Secara keseluruhan, penelitian ini dapat membuktikan bahwa faktor psikologis seperti motivasi, pemahaman investasi, pemanfaatan teknologi, locus of control dan media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk perilaku keuangan Generasi Z, khususnya pada perilaku menabung dan berinvestasi.

5.2 SARAN

Berdasarkan temuan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diambil sebagai berikut:

1. Saran untuk peneliti selanjutnya

   Saran Peneliti selanjutnya sangat dianjurkan untuk memperluas lingkup penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti gaya hidup, pengaruh keluarga, tekanan sosial, dan menggunakan pendekatan kualitatif agar memperoleh Gambaran yang kebih mendalam mengenai faktor psikologis dan dinamika perilaku keuangan generasi muda.

2. Saran untuk Generasi Z

   Disarankan agar lebih meningkatkan pemahaman mengenai keuangan terutamana pada menabung dan berinvestasi secara mandiri melalu pemanfaatan media sosial yang positif dan platform edukatif. Generasi muda juga perlu mengembangkan kontrol diri serta membentuk motibasi intrinsic dalam mengelola keuangan secara berkelanjutan.

3. Saran untuk lembaga keuangan dan pemerintah

   Perlu adanya pengembangan program mengenai literasi keuangan berbasis digital yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik generasi muda khususnya Generasi Z. Lembaga keuangan dapat menciptakan produk investasi ramah pengguna,transparan, dan mudah diakses oleh para pemula.

5.3 KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu dipertimbangkan untuk penelitian dimasa mendatang, diantaranya adalah:

1) Ruang lingkup geografis penelitian ini terbatas pada Generasi Z yang berdomisili diwilayah DI Yogyakarta. Dengan demikian, hasil temuan penelitian ini belum dapat sepenuhnya digeneralisasikan ke seluruh populasi Generasi Z di Indonesia, terutama di daerah-daerah yang memiliki perbedaan karakteristik sosial, ekonomi, budaya, serta tingkat akses terhadap teknologi dan informasi.
2) Karakteristik responden dalam penelitian ini hanya mencakup individu berusia 20-25 tahun yang aktif menggunakan media sosial, memiliki pengetahuan dasar terkait menabung dan investasi, serta telah memiliki pengalaman dalam melakukan aktivitas keuangan tersebut. Oleh karena itu, hasil penelitian ini belum mencerminkan secara menyeluruh perilaku menabung dan berinvestasi di kalangan kelompok usia lain di luar Generasi Z, seperti generasi yang lebih tua ataupun kelompok usia non-produktif, serta individu yang memiliki keterbatasan akses atau kurang aktif dalam dunia digital.
3) Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini difokuskan pada aspek-aspek psikologis, yaitu motivasi, pemahaman investasi, locus of control, pemanfaatan teknologi, dan pengaruh media sosial. Padahal dalam kenyataannya, perilaku menabung dan berinvestasi di masyarakat juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain yang tidak dicakup dalam model penelitian ini, seperti kondisi makroekonomi (misalnya tingkat inflasi, suku bunga), kebijakan pemerintah terkait investasi dan perbankan, pengaruh lingkungan keluarga, tingkat literasi keuangan yang lebih luas, norma sosial dan budaya, maupun faktor pengalaman dan sejarah keuangan individu. Oleh karena itu, temuan penelitian ini perlu diinterpretasikan dengan mempertimbangkan keterbatasan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, I., Noholo, S., & Artikel, R. (2023). Pengaruh Pemahaman Investasi, Modal Minimal dan Persepsi Risiko terhadap Minat Investasi Mahasiswa di Pasar Modal (Studi Kasus pada Mahasiswa yang Terdaftar di Galeri Investasi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, *1*(4), 208–222.

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

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, *14*(1), 15–31. https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624

Ar Rahman, R. E. S., & Subroto, W. T. (2022). Pengaruh Motivasi dan Pengetahuan Terhadap Minat Investasi di Pasar Modal Pada Mahasiswa. *JPEKA: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen Dan Keuangan*, *6*(1), 41–54. https://doi.org/10.26740/jpeka.v6n1.p41-54

Author, A., & Author, B. (2024). Modelling the theory of planned behaviour to evaluate the investment intention of generation Z in the speculative market: stocks, Forex and cryptocurrencies. *Asian Journal of Global Social Responsibility*. https://doi.org/10.1108/AGJSR-07-2023-0319

Castro, F. E. S., & Adi, S. W. (2024). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Investasi Di Pasar Modal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, *4*(2), 8208–8222. https://doi.org/10.31004/innovative.v4i2.10281

Chen, Dong, & Dai. (2023). Social Media for Investment Advice and Financial Satisfaction. *Financial Behavior Research*, *17*(9), 410.

Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, *7*(2), 107–128. https://doi.org/10.1016/S1057-0810(99)80006-7

Chujan, W., Ngoc, N. L. B., & Faizi, A. S. (2022). Locus of Control on Financial Behavior and Financial Risk Attitude. *Annals of Economics and Finance*, *23*(2), 289–313. https://doi.org/10.3929/ethz-b-000556936

Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340.

https://doi.org/10.2307/249008

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. *Springer Science & Business Media*.

Fadilah, N., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2024). Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Pengetahuan Investasi terhadap Keputusan Investasi Gen Z di Pasar Modal Syariah. *MAS: Jurnal Manajemen Dan Sains*, *11*(1), 45–60. https://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/22756/7776/57694

Firlianda, F. (2019). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menabung Pada Mahasiswa Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 1–16. http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/48925

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). *Principles of Managerial Finance* (13th ed.). Pearson Education.

Goldfarb, A., & Tucker, C. E. (2019). Digital economics. *Journal of Economic Literature*, *57*(1), 3–43.

Gufron, A. M., & Wibowo, P. A. (2024). Faktor-Faktor Psikologis yang Mempengaruhi Keputusan Investasi Generasi Z: Studi tentang Anchoring, Loss Aversion, Overconfidence, Regret Aversion, dan Representativeness. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, *5*(3), 342–361. https://jurnal.stie.asia.ac.id/index.php/jpro/article/view/2343

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications.

Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2010). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *19*(2), 139–152.

Hana, A., Ambardi, A., & Novida, I. (2024). Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Investasi Pada Generasi Milenial. *Jurnal Maneksi*, *13*(1), 216–225. https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2130

Hartanto, I. E., & Trimurti, C. P. (2023). Menyelamatkan Masa Depan Generasi Z Melalui Literasi Keuangan. *Seminar Ilmiah Nasional …*, *6*(2020), 431–436. https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/sintesa/article/download/2835/3519

Hendryadi. (2021). Editorial Note: Uji Validitas Dengan Korelasi Item-Total ? *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, *4*(1), 315–320.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.

Lumbantoruan, F., Nainggolan, R., Putri, L. C., Sihotang, I. S., Hutabalian, A., Hasugian, C., & Siallagan, H. (2024). Pengaruh Faktor Teknologi Terhadap Peningkatan Tabungan Dikalangan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(22), 531–542. https://doi.org/10.5281/zenodo.14568896

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, *52*(1), 5–44.

Mankiw, N. G. (2007). *Principles of Economics* (4th ed.). South-Western College Publishing.

Mappangara, T., Nurlia, N., & Juwari, J. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan, Perilaku Keuangan, dan Motivasi Investasi terhadap Keputusan Investasi pada Mahasiswa Universitas Balikpapan. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, *7*(6). https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.14353

Mawardi, M. (2019). Rambu-rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, *9*(3), 292–304. https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304

Mischel, W., Shoda, Y., & Rodriguez, M. L. (1989). Delay of Gratification in Children. *Science*, *244*(4907), 933–938. https://doi.org/10.1126/science.2658056

Mualim, R., Basuki, A., & Latuamury, J. (2023). Pengaruh Locus of Control, Financial Literacy, dan Income terhadap Keputusan Investasi Emas. *Jurnal Akuntansi*, *9*(2), 91–108. https://doi.org/10.30598/jak.9.2.91-108

Nurdiana, Muspa, & Anshar. (2024). Analisis Pengaruh Kemajuan Teknologi dan Risiko Investasi Terhadap Minat Investasi di Mediasi Pengetahuan Investasi Generasi Z di Pasar Modal Kota Makassar. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *6*(2), 188–204. https://doi.org/10.46918/point.v6i2.2580

Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, *2*(3), 793–800. https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jtpp/article/view/581

Paul, S. N., Mishra, A. K., & Upadhyay, R. K. (2022). Locus of Control and Investment

Decision: An Investor's Perspective. *International Journal of Services, Economics and Management*, *13*(2), 93–107. https://doi.org/10.1504/IJSEM.2022.123456

Pendorong Utama, S., Irfan Mu'afi, M., Amalia, P. A., Amalia, T., Ilmu, J., Bisnis, A., Veteran, U. ", & Yogyakarta, ". (2024). *Memahami Perilaku Investasi Generasi Z: Peran Literasi Keuangan*. *9*(1), 1–9.

Pratama, J. M., & Setiyono, B. (2024). *Analisis Faktor Niat dan Perilaku Investasi Pasar Saham di Kalangan Gen Z Indonesia dengan Theory of Planned Behavior*. https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/235656

Putri, R., & Hamidi, N. (2019). Pengaruh Overconfidence dan Locus of Control terhadap Keputusan Investasi pada Investor Pemula. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, *4*(1), 12–23. https://homanis.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/8

Putri, R. R., Noverita, I. A., Arumandani, S., & Abadi, M. T. (2024). Konsep Tabungan dan Investasi. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1). https://doi.org/10.59024/jise.v2i1.559

Putri, R. R., & Rachmawati, E. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self-Control terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *26*(1). https://doi.org/10.9744/jmk.26.1.15-25

Rachmawati, A., & Nurcahyo, A. (2022). Peran Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Investasi Generasi Z: Perspektif Persepsi Risiko di Kota Blitar. *Jurnal Ritmik*, *9*(1), 55–63. https://journal.stieken.ac.id/index.php/ritmik/article/view/767

Rahman, R., Putra, K. N., & Hariatama, F. (2024). Pengaruh Media Sosial dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Edunomics Journal*, *5*(1), 39–51. https://doi.org/10.37304/ej.v5i1.12227

Raju Adha, Ahmad fuadi Tanjung, & Sugianto. (2023). Persepsi dan Keputusan Investasi Masa Depan pada Generasi Milenial dan Gen Z. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, *20*(2), 257–266. https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v20i2.870

Ramashar, W., Hanifa Sandri, S., Hidayat, R., Studi Akuntansi, P., Ekonomi dan Bisnis, F., Muhammadiyah Riau, U., & Studi Keuangan Perbankan, P. (2022). Faktor Psikologi dan Keputusan Investasi Mahasiswa di Pasar Modal. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, *10*(1), 93–102. https://doi.org/10.17509/jrak.v10i1.36709

Rizki, M., & Tamamudin. (2024). Faktor Psikologis, Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi pada Generasi Z terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia. *JIEF – Journal*

of Islamic Economics and Finance, *4*(1), 29–45. https://e-journal.uingusdur.ac.id/jief/article/view/7299

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, *80*(1), 1–28.

Safitri, H., & Dewa, C. B. (2025). Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Menabung Gen Z di Indonesia. *Business Management Journal*, *21*(1), 83–98. https://doi.org/10.30813/bmj.8142

Sari, I. N., & Hidayat, R. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Investasi Saham di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Pengabdian Dan Sosial Masyarakat (PSM)*, *5*(2), 101–109. https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/article/view/45126

Setiaman, R. (2023). Analisis Multikolinearitas Menggunakan Variance Inflation Factor (VIF) dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Statistik Dan Penelitian Sosial*, *12*(1), 45–52. https://doi.org/10.1234/jstat.v12i1.456

Sohn, D., Youn, S., & Lee, M. (2021). The impact of social media use on financial behavior: Evidence from young adults. *Journal of Financial Counseling and Planning*, *32*(1), 120–136.

Sunatar, B., Hendra, M., & Suharmoko, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan Investasi dan Motivasi Investasi Terhadap Minat Berinvestasi Di Pasar Modal Syariah Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Sorong. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *5*(1), 31–45. https://doi.org/10.46918/point.v5i1.1520

Supardi. (2016). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia*, *17*, 100–108. https://doi.org/10.20885/unisia.v0i17.5325

Tandiono, J. (2016). Perilaku Mahasiswa dalam Berinvestasi: Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *15*(1), 45–56.

Thaler, R. H., & Shefrin, H. M. (1981). An economic theory of self-control. *Journal of Political Economy*, *89*(2), 392–406.

Utami, D. S., & Sirine, H. (2016). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Menabung Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *19*(1), 27–52.

van Rooij, M., Lusardi, A., & Alessie, R. (2011). Financial literacy and stock market participation. *Journal of Financial Economics*, *101*(2), 449–472. https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2011.03.006

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, *27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540

Xiao, J. J., & Porto, N. (2017). Financial capability and financial satisfaction: Exploring the relationships between financial behavior, financial knowledge, and financial well-being. *Psychology and Aging*, *32*(2), 155–166.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 ANGKET KUESIONER PENELITIAN

Bagian 1. Pembukaan

PENGARUH FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PERILAKU MENABUNG DAN BERINVESTASI DIKALANGAN GENERASI Z

Assalamualaikum Wr.Wb.

Perkenalkan saya Kaila Salbiah Putri (21311524), mahasiswi Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, DI Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul *"Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Perilaku Menabung dan Berinvestasi dikalangan Generasi Z"*

Dalam Penelitian ini, saya Menyusun beberapa pertanyaan dalam bentuk kuisioner guna memenuhi kebutuhan data. Penelitian ini dilakukan melalui Media Sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan lainnya. Kuesioner ini ditujukn untuk responden berusia 20-25 tahun yang merupakan bagian dari Generasi Z dan memiliki pengalaman atau ketertarikan terhadap kegiatan menabung dan berinvestasi.

Dalam rangka penyelesaian skripsi, saya mohon kesediaan Saudara/I untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi pertanyaan dalam kuesioner ini dengan memilih jawaban yang sesuai secara jujur dan objektif. Jawaban yang diberikan responden dijamin kerahasiaanya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.

Saya sebagai peneliti mengucapkan terima kasih atas kerja sama dan partisipasinya kepada Saudara/I yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Bagian 2. Kriteria Responden

Sebelum melakukan pengisian kuesioner, Saudara/I diharapkan untuk menjawab terlebih dahulu beberapa pertanyaan yang ada dibawah ini dengan memilih salah satu dari jawaban tersebut. Jika menjawab "Ya" pada kedua pertanyaan dibawah ini, maka anda memenuhi syarat sebagai responden dan dapat melanjutkan pengisian kuesioner. Namun, jika anda menjawab "Tidak" maka mohon maaf anda tidak memenuhi kriteria sebagai responden dalam penelitian ini.

1) Apakah anda memiliki kedisiplinan dalam menabung dan berinvestasi secara rutin?
    a) Ya
    b) Tidak
2) Apakah anda mempunyai tabungan investasi dan memiliki rekening yang relevan?
    a) Ya
    b) Tidak (Jika tidak mohon maaf anda tidak bisa melanjutkan kuesioner ini)

Bagian 3. Karakteristik Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
    a. Laki-laki
    b. Perempuan
3. Usia
    a. 20-22 tahun
    b. 22-24 tahun
    c. >25 tahun
4. Pendidikan Terakhir
    a. SMA/SMK
    b. S1
    c. S2
    d. Yang lainnya (sebutkan…)

5. Universitas
    a. UGM

b. UNY
c. UII
d. Lainnya (sebutkan..)

6. Penghasilan/ Uang saku perbulan
    a. 1.000.000 – <2.000.000
    b. 2.000.000 – <3.000.000
    c. 3.000.000 – <4.000.000
    d. ≥ 4.000.000

Bagian 4. Pengukuran Motivasi (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z

1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Setuju
4 = Sangat Setuju

1. Saya memiliki dorongan dari dalam diri untuk mencapai kondisi keuangan yang lebih baik
2. Saya merasa terdorong untuk mulai menabung dan berinvestasi demi masa depan saya.
3. Saya sudah mulai melakukan langkah nyata, seperti menyisihkan uang untuk ditabung atau diinvestasikan.
4. Saya merasa percaya diri dan mampu mengambil keputusan yang tepat dalam menabung dan berinvestasi.

Bagian 5. Pengukuran Pemahaman Investasi (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z

1= Sangat Tidak Setuju
2= Tidak Setuju
3= Setuju
4= Sangat Setuju

1. Saya memahami informasi dasar mengenai investasi, seperti risiko dan keuntungan.
2. Saya menyadari pentingnya memiliki pemahaman dasar sebelum memulai investasi.
3. Saya mengetahui berbagai jenis instrument investasi.
4. Saya memiliki tujuan keuangan yang jelas untuk dicapai melalui investasi.

Bagian 6. Pengukuran Pemanfaatan Teknologi (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z
1= Sangat Tidak Setuju
2= Tidak Setuju
3= Setuju
4= Sangat Setuju

1. Saya secara rutin menggunakan aplikasi keuangan (seperti mobile banking, e-wallet, atau aplikasi investasi) untuk mengatur keuangan saya.
2. Menurut saya, teknologi keuangan (seperti aplikasi mobile) mudah diakses dan digunakan untuk kebutuhan keuangan saya.
3. Saya yakin bahwa aplikasi keuangan yang saya gunakan aman dan dapat diandalkan untuk menyimpan serta mengelola uang.
4. Fitur-fitur dalam aplikasi keuangan yang saya gunakan sesuai dengan kebutuhan saya dalam mengatur keuangan pribadi.

Bagian .7 Pengukuran Locus of Control (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Setuju

4= Sangat Setuju

1. Saya percaya bahwa hasil yang saya capai tergantung pada usaha dan keputusan saya sendiri.
2. Saya merasa bertanggung jawab atas setiap keputusan yang saya buat, termasuk dalam hal keuangan.
3. Saya yakin bahwa keputusan dan tindakan saya sendiri sangat berpengaruh terhadap hasil yang saya peroleh.
4. Saya menganggap keberhasilan atau kegagalan dalam keuangan adalah akibat dari keputusan dan tindakan saya sendiri.

Bagian .8 Pengukuran Media Sosial (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Setuju

4= Sangat Setuju

1. Saya mengakses media sosial setiap hari (misalnya Instagram, TikTok, YouTube, dll.).
2. Saya menggunakan media sosial untuk mendapatkan hiburan, informasi, dan edukasi keuangan.
3. Saya menggunakan platform seperti TikTok, Instagram, atau YouTube untuk mencari informasi tentang keuangan atau investasi.

4. Saya percaya bahwa informasi keuangan atau investasi yang saya peroleh dari media sosial dapat dijadikan pertimbangan.
5. Konten di media sosial mempengaruhi saya untuk mulai menabung, berinvestasi, atau membeli produk keuangan tertentu.

Bagian .9 Perilaku Menabung dan Berinvestasi (Skala *Likert* 1-4)

Daftar pertanyaan berikut memiliki 4 alternatif jawaban. Pilihlah salah satu jawaban yang menunjukan referensi Saudara/I saat melakukan aktivitas menabung atau berinvestasi, untuk mengumpulkan informasi mengenai pengaruh faktor psikologis terhadap menabung dan berinvestasi Generasi Z

1= Sangat Tidak Setuju

2= Tidak Setuju

3= Setuju

4= Sangat Setuju

1. Saya rutin menyisihkan sebagian uang saku atau pendapatan untuk ditabung atau diinvestasikan.
2. Saya menabung atau berinvestasi untuk tujuan keuangan tertentu seperti pendidikan, masa depan, atau dana darurat.
3. Saya merencanakan keuangan pribadi agar bisa menabung atau berinvestasi secara teratur
4. Saya menggunakan media tertentu untuk menyimpan atau mengelola dana, seperti rekening tabungan, dompet digital, atau instrumen investasi lainnya.

LAMPIRAN 2. Hasil Pengumpulan Data Responden

Motivasi				*Pemahaman Investasi*				*Pemanfaatan Teknologi*				*Locus of Control*				*Media Sosial*					*Perilaku Menabung dan Berinvestasi*			
MO1	MO2	MO3	MO4	PI1	PI2	PI3	PI4	PT1	PT2	PT3	PT4	LC1	LC2	LC3	LC4	MS1	MS2	MS3	MS4	MS5	PMB1	PMB2	PMB3	PMB4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2
3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4
3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3
3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3
3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4
3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2
3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4
4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3
3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2
3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
4	4	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3
4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
4	4	4	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
2	2	3	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
2	3	3	2	2	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2
2	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	2	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	2	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2
2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3
3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2
4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	1	1	1	1	1	3	3	2	3
4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3
4	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

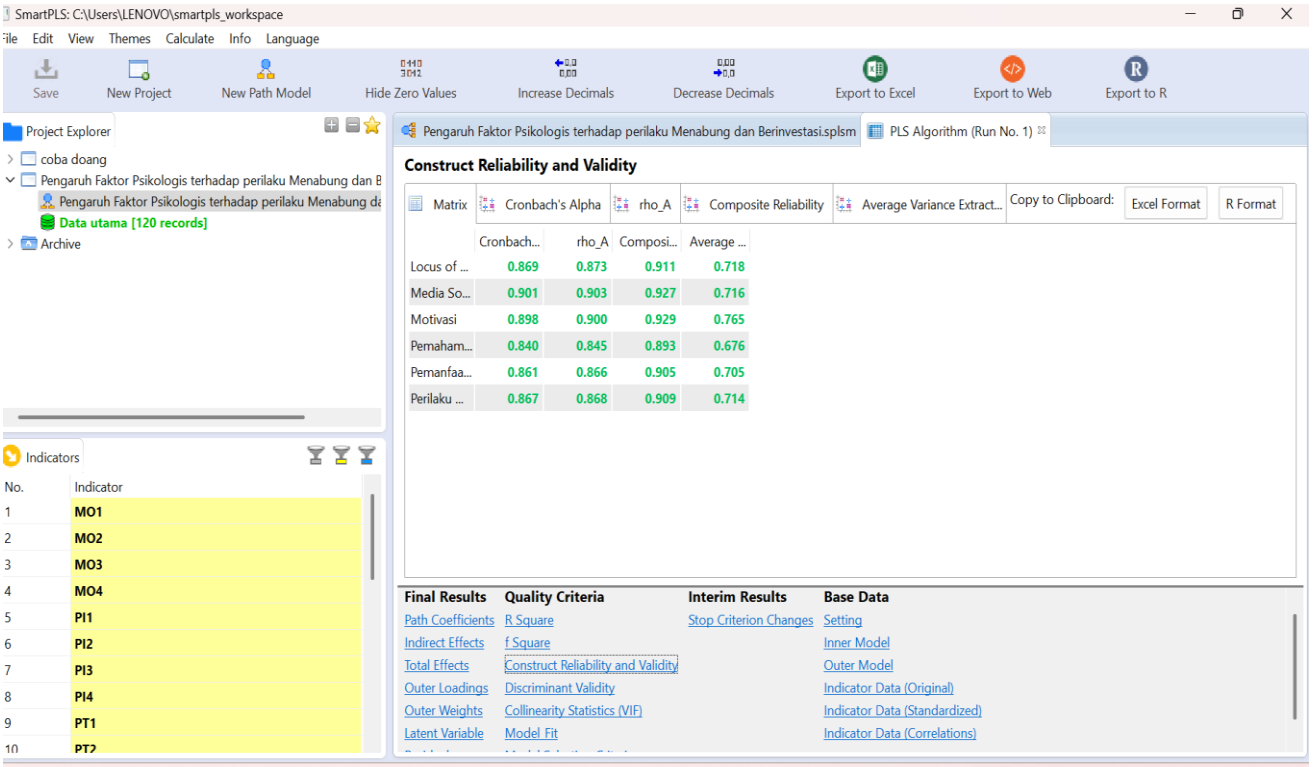
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4
3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3
2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
3	4	4	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3
3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	2	3
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2
3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3
3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3
4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
3	3	2	2	2	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2
3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	4	4	3	4	4	2	2	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
2	2	2	2	4	4	4	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	4	4	3	2	2	2
4	4	4	4	2	4	2	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
4	2	2	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
2	3	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	2
4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2
3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4

LAMPIRAN 3. Hasil Tabulasi Data

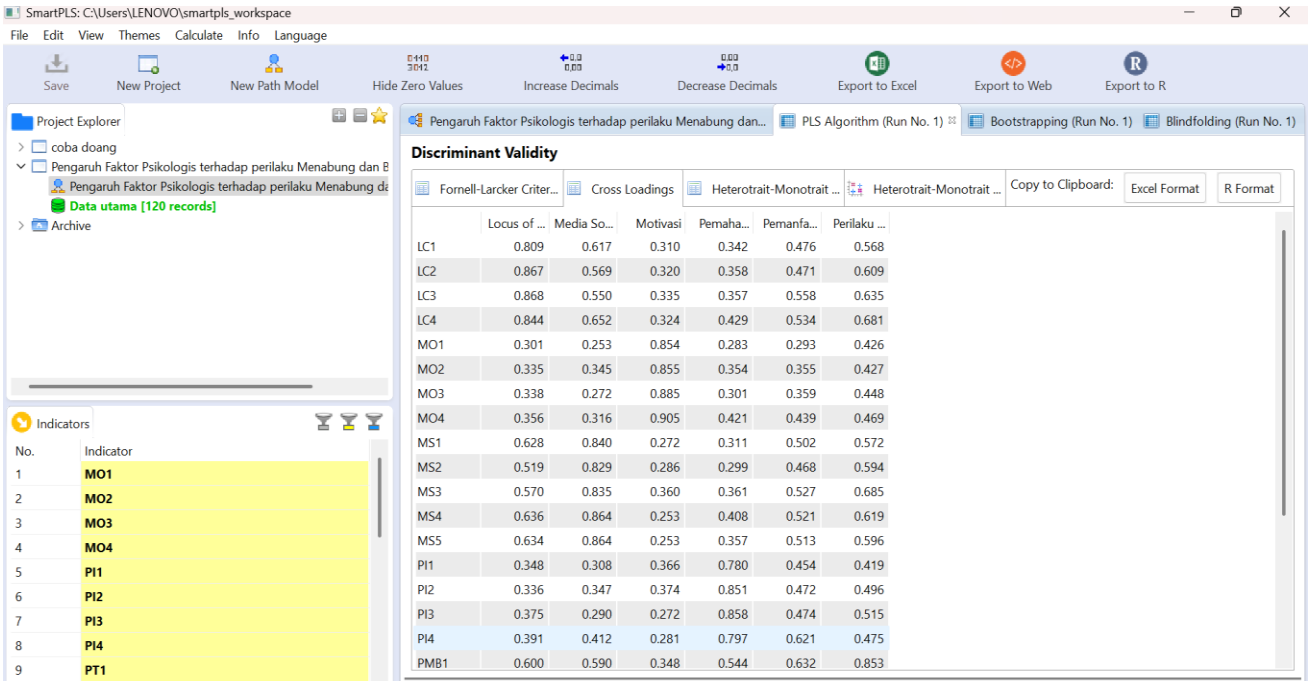
Outer Loading

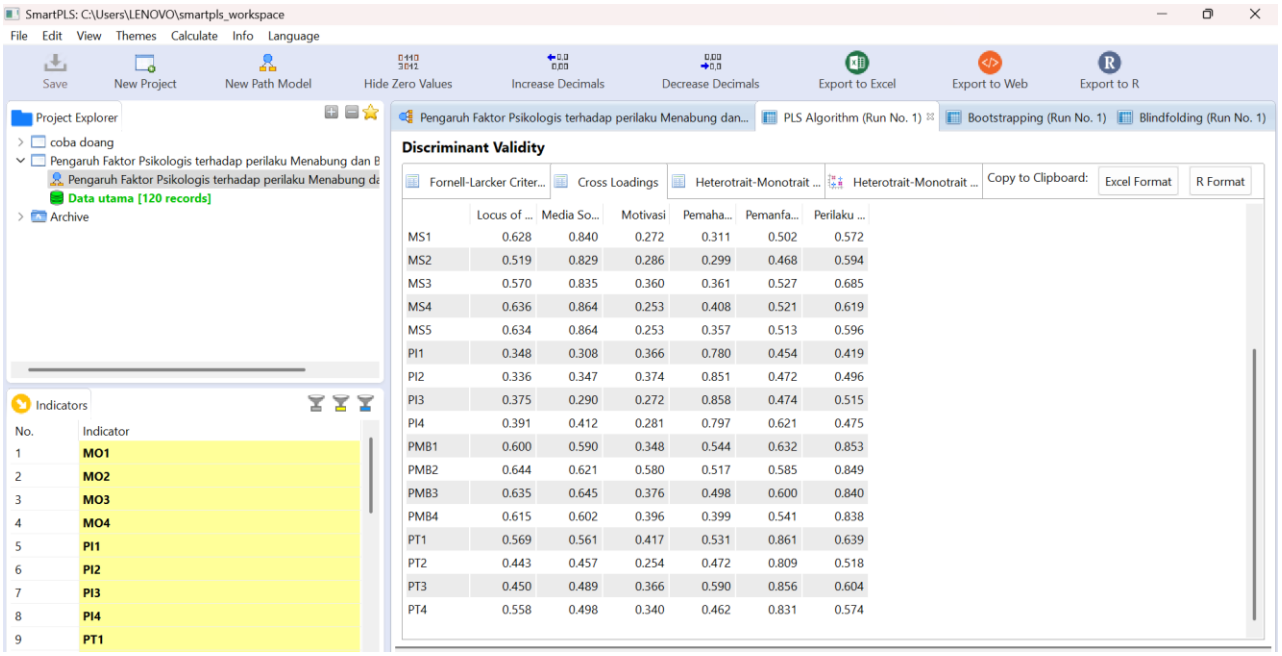
	Motivasi	Pemahaman Investasi	Pemanfaatan Teknologi	Locus of Control	Media Sosial	Perilaku Menabung dan Berinvestasi
MO1	0.854					
MO2	0.855					
MO3	0.885					
MO4	0.905					
PI1		0.780				
PI2		0.851				
PI3		0.858				
PI4		0.797				
PT1			0.861			
PT2			0.809			
PT3			0.856			
PT4			0.831			
LC1				0.809		
LC2				0.867		
LC3				0.868		
LC4				0.844		
MS1					0.840	
MS2					0.829	
MS3					0.835	
MS4					0.864	
MS5					0.864	
PMB1						0.853
PMB2						0.849
PMB3						0.840
PMB4						0.838

Construct Reability and Validity



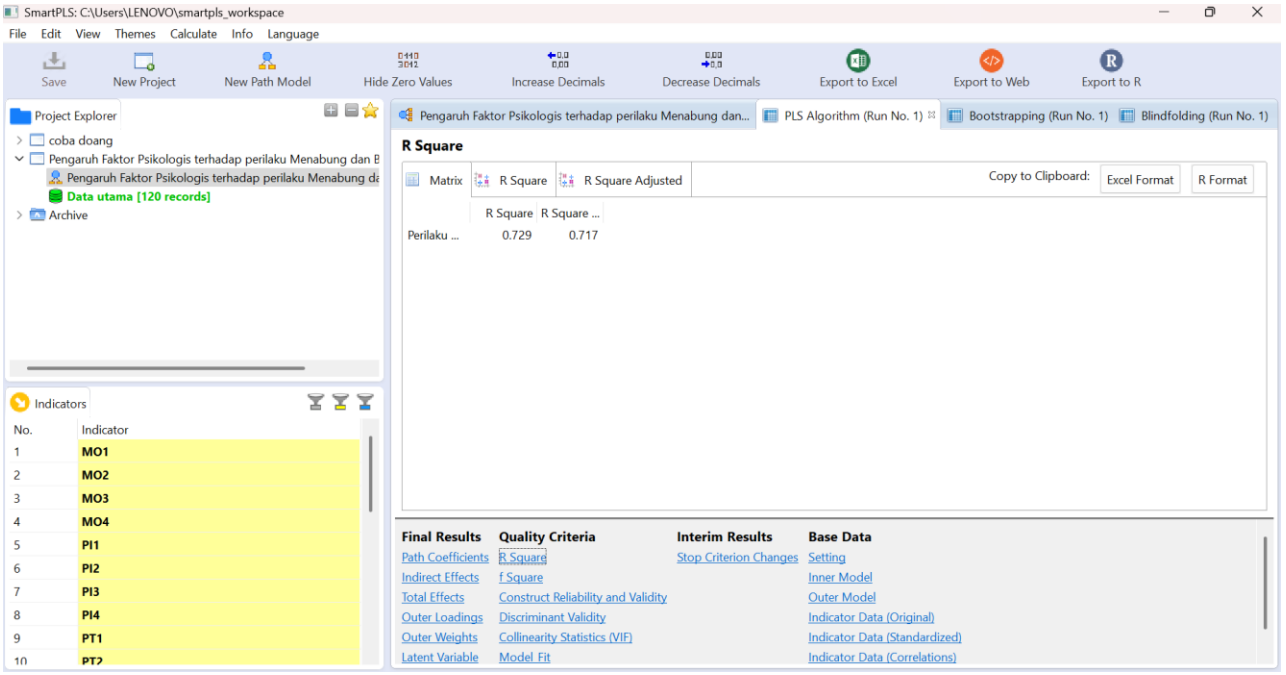
Fornell Lacker





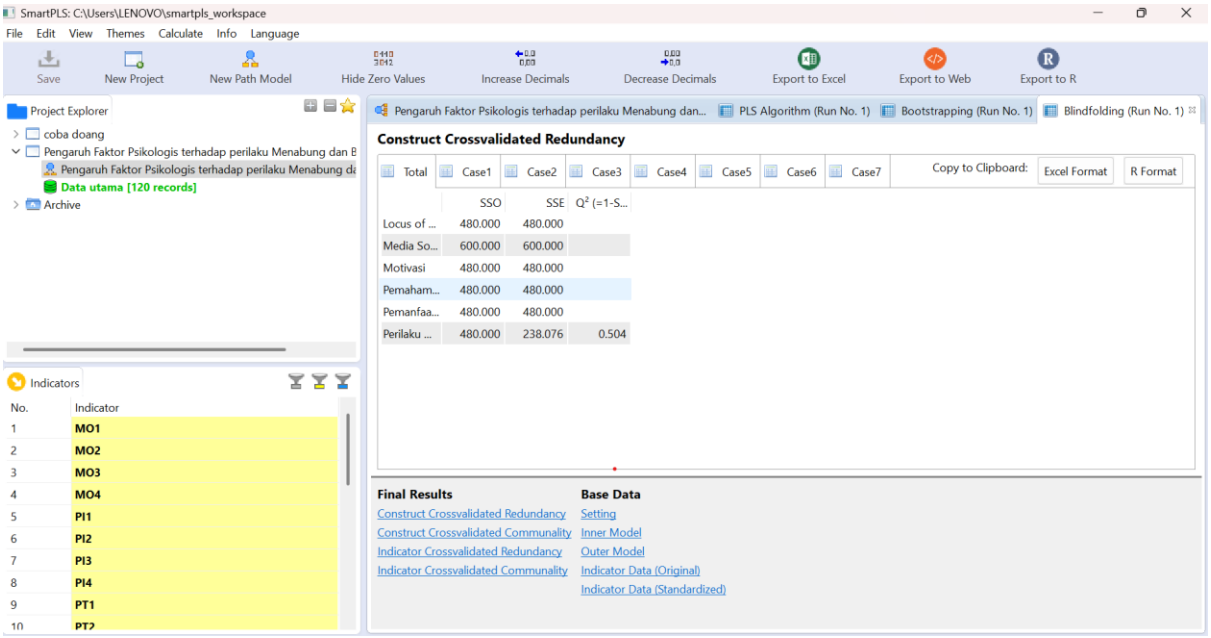
	Locus of ...	Media So...	Motivasi	Pemaha...	Pemanfa...	Perilaku ...
MS1	0.628	0.840	0.272	0.311	0.502	0.572
MS2	0.519	0.829	0.286	0.299	0.468	0.594
MS3	0.570	0.835	0.360	0.361	0.527	0.685
MS4	0.636	0.864	0.253	0.408	0.521	0.619
MS5	0.634	0.864	0.253	0.357	0.513	0.596
PI1	0.348	0.308	0.366	0.780	0.454	0.419
PI2	0.336	0.347	0.374	0.851	0.472	0.496
PI3	0.375	0.290	0.272	0.858	0.474	0.515
PI4	0.391	0.412	0.281	0.797	0.621	0.475
PMB1	0.600	0.590	0.348	0.544	0.632	0.853
PMB2	0.644	0.621	0.580	0.517	0.585	0.849
PMB3	0.635	0.645	0.376	0.498	0.600	0.840
PMB4	0.615	0.602	0.396	0.399	0.541	0.838
PT1	0.569	0.561	0.417	0.531	0.861	0.639
PT2	0.443	0.457	0.254	0.472	0.809	0.518
PT3	0.450	0.489	0.366	0.590	0.856	0.604
PT4	0.558	0.498	0.340	0.462	0.831	0.574

R Square



	R Square	R Square ...
Perilaku ...	0.729	0.717

Q Square



Path Coefficients

