

**Pengaruh *Generational Affiliation* Terhadap *Saving Accumulation Motivation*
: Peran *Financial Literacy* Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Gen X, Y,
dan Z di Indonesia)**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Maharani Dewika Putri

Nomor Mahasiswa : 21311426

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2025

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi 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 yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apa pun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Juli 2025



Maharani Dewika Putri

HALAMAN PENGESAHAN

**“Pengaruh *Generational Affiliation* Terhadap *Saving Accumulation*
Motivation : Peran *Financial Literacy* Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada
Gen X, Y, dan Z di Indonesia)”**

Nama : Maharani Dewika Putri

Nomor Mahasiswa. : 21311424

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Keuangan

Yogyakarta, 22 Juli 2025

Telah disetujui dan disahkan
oleh Dosen Pembimbing

SKRIPSI ACC DIUJIKAN
22 JULI 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sutrisno', is written over a faint, circular official stamp. The signature is fluid and cursive.

Sutrisno, Prof., Dr., Drs., M.M

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL

“Pengaruh *Generational Affiliation* Terhadap *Saving Accumulation Motivation* : Peran *Financial Literacy* Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Gen X, Y, dan Z di Indonesia)”

Disusun oleh : Maharani Dewika Putri

Nomor Mahasiswa : 21311426

Penguji/Pembimbing TA :

Penguji :

Mengetahui

Dekan Fakultas Bisnis dan

Ekonomika Universitas Islam

Indonesia

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

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum, Warahmatullah Wabarakatuh

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai teladan utama umat manusia. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh *Generational Affiliation* terhadap *Saving Accumulation Motivation*: Peran *Financial Literacy* sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Generasi X, Y, dan Z di Indonesia)”** disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan kesehatan, kekuatan, kelapangan hati, serta kemudahan dalam setiap tahapan proses penyusunan skripsi ini. Tanpa pertolongan-Nya, segala usaha dan ikhtiar tidak akan berjalan dengan lancar.
2. Bapak Sutrisno, Prof., Dr., Drs., M.M., selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, serta dedikasi telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, waktu, dan perhatian yang Bapak curahkan, yang sangat berarti dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia, yang telah membimbing, menginspirasi, dan membekali saya dengan ilmu pengetahuan serta nilai-nilai akademik selama masa perkuliahan. Bimbingan dan keteladanan Bapak/Ibu tidak hanya memberikan pemahaman dalam bidang manajemen, tetapi juga membentuk karakter, etika, dan semangat belajar yang akan terus saya bawa dalam kehidupan pribadi dan profesional. Semoga segala ilmu yang telah dibagikan menjadi amal jariyah yang terus mengalir pahalanya.

4. Pintu surgaku, ibu tercinta Wieka Yunita sosok utama dalam hidup penulis, tempat segala doa berpulang, dan sumber kasih sayang tak terbatas. Tak ada untaian kata yang mampu sepenuhnya menggambarkan rasa syukur atas segala cinta, pengorbanan, dan ketulusan yang Ibu curahkan sejak penulis dilahirkan hingga saat ini. Terima kasih telah membesarkan penulis dengan penuh kelembutan dan kesabaran, menjadi pelindung dalam setiap musim kehidupan, dan tak pernah lelah menyisipkan doa-doa tulus dalam setiap langkah yang penulis ambil. Segala pencapaian ini tidak lepas dari restu dan doa Ibu, yang menjadi kekuatan terbesar dalam perjalanan panjang meraih impian ini.
5. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya sampaikan kepada seluruh keluarga tercinta yang telah menjadi bagian penting dalam setiap perjalanan hidup dan pendidikan saya. Tanpa doa, dukungan, dan cinta yang tulus dari keluarga, saya tidak akan mampu melewati berbagai tantangan hingga titik ini. Secara khusus, Kepada Atok Hajir Hasan dan Atok Zaenab Masarro, terima kasih atas bantuan dan kasih sayang yang tulus, serta dukungan moril dan materiil yang senantiasa diberikan dengan penuh keikhlasan. Segala bentuk pengorbanan dan kebaikan yang diberikan menjadi fondasi penting dalam setiap langkah saya hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa, rasa terima kasih yang mendalam juga saya haturkan kepada Om Ata dan Tante Pipit atas kasih sayang, perhatian, dan dukungan yang begitu besar. Kehadiran serta ketulusan hati keduanya telah menjadi sumber kekuatan dan semangat tersendiri bagi saya. Segala kebaikan dan ketulusan yang telah diberikan tidak akan pernah saya lupakan, dan menjadi salah satu anugerah terbesar yang Allah SWT hadirkan dalam hidup saya.
6. Kepada seluruh Om dan Tante penulis. Terimakasih sudah mejadi keluarga yang hangat serta sumber kebahagiaan dan penyemangan penulis dengan memberikan semangat, hiburan yang tiada henti hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Resti, Dini, Bea selaku teman-teman seperjuangan penulis sejak awal perkuliahan yang telah menjadi bagian penting dalam proses akademik

maupun kehidupan saya selama menempuh studi. Terima kasih atas kebersamaan yang hangat, dukungan tanpa henti, saling menguatkan saat menghadapi kesulitan, dan tawa yang mewarnai hari-hari panjang penuh tugas dan ujian. Kalian bukan hanya rekan dalam kelas, tetapi juga pengingat bahwa setiap proses akan terasa lebih ringan jika dijalani bersama orang-orang yang peduli.

8. Ananda Rezky, sahabat yang telah menemani perjalanan sejak masa SMA. Kehadirannya memberikan warna tersendiri dalam berbagai fase kehidupan penulis, baik dalam suka maupun tantangan.
9. *Entrepreneur Community* dan *Indonesian Business Carnival* yang telah menjadi bagian dari perjalanan pembelajaran dan pengembangan diri saya di luar lingkungan akademik. Melalui berbagai kegiatan, pengalaman, dan jejaring yang diberikan, saya banyak belajar tentang dunia wirausaha, kepemimpinan, serta kerja sama tim yang bermakna. Setiap kesempatan yang diberikan telah memperluas wawasan, memperkuat semangat untuk terus tumbuh dan berkontribusi, serta memberikan wawasan praktis dan inspirasi yang sangat berharga. Pengalaman tersebut juga menumbuhkan keberanian dan rasa percaya diri saya dalam menghadapi tantangan di masa depan.
10. Kepada seseorang yang pernah menjadi bagian berarti dalam perjalanan hidup penulis selama hampir 2 tahun terakhir. Meskipun namanya tidak dapat saya sebutkan, kehadiran dan kenangan bersamanya telah memberikan warna, pelajaran, serta pengalaman berharga yang turut membentuk pribadi saya hingga saat ini. Terima kasih atas waktu, dukungan, dan kebersamaan yang pernah kita jalani. Terima kasih telah menjadi bagian yang menyenangkan dalam hidup ini. Semoga segala kebaikan yang pernah dibagi senantiasa menjadi amal yang membawa keberkahan dan ketenangan dalam perjalanan hidup masing-masing ke depannya.
11. Dan terakhir, untuk diri saya sendiri untuk keberanian yang tak selalu disadari, untuk ketekunan yang tak selalu diapresiasi, dan untuk setiap

langkah yang tetap diambil meski dalam keadaan lelah dan ragu. Sulit untuk bertahan hingga sejauh ini. Sering merasa lelah, kecewa, dan putus asa, hingga nyaris lupa rasanya percaya pada diri sendiri. Terima kasih telah tetap hidup, meskipun jalan yang dilalui begitu berat dan sunyi. Terima kasih karena tidak menyerah, bahkan ketika dunia terasa tidak memberi tempat untukmu bernapas lega. Setiap langkah yang kamu ambil adalah bukti bahwa harapan itu masih ada. Perjalanan ini bukan sekadar pencapaian akademik, melainkan proses mendalam untuk memahami diri sendiri. *And to myself, I just want to say: you did it, and you deserve to be proud of it. This journey has shaped not just an academic milestone, but a deeper understanding of who I am. And to myself, I just want to say: you did it, and you deserve to be proud of it.*

**PENGARUH AFILIASI GENERASI TERHADAP MOTIVASI
AKUMULASI TABUNGAN: PERAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI (STUDI PADA GENERASI X, Y, Z DI INDONESIA)**

Maharani Dewika Putri

**Jurusan Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas
Islam Indonesia**

21311426@students.uii.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh afiliasi generasi terhadap motivasi akumulasi tabungan dengan literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Sampel penelitian terdiri dari individu yang mewakili Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z, dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner daring. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 30 dan PROCESS Macro Model 4 dari Andrew F. Hayes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa afiliasi generasi berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan dan motivasi akumulasi tabungan, serta literasi keuangan juga berpengaruh signifikan terhadap motivasi akumulasi tabungan. Lebih lanjut, analisis mediasi menunjukkan bahwa literasi keuangan secara signifikan memediasi hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi menabung. Namun demikian, hasil uji beda menggunakan One-Way ANOVA tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan dalam motivasi menabung di antara kelompok generasi.

Kata Kunci : *Afiliasi Generasi, Literasi Keuangan, Motivasi Akumulasi Tabungan, Mediasi*

**THE INFLUENCE OF GENERATIONAL AFFILIATION ON SAVING
ACCUMULATION MOTIVATION: THE ROLE OF FINANCIAL
LITERACY AS A MEDIATING VARIABLE (STUDY ON GEN X, Y, Z IN
INDONESIA)**

Maharani Dewika Putri

**Departement of Management, Faculty of Business and Economics, Islamic
University of Indonesia**

21311426@students.uui.ac.id

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of generational affiliation on savings accumulation motivation with financial literacy as a mediating variable. The sample consisted of individuals representing Generation X, Generation Y (Millennials), and Generation Z, using a quantitative approach through an online questionnaire. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 30 and PROCESS Macro Model 4 by Andrew F. Hayes. The results revealed that generational affiliation significantly influences both financial literacy and savings accumulation motivation. In addition, financial literacy significantly affects savings motivation. Mediation analysis confirmed that financial literacy significantly mediates the relationship between generational affiliation and savings accumulation motivation. However, the One-Way ANOVA test indicated no significant differences in savings motivation among the generational groups.

Keywords: *Generational Affiliation, Financial Literacy, Savings Accumulation Motivation, Mediation*

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Generational Affiliation	7
2.1.2 Financial Literacy	7
2.1.3 Savings Accumulation Motivation.....	8
2.1.4 Penelitian Terdahulu	9
2.2. Pengembangan Hipotesis.....	11
2.2.1. Pengaruh Generational Affiliation terhadap Savings Accumulation Motivation	11
2.2.2 Pengaruh Generational Affiliation terhadap Financial Literacy	12
2.2.3 Pengaruh Financial Literacy terhadap Savings Accumulation Motivation	13
2.2.4 Peran Mediasi Financial Literacy dalam Pengaruh Generational Affiliation terhadap Savings Accumulation Motivation	14
2.2.5 Analisis Perbedaan Motivasi Menabung Berdasarkan Afiliasi Generasi (Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z)	15
2.3 Kerangka Berfikir	16

BAB III METODE PENELITIAN	18
3.1 Pendekatan Penelitian	18
3.2 Populasi dan Sampel.....	18
3.2.1 Populasi.....	18
3.2.2 Sampel.....	18
3.3 Instrumen Penelitian.....	19
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	20
3.4.1 Generational Affiliation	20
3.3.2 Financial Literacy	21
3.3.3 Saving Accumulation Motivation	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Analisis Deskriptif	26
3.6.2 Analisis Statistik	26
3.7 Uji Instrumen	27
3.7.1 Uji Validitas	27
3.7.2 Uji Reliabilitas	27
4.4 Uji Statistik Inferensial.....	28
3.8.1 Uji Normalitas.....	28
3.8.2 Uji Homogenitas Varians.....	28
3.8.3 Regresi Linier Berganda	28
3.9 Pengujian Hipotesis.....	30
3.9.1 Uji t (Uji Signifikansi Parsial)	30
3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)	31
3.9.3 Uji F (Uji Simultan)	31
3.9.4 Uji Beda One-Way ANOVA	31
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Hasil Analisis	32
4.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik responden	32
4.1.2 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir...	33
4.1.3 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	33
4.1.4 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan...	34
4.1.5 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan....	35

4.1.6	Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan	35
4.2	Analisis Data Deskriptif Variabel Penelitian.....	36
4.2.1	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian Generational Affiliation	36
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian Financial Literacy	37
4.2.3	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian Saving Accumulation Motivation	39
4.3	Analisis Statistik.....	40
4.3.1	Uji Validitas	40
4.3.2	Uji Reabilitas.....	42
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	42
4.4.1	Uji Normalitas	42
4.4.2	Uji Homogenitas Varians	43
4.5	Uji Hipotesis.....	44
4.5.1	Analisis Mediasi – PROCESS Hayes Model 4.....	46
4.5.2	Uji One-Way ANOVA.....	49
4.6	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	48
4.7	Pembahasan	49
4.7.1	Pengaruh Generational Affiliation terhadap Savings Accumulation Motivation	49
4.7.2	Pengaruh Generational Affiliation terhadap Financial Literacy	50
4.7.3	Pengaruh Financial Literacy terhadap Savings Accumulation Motivation	52
4.7.4	Peran Mediasi Financial Literacy.....	53
4.7.5	Analisis Perbedaan Motivasi Akumulasi Tabungan Berdasarkan Afiliasi Generasi	54
V	Kesimpulan Dan Saran.....	56
5.1	Kesimpulan	56
5.2	Implikasi Manajerial	57
5.3	Keterbatasan Penelitian	59
5.4	Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN.....		69

DAFTAR GAMBAR

Figure 2.2 Kerangka Berfikir	17
---	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1Skala Likert	19
Tabel 3. 2 Pengukuran Generational Affiliation Indikator	20
Tabel 3. 3 Indikator Pengukuran Financial Literacy	22
Tabel 3. 4Indikator Pengukuran Saving Accumulation Motivation	24
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir dan Kelompok Generasi.....	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	33
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan	34
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan	35
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden.....	36
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian GA	36
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian FL	38
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian SAM	39
Tabel 4. 10 Uji Validitas	40
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Pilot	42
Tabel 4. 12 Uji Normalitas	43
Tabel 4. 13 Homogenitas Varians	44
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis	44
Tabel 4. 15 Hasil Bootstrapping	48
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	49

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku menabung merupakan pilar penting dalam stabilitas keuangan individu maupun ketahanan ekonomi suatu negara. Secara global, tabungan tidak hanya berfungsi sebagai dana darurat, tetapi juga menjadi fondasi strategi pengelolaan keuangan untuk kebutuhan masa depan seperti pendidikan, pensiun, dan investasi (OECD, 2021). Teori Perilaku Terencana (TPB) menyatakan bahwa motivasi menabung terbentuk melalui tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku menabung, pengaruh sosial yang dirasakan, dan persepsi terhadap kendali diri dalam melakukannya (Ajzen, 1991). Perbedaan dalam motivasi menabung ini tidak terbentuk secara homogen di seluruh kelompok usia, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik khas yang dimiliki masing-masing generasi.

Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK, 2023) di Indonesia menunjukkan bahwa hanya 49,5% penduduk memiliki tabungan aktif, mengindikasikan tren yang mengkhawatirkan serta kesenjangan antargenerasi dalam perilaku menabung. Generasi X (usia 43-58 tahun) mendominasi dengan tingkat menabung 58%, disusul Generasi Y/Milenial (27-42 tahun) sebesar 42%, dan Generasi Z (18-26 tahun) yang hanya mencapai 32%. Survei Bank Indonesia (2023) mengungkap bahwa 73% Generasi Z menunjukkan kecenderungan untuk mengutamakan pengalaman hidup daripada menabung, sementara Generasi Y sering kali mengalami pola konsumsi yang bersifat *paycheck-to-paycheck* (Kompas, 2023). Fenomena ini memperlihatkan bahwa meskipun akses keuangan digital semakin terbuka, motivasi menabung justru menurun di kalangan generasi muda.

Variasi dalam perilaku menabung antargenerasi tidak hanya dipengaruhi oleh karakteristik usia, tetapi juga oleh sejumlah faktor sosial dan ekonomi yang berperan dalam membentuk kebiasaan serta persepsi finansial. Faktor-faktor tersebut mencakup kebijakan pemerintah terkait inklusi keuangan, tingkat inflasi,

dinamika pasar tenaga kerja, serta paparan konten media sosial yang cenderung mendorong pola konsumsi. Kesenjangan ekonomi antarwilayah, keterbatasan akses edukasi finansial, dan ketimpangan digital turut menjadi konteks penting yang perlu diperhatikan. Dengan mempertimbangkan beragam dimensi tersebut, analisis terhadap motivasi menabung lintas generasi menjadi lebih komprehensif dan relevan sebagai dasar penyusunan intervensi kebijakan yang berbasis data.

Perbedaan karakteristik dalam pengelolaan keuangan antar generasi tampak cukup signifikan. Generasi X cenderung bersikap konservatif, dengan kecenderungan menabung untuk tujuan jangka panjang seperti pendidikan anak (Suryanto & Komalasari, 2020). Generasi Y berada di antara kebutuhan memenuhi gaya hidup dan aspirasi memiliki aset seperti properti (42%). Generasi Z sendiri menjalani masa pertumbuhan di era digitalisasi menunjukkan kecenderungan berbeda, di mana sebagian besar menganggap dompet digital sebagai bentuk tabungan, meskipun bersifat lebih fleksibel dan jangka pendek (Dewi et al., 2020). Tren ini turut dipengaruhi oleh paparan terhadap konten finansial di media sosial, yang membentuk pola pikir mereka terhadap pengelolaan keuangan (Priyono & Nugroho, 2021).

Permasalahan mendasar terletak pada dua hal. Pertama, rendahnya motivasi menabung Generasi Z yang digital savvy tetapi kurang memahami konsep akumulasi tabungan jangka panjang. Kedua, Di Indonesia, studi yang mengkaji secara utuh mengenai peran literasi keuangan sebagai mediator hubungan generasi dan motivasi menabung untuk ketiga generasi sekaligus masih jarang ditemukan. Padahal, studi Lusardi & Mitchell (2017) di AS membuktikan literasi keuangan memediasi 35% pengaruh generasi terhadap tabungan, tetapi temuan ini belum diadaptasi untuk konteks Indonesia dengan karakteristik generasi yang berbeda.

Literasi keuangan berperan sebagai mekanisme mediasi yang menjelaskan bagaimana afiliasi generasi dapat memengaruhi motivasi menabung. Setiap generasi memiliki tingkat pemahaman dan akses informasi keuangan yang berbeda, yang membentuk cara pandang serta kebiasaan dalam menyisihkan pendapatan. Studi di Indonesia menunjukkan bahwa literasi keuangan masih berada pada tingkat

yang relatif rendah di kalangan generasi muda, khususnya Gen Z dan belum cukup efektif dijangkau oleh pendekatan edukasi konvensional (OJK, 2023; Dewi et al., 2020). Kondisi ini berdampak pada lemahnya orientasi jangka panjang dalam pengelolaan keuangan pribadi. Kajian tersebut diperlukan guna merespons kebutuhan akan kebijakan edukasi keuangan yang sesuai dengan karakteristik setiap generasi, sekaligus mendukung penguatan literasi dan inklusi keuangan dalam konteks pembangunan ekonomi nasional.

Penelitian berlandaskan pada teori *Planned Behavior* dengan adaptasi spesifik, di mana afiliasi generasi diasumsikan merepresentasikan variasi sikap dan norma subjektif antar kelompok usia. Literasi keuangan diposisikan sebagai bentuk persepsi terhadap kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), sedangkan motivasi akumulasi tabungan menjadi perilaku akhir yang diamati. Dalam konteks Generasi X, sikap konservatif terhadap keuangan dan pengalaman hidup yang lebih panjang membentuk orientasi menabung jangka panjang, seperti untuk dana pendidikan anak. Norma sosial terbentuk dari lingkungan yang menghargai stabilitas finansial. Generasi Y (Milenial), yang hidup dalam masa transisi digital dan tekanan gaya hidup urban, menunjukkan sikap yang cenderung ambivalen antara keinginan menabung dan memenuhi gaya hidup. Norma subjektif mereka dipengaruhi oleh tekanan sosial dari rekan sebaya yang memiliki gaya hidup konsumtif. Generasi Z yang tumbuh sebagai *digital native* menunjukkan sikap yang lebih terbuka terhadap teknologi keuangan, namun cenderung mengutamakan pengalaman dibandingkan perencanaan jangka panjang. Norma mereka terbentuk dari media sosial dan komunitas digital, sedangkan persepsi kontrol terhadap keuangan dipengaruhi oleh kemampuan mengakses dan memahami informasi finansial secara cepat.

Dalam kerangka teori tersebut, literasi keuangan menjadi faktor penentu yang memperkuat persepsi kontrol perilaku di setiap generasi. Individu dengan tingkat literasi tinggi cenderung merasa lebih mampu dalam mengelola keuangannya, sehingga terdorong untuk menabung secara terencana. Fokus utama dari penelitian ini terletak pada pentingnya merumuskan kebijakan edukasi keuangan yang tepat

sasaran dan relevan dengan kebutuhan generasi yang berbeda. Meskipun demikian, implementasi kebijakan tersebut masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti kesenjangan akses digital, rendahnya minat generasi muda terhadap edukasi finansial formal, serta belum optimalnya integrasi program literasi keuangan dalam sistem pendidikan nasional. Dengan mengadaptasi teori *Planned Behavior* ke dalam konteks lintas generasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan dasar konseptual yang lebih kuat dalam merancang strategi literasi keuangan yang efektif dan berkelanjutan di Indonesia.

Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi landasan bagi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) maupun pelaku industri keuangan dalam merancang pendekatan yang lebih tersegmentasi—pendekatan konvensional untuk Generasi X, kombinasi digital dan tradisional untuk Generasi Y, serta konten mikro berbasis media sosial untuk Generasi Z. Dengan menyesuaikan strategi literasi keuangan berdasarkan karakteristik generasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap penguatan ketahanan finansial masyarakat Indonesia secara menyeluruh. Dengan penyesuaian strategi tersebut, hasil kajian turut berkontribusi terhadap penguatan ketahanan finansial lintas generasi, yang sangat relevan dalam menghadapi dinamika sosial-ekonomi nasional seperti peningkatan biaya hidup, ketimpangan akses finansial, serta penetrasi ekonomi digital yang semakin luas.

Dari sisi kontribusi ilmiah, studi ini menawarkan sejumlah kebaruan, antara lain dengan mengadopsi pendekatan komparatif yang mengintegrasikan tiga generasi (X, Y, dan Z) dalam satu kerangka analisis; menempatkan literasi keuangan sebagai variabel mediasi, bukan hanya sebagai prediktor tunggal; serta memfokuskan perhatian pada aspek motivasional dari perilaku menabung, yang kerap terabaikan dalam kajian sebelumnya. Dengan landasan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur akademik sekaligus memberikan rekomendasi praktis dalam upaya peningkatan kesejahteraan finansial lintas generasi.

1.2 Perumusan Masalah

Sebagaimana telah diuraikan dalam latar belakang, penelitian ini dirancang untuk menjawab permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara afiliasi generasi (Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z) terhadap motivasi akumulasi tabungan?
2. Bagaimana pengaruh generational affiliation terhadap Tingkat literasi keuangan pada Generasi X, Y, dan Z di Indonesia?
3. Bagaimana literasi keuangan memediasi hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi akumulasi tabungan?
4. Apakah menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam motivasi menabung antara Generasi X, Y/Milenial, dan Z?
5. Bagaimana peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku menabung pada berbagai generasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti berupaya untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh antara afiliasi generasi yang terdiri dari Generasi X, Y, dan Z dengan tingkat motivasi dalam mengakumulasi tabungan.
2. Mengkaji peran literasi keuangan sebagai variable mediasi dalam hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi akumulasi menabung.
3. Menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam motivasi menabung di antara Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z.
4. Menganalisis bagaimana peran literasi keuangan dalam membentuk perilaku menabung pada berbagai generasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Penelitian ini dimaksudkan untuk memperkuat basis literatur yang membahas keterkaitan antara generasi sosial dan kecenderungan individu dalam mengakumulasi tabungan, serta pentingnya literasi keuangan sebagai variabel mediasi. Temuan dalam penelitian ini berpotensi menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang menyoroti keterkaitan antara afiliasi generasi, tingkat literasi keuangan, dan perilaku finansial pada kalangan mahasiswa.

2. Manfaat Praktis:

Diharapkan, penelitian ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi penyelenggara program edukasi keuangan, lembaga pelatihan, serta pembuat kebijakan dalam merancang program literasi keuangan yang tepat sasaran sesuai karakteristik Generasi X, Y, dan Z. Hasil penelitian ini juga berpotensi digunakan oleh institusi keuangan untuk mengembangkan strategi layanan yang adaptif terhadap kebutuhan dan perilaku menabung dari masing-masing generasi, sehingga dapat meningkatkan motivasi dan kemampuan pengelolaan keuangan secara efektif di masyarakat luas.

3. Manfaat Sosial:

Melalui hasil penelitian ini, diharapkan tercipta pemahaman yang lebih luas di kalangan masyarakat lintas generasi terkait pentingnya literasi keuangan sebagai fondasi dalam membangun kebiasaan menabung yang bijak dan konsisten dalam jangka panjang. Dengan meningkatnya literasi keuangan, masyarakat akan lebih mampu mengelola keuangan pribadi secara bijak, menghindari jebakan utang, guna membentuk landasan keuangan yang lebih kokoh di masa mendatang. Hal ini juga dapat mengurangi risiko sosial yang muncul akibat masalah keuangan, seperti kemiskinan dan ketidakstabilan ekonomi keluarga. Pada akhirnya, literasi keuangan yang baik akan berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat secara luas.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Generational Affiliation*

Generational affiliation adalah konsep yang merujuk pada pengelompokan individu berdasarkan periode kelahiran mereka, yang diasosiasikan dengan pengalaman sosial, budaya, ekonomi, dan teknologi yang membentuk karakteristik, nilai, serta perilaku khas masing-masing kelompok. Konsep ini berangkat dari pandangan bahwa setiap generasi mengalami konteks sejarah dan lingkungan perkembangan yang berbeda, yang secara signifikan memengaruhi pola pikir dan perilaku mereka, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan (Strauss & Howe, 1991). Dalam penelitian ini, generational affiliation difokuskan pada tiga kelompok utama, yaitu Generasi X, Y (Milenial), dan Z

Individu dari Generasi X (sekitar 1960–1980) menunjukkan karakteristik pengalaman hidup yang berbeda dibandingkan dengan Generasi Y atau Milenial (1981–1996), serta Generasi Z yang lahir setelah tahun 1996. Generasi Y tumbuh bersama perkembangan teknologi informasi dan mulai terbiasa dengan perencanaan keuangan jangka panjang serta penggunaan teknologi finansial. Sementara itu, Generasi Z adalah generasi digital-native yang sejak dini terpapar teknologi digital dan akses informasi cepat, meskipun tingkat literasi keuangan mereka belum tentu tinggi. Perbedaan konteks sosial dan teknologi ini menjadikan afiliasi generasi sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi motivasi menabung, baik secara langsung maupun melalui literasi keuangan.

2.1.2 *Financial Literacy*

Literasi keuangan merujuk pada tingkat pemahaman serta keterampilan individu dalam mengelola berbagai aspek keuangan secara efektif, termasuk pengelolaan tabungan, investasi, anggaran, dan pengambilan keputusan finansial lainnya (OECD, 2016). Literasi keuangan mencakup pengetahuan dasar keuangan serta keterampilan praktis yang mendukung pengambilan keputusan keuangan secara cermat dan berbasis pertimbangan rasional.

Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan merupakan komponen krusial yang menentukan kemampuan seseorang dalam memahami risiko dan peluang dalam pengelolaan keuangan pribadi. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar kemungkinannya untuk dapat mengelola dan merancang perencanaan keuangan secara terstruktur, mengelola risiko, serta menjaga stabilitas keuangan untuk jangka panjang. Sebaliknya, rendahnya literasi keuangan seringkali menjadi faktor pendorong perilaku konsumtif yang tidak terkontrol dan kurangnya perencanaan keuangan yang matang.

Pengukuran literasi keuangan biasanya meliputi tiga aspek utama, yaitu: kemampuan memahami konsep dasar keuangan (seperti bunga majemuk, inflasi, dan diversifikasi), pengambilan keputusan keuangan yang efektif, dan perilaku keuangan yang sehat (Huston, 2010). Dengan kemajuan teknologi dan digitalisasi layanan keuangan, literasi keuangan juga berkembang mencakup pemahaman atas penggunaan teknologi finansial modern untuk mempermudah pengelolaan keuangan pribadi.

2.1.3 *Savings Accumulation Motivation*

Savings accumulation motivation merupakan dorongan internal yang mendorong individu untuk menyisihkan sebagian pendapatan mereka dan mengumpulkan tabungan guna memenuhi kebutuhan jangka pendek maupun jangka panjang. Motivasi ini berkaitan erat dengan persepsi, sikap, dan nilai-nilai individu terhadap pentingnya pengelolaan keuangan dan perencanaan masa depan (Shim et al., 2009). Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991),

motivasi atau niat (*intention*) dipandang sebagai prediktor utama dari perilaku aktual, termasuk perilaku menabung. Niat untuk menabung terbentuk melalui tiga komponen utama: sikap positif terhadap tabungan, norma subjektif atau tekanan sosial yang dirasakan, serta persepsi kendali terhadap kemampuan menabung (*perceived behavioral control*). Individu dengan motivasi menabung yang tinggi umumnya menunjukkan konsistensi dalam menyisihkan uang, yang mencerminkan peran penting motivasi dalam pengelolaan keuangan pribadi.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor demografis, termasuk afiliasi generasi, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terbentuknya motivasi menabung. Di samping itu, tingkat literasi keuangan juga turut memengaruhi motivasi tersebut. Pemahaman yang baik mengenai prinsip-prinsip dasar pengelolaan keuangan, manfaat menabung, serta perencanaan keuangan yang efektif dapat meningkatkan dorongan individu untuk menabung secara sadar dan terarah (Lusardi & Mitchell, 2014). Berdasarkan penjelasan tersebut maka *savings accumulation motivation* dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara faktor eksternal, seperti afiliasi generasi, dan faktor internal yang berkaitan dengan kapasitas individu dalam memahami serta mengelola keuangan mereka secara bijak.

2.1.4 Penelitian Terdahulu

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menyoroti pentingnya literasi keuangan dan perbedaan perilaku keuangan antar generasi. Lusardi dan Mitchell (2022) mengungkapkan bahwa Generasi X memiliki tingkat literasi keuangan yang 28% lebih tinggi dibandingkan Generasi Y, dan bahwa literasi keuangan memediasi 35% pengaruh generasi terhadap tabungan pensiun. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa dengan dukungan edukasi dari orang tua dan tingkat literasi yang tinggi cenderung memiliki kebiasaan menabung yang lebih positif. Hasil ini mengindikasikan peran penting literasi keuangan dalam membentuk motivasi dan perilaku keuangan.

Penelitian oleh Csiszarik-Kocsir (2023) memperkuat temuan sebelumnya dengan menyoroti bahwa motivasi menabung memang berbeda antar generasi. Generasi yang lebih muda cenderung memiliki tujuan menabung yang lebih beragam dan dipengaruhi oleh tingkat literasi serta pendidikan keuangan yang mereka terima. Sementara itu, Vera Dewi et al. (2020) fokus pada Gen Z di Indonesia dan menemukan bahwa 68% dari mereka menganggap e-wallet sebagai bentuk tabungan. Namun, literasi keuangan konvensional tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mereka, yang menunjukkan adanya pergeseran persepsi dan pendekatan terhadap instrumen keuangan di kalangan generasi muda.

Penelitian lain, Sherwood (2020) membandingkan tingkat literasi keuangan antar generasi dan menemukan bahwa Gen X mencatatkan skor tertinggi (78%), sementara Gen Z memperoleh skor terendah (49%). Meskipun Gen Z cenderung lebih akrab dengan alat digital, pemahaman mereka terhadap konsep keuangan dasar seperti inflasi dan diversifikasi risiko masih lemah.

Meskipun penelitian-penelitian tersebut memberikan wawasan penting terkait perilaku keuangan dan literasi lintas generasi, sebagian besar masih bersifat umum dan belum secara spesifik mengkaji motivasi dalam mengakumulasi tabungan (savings accumulation motivation). Selain itu, belum ditemukan studi yang secara eksplisit menempatkan literasi keuangan sebagai variabel mediasi antara generational affiliation dan motivasi menabung, padahal pemahaman mengenai hubungan tidak langsung ini penting dalam perancangan intervensi edukasi keuangan yang lebih terfokus dan relevan.

Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan kebaruan dengan mengintegrasikan tiga variabel utama—generational affiliation, financial literacy, dan savings accumulation motivation—ke dalam satu model teoritis yang berbasis pada pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). Berbeda dari penelitian sebelumnya, studi ini secara eksplisit menempatkan literasi keuangan sebagai mediator yang menjembatani pengaruh karakteristik generasi terhadap motivasi menabung. Selain itu, fokus spesifik pada generasi X, Y, dan Z di Indonesia

memungkinkan penelitian ini menggali dinamika lintas generasi dalam konteks sosial, ekonomi, dan budaya yang khas. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris yang signifikan dalam pengembangan literatur perilaku keuangan lintas generasi dan mendukung perumusan kebijakan literasi keuangan yang lebih terarah dan berbasis data.

2.2. Pengembangan Hipotesis

2.2.1. Pengaruh *Generational Affiliation* terhadap *Savings Accumulation Motivation*

Setiap generasi memiliki karakteristik, nilai, dan cara pandang yang berbeda dalam menyikapi keuangan, termasuk dalam hal menabung dan mempersiapkan masa depan. *Generational affiliation* atau afiliasi generasi mengacu pada kelompok usia yang lahir dan tumbuh dalam periode sosial, budaya, dan ekonomi tertentu, yang membentuk cara berpikir, sikap, dan perilaku mereka terhadap uang dan keuangan (Strauss & Howe, 1991). Misalnya, Generasi X umumnya dikenal lebih konservatif dan berhati-hati dalam pengelolaan keuangan, serta cenderung fokus pada kestabilan finansial jangka panjang. Generasi Milenial (1981–1996), tumbuh dalam masa transisi menuju era digital, cenderung menyeimbangkan antara stabilitas dan gaya hidup. Generasi Z (1997–2012) tumbuh di era teknologi dan digitalisasi yang pesat, lebih adaptif terhadap aplikasi keuangan, namun juga menunjukkan kecenderungan konsumtif dan orientasi jangka pendek.

Menurut *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), motivasi untuk menabung dipengaruhi oleh sikap individu, norma subjektif, serta persepsi kontrol terhadap perilaku tersebut. Perbedaan antar generasi mencerminkan perbedaan nilai-nilai dasar, preferensi gaya hidup, dan orientasi waktu, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku keuangan mereka—termasuk motivasi dalam mengakumulasi tabungan. Studi oleh Twenge & Kasser (2013) menunjukkan bahwa perubahan nilai antar generasi turut memengaruhi prioritas keuangan mereka. Generasi yang memiliki orientasi jangka panjang, misalnya, biasanya lebih

terdorong untuk menabung dan mengakumulasi dana demi tujuan masa depan, dibandingkan generasi yang lebih mementingkan konsumsi jangka pendek.

Dengan demikian, ketika dikatakan bahwa *generational affiliation* berpengaruh positif terhadap motivasi menabung, yang dimaksud adalah bahwa individu dari generasi yang memiliki karakteristik lebih berencana, konservatif, dan berorientasi jangka panjang (seperti Gen X), cenderung memiliki motivasi menabung yang lebih tinggi dibandingkan generasi lain yang lebih konsumtif atau berorientasi pada kepuasan jangka pendek (seperti Gen Z). Artinya, semakin kuat nilai-nilai perencanaan dan stabilitas dalam suatu generasi, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk memiliki motivasi dalam mengakumulasi tabungan.

H1: *Generational affiliation berpengaruh positif terhadap savings accumulation motivation.*

2.2.2 Pengaruh *Generational Affiliation* terhadap *Financial Literacy*

Generational affiliation mengacu pada kelompok individu yang lahir dalam rentang waktu tertentu dan mengalami peristiwa sosial, teknologi, dan ekonomi yang sama selama masa pertumbuhan mereka (Strauss & Howe, 1991). Setiap generasi memiliki pengalaman yang unik, yang pada akhirnya memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka terhadap keuangan.

Perkembangan teknologi informasi dan akses terhadap sumber edukasi finansial menjadi salah satu faktor penting yang membedakan tingkat literasi keuangan antar generasi. Sebagai generasi yang dibesarkan di tengah perkembangan teknologi digital, Generasi Z menunjukkan kemudahan dalam mengakses informasi keuangan melalui internet, media sosial, dan platform digital lainnya, yang berpotensi meningkatkan literasi keuangan mereka dibandingkan generasi sebelumnya. Sebaliknya, generasi yang lebih tua (Generasi X dan Y) mungkin memiliki akses informasi yang lebih terbatas, tetapi bisa memiliki pengalaman praktis yang lebih luas.

Menurut Lusardi dan Mitchell (2014), literasi keuangan dipengaruhi oleh faktor demografis seperti usia, pendidikan, dan pengalaman hidup, yang sebagian besar terkait dengan kategori generasi. Pengetahuan keuangan tidak hanya diperoleh dari pendidikan formal, tetapi juga dari lingkungan dan pengalaman sosial yang khas pada masanya. Generasi yang mengalami krisis ekonomi atau perkembangan teknologi finansial secara langsung cenderung memiliki literasi keuangan yang berbeda dengan generasi lainnya.

H2: *Generational affiliation berpengaruh positif terhadap financial literacy.*

2.2.3 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Savings Accumulation Motivation*

Literasi keuangan mengacu pada tingkat pemahaman individu terhadap prinsip-prinsip dasar keuangan yang diperlukan untuk mengambil keputusan finansial secara bijak dan tepat (OECD, 2016). Individu yang memiliki literasi keuangan tinggi cenderung lebih mampu merencanakan masa depan keuangan, memahami pentingnya menabung, serta mengelola sumber daya keuangannya dengan baik.

Menurut Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991), salah satu komponen penting yang membentuk niat atau motivasi seseorang untuk melakukan suatu perilaku adalah pengetahuan yang relevan terhadap perilaku tersebut. Dalam konteks ini, literasi keuangan menjadi faktor utama yang memengaruhi sikap dan persepsi individu terhadap pentingnya menabung. Individu yang memahami manfaat dan strategi menabung akan lebih termotivasi untuk memulai dan mempertahankan kebiasaan menabung.

Penelitian sebelumnya juga mendukung pandangan ini. Misalnya, studi oleh Robb & Woodyard (2011) menunjukkan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki motivasi menabung yang lebih kuat dibandingkan dengan mereka yang memiliki literasi rendah. Pengetahuan finansial memberikan pemahaman tentang pentingnya akumulasi dana demi kestabilan

finansial di masa depan. Perbedaan tingkat literasi keuangan antar generasi dapat berdampak langsung pada perbedaan motivasi dalam menabung.

H3: *Financial literacy berpengaruh positif terhadap savings accumulation motivation.*

2.2.4 Peran Mediasi Financial Literacy dalam Pengaruh Generational Affiliation terhadap Saving Accumulation Motivation

Peran mediasi financial literacy dalam hubungan antara generational affiliation dan savings accumulation motivation menjelaskan bahwa pengaruh afiliasi generasi terhadap motivasi menabung tidak hanya berjalan secara langsung, tetapi juga melalui tingkat literasi keuangan yang dimiliki individu. Dengan kata lain, karakteristik dan nilai-nilai yang melekat pada setiap generasi memengaruhi sejauh mana individu memiliki pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang mendukung pengelolaan keuangan secara efektif (financial literacy). Literasi keuangan ini kemudian berperan sebagai jalur penghubung yang meningkatkan kemampuan dan kepercayaan diri individu dalam mengelola dan mengakumulasi tabungan. Sebagai contoh, generasi dengan tingkat literasi keuangan yang lebih tinggi cenderung memiliki motivasi yang lebih kuat untuk menabung karena mereka memahami manfaat dan pentingnya perencanaan keuangan jangka Panjang

Dalam konteks hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi akumulasi tabungan, literasi keuangan diduga berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan. Peiris et al. (2021) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh langsung dan positif yang signifikan terhadap perilaku menabung, dengan intensi menabung berperan sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Setiap kohort generasi memiliki latar belakang sosial, ekonomi, dan aksesibilitas teknologi yang berbeda. Fan (2025) menegaskan bahwa perspektif perbedaan generasi menjadi penting karena tidak ada solusi universal terkait pengetahuan keuangan ketika berupaya memenuhi kebutuhan kelompok usia dan generasi yang beragam. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik generasional membentuk tingkat literasi

keuangan yang kemudian menjadi determinan dalam keputusan dan motivasi individu untuk mengelola serta mengakumulasi tabungan.

Peran mediasi literasi keuangan dapat dijelaskan melalui kerangka Theory of Planned Behavior. Rodriguez et al. (2024) dalam penelitiannya menemukan bahwa perilaku keuangan memediasi hubungan antara literasi keuangan dan kebiasaan pengeluaran pada Generasi Z. Lusardi & Mitchell (2014) menekankan bahwa individu dengan tingkat literasi keuangan yang tinggi menunjukkan perencanaan keuangan yang lebih baik dan perilaku yang lebih bertanggung jawab. Sebaliknya, ketika literasi keuangan rendah, intensi atau motivasi untuk menabung akan melemah, terlepas dari faktor generasional yang melatarbelakanginya.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan tidak hanya merupakan konsekuensi dari afiliasi generasi, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme mediasi yang mempengaruhi motivasi dalam mengakumulasi tabungan. Karakteristik generasional membentuk tingkat literasi keuangan, yang kemudian memperkuat atau melemahkan motivasi menabung individu, sehingga financial literacy menjadi kunci dalam menjembatani hubungan antara generational affiliation dan savings accumulation motivation.

H4: *Financial literacy memediasi pengaruh generational affiliation terhadap savings accumulation motivation.*

2.2.5 Analisis Perbedaan Motivasi Menabung Berdasarkan Afiliasi Generasi (Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z)

Dalam konteks perilaku keuangan, afiliasi generasi diyakini memiliki pengaruh terhadap perbedaan motivasi individu dalam mengakumulasi tabungan. Setiap generasi dibentuk oleh pengalaman sosial, budaya, dan ekonomi yang berbeda, yang pada akhirnya menciptakan perbedaan dalam prioritas serta tujuan keuangan masing-masing kelompok usia (Twenge & Kasser, 2013). Generasi X cenderung memiliki orientasi terhadap stabilitas dan keamanan finansial jangka panjang. Generasi Y menunjukkan kecenderungan terhadap perencanaan

kepemilikan aset seperti properti, sementara Generasi Z lebih berfokus pada fleksibilitas dan pengalaman konsumsi jangka pendek.

Penelitian Suryanto & Komalasari (2020) mengidentifikasi bahwa Generasi X banyak menabung untuk kebutuhan keluarga, Generasi Y untuk investasi jangka panjang, dan Generasi Z belum memiliki tujuan tabungan yang jelas. Data dari OJK (2023) juga menunjukkan adanya kesenjangan literasi keuangan di antara ketiga generasi tersebut, yang turut memengaruhi pola pengambilan keputusan keuangan dan motivasi untuk menabung.

Perbedaan karakteristik antargenerasi ini menjadi relevan untuk dianalisis lebih lanjut guna memahami bagaimana nilai dan pengalaman kolektif membentuk motivasi akumulasi tabungan. Dalam kerangka *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991), sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku berbeda di antara generasi dapat menjelaskan variasi dalam intensi menabung. Dengan demikian, afiliasi generasi berpotensi menciptakan perbedaan yang signifikan dalam motivasi akumulasi tabungan.

H5: *Terdapat perbedaan motivasi akumulasi tabungan yang signifikan berdasarkan generational affiliation (Generasi X, Y, dan Z).*

2.3 Kerangka Berfikir

Dalam kerangka ini, *Generational Affiliation* dianggap bisa memengaruhi *Savings Accumulation Motivation*, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui *Financial Literacy* sebagai variabel mediasi. Hubungan antar ketiga variabel tersebut dijelaskan melalui beberapa hipotesis sebagai berikut:

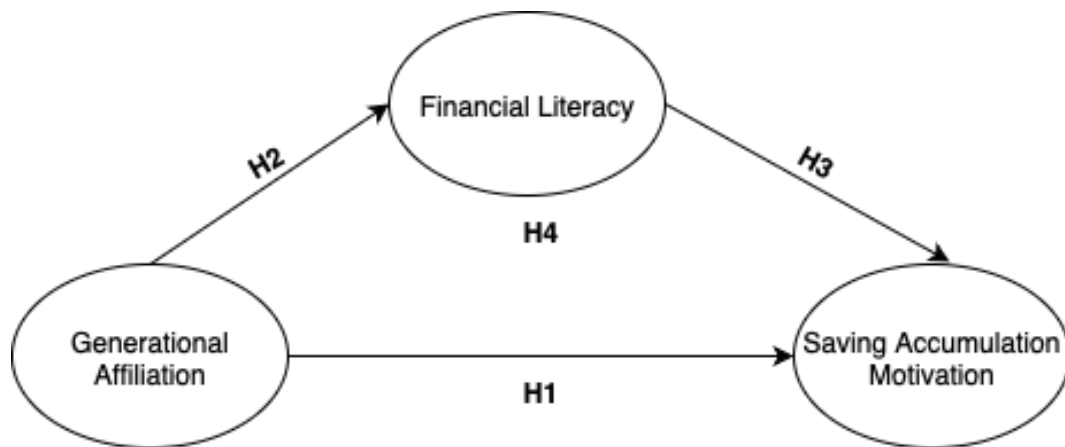


Figure 2.1 Kerangka Berfikir

Sumber : Diadaptasi dari Ajzen (2002) dan Shim et al. (2009)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji teori melalui analisis hubungan antar variabel yang dapat diukur secara numerik, dimana data dalam bentuk angka dianalisis menggunakan teknik statistik tertentu (Creswell, 2012). Terdapat tiga variabel utama yang diteliti: *generational affiliation* sebagai variabel independen, *saving accumulation motivation* sebagai variabel dependen, dan *financial literacy* sebagai variabel mediasi, yang masing-masing dioperasionalkan menjadi beberapa indikator berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu di Indonesia yang termasuk dalam Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi yang berbeda. Populasi ini dipilih karena ketiga generasi tersebut memiliki pola pikir, pengalaman, dan perilaku keuangan yang berbeda, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh afiliasi generasi terhadap motivasi akumulasi tabungan serta peran literasi keuangan.

3.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini merupakan bagian dari populasi yang diambil menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria inklusi dalam penelitian ini meliputi:

1. Individu yang termasuk dalam Generasi X, Y, atau Z sesuai rentang tahun kelahiran

2. Berusia antara 18 sampai 60 tahun
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian secara sukarela dan lengkap.

Teknik ini dipilih karena sesuai dengan kebutuhan penelitian yang mengkaji perbedaan motivasi akumulasi tabungan berdasarkan afiliasi generasi.

Pemilihan responden dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan media digital, khususnya melalui platform Google Form. Kuesioner ini dibagikan melalui beberapa saluran komunikasi, antara lain WhatsApp dan Instagram. Untuk menjangkau responden dari kalangan Generasi Z, peneliti menyebarkan kuesioner melalui grup WhatsApp angkatan Manajemen Universitas Islam Indonesia (UII) yang berisi rekan-rekan seangkatan peneliti. Sementara itu, untuk memperoleh responden dari kalangan Generasi Milenial dan Generasi X, kuesioner disebarkan melalui grup WhatsApp lingkungan kerja kakek peneliti serta kepada om dan tante peneliti yang sedang menempuh studi S2 di Universitas Gadjah Mada (UGM). Mereka kemudian turut menyebarkan kuesioner tersebut melalui jaringan akademik dan profesional mereka. Selain itu, untuk memperluas jangkauan responden, tautan kuesioner juga dibagikan melalui Instagram Story pribadi peneliti. Berdasarkan hasil penyebaran tersebut, diperoleh rekapitulasi jumlah responden sebagai berikut: sebanyak 64 responden berasal dari grup WhatsApp penulis, 118 responden berasal dari WhatsApp kerabat penulis, dan 43 responden berasal dari Instagram.

3.3 Instrumen Penelitian

Pengukuran indikator dilakukan menggunakan skala Likert lima poin yang memungkinkan pengumpulan data tentang preferensi atau tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan tertentu (Bhandari & Nikolopoulou, 2023).

Tabel 3. 1Skala Likert

Skor	Keterangan	Interpretasi
1	Sangat Tidak Setuju	Responden sangat tidak setuju dengan pertanyaan

2	Tidak Setuju	Responden tidak setuju dengan pertanyaan
3	Netral	Responden netral dengan pertanyaan
4	Setuju	Responden setuju dengan pernyataan
5	Sangat Setuju	Responden sangat setuju dengan pernyataan

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran

3.4.1 *Generational Affiliation*

Klasifikasi generasi dalam penelitian ini bertujuan untuk memahami perbedaan karakteristik perilaku keuangan antar kelompok usia, khususnya yang berkaitan dengan motivasi untuk menabung. Afiliasi generasi ditentukan berdasarkan tahun kelahiran, yang dikategorikan ke dalam tiga kelompok utama: Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z (Twenge, 2017). Meskipun pembagian ini berbasis usia, pengukuran juga didukung oleh karakteristik perilaku khas masing-masing generasi, seperti gaya hidup, respons terhadap teknologi, dan orientasi finansial. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dirancang untuk merefleksikan kecenderungan nilai dan sikap finansial yang dominan pada kelompok generasi tertentu, serta membedakan kecenderungan perilaku konsumtif dan adaptif terhadap teknologi yang lazim ditemukan pada responden Generasi Z dan Y.

Tabel 3. 2 Pengukuran Generational Affiliation Indikator

Kode	Indikator Pengukuran
GA1	Saya menyukai gaya hidup yang fleksibel dan menghindari rutinitas yang kaku.

GA2	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman (seperti traveling) dibandingkan barang.
GA3	Saya merasa sangat bergantung pada teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.
GA4	Saya cepat beradaptasi dengan teknologi atau aplikasi digital terbaru.
GA5	Saya lebih memilih kepuasan finansial saat ini dibandingkan menabung untuk masa depan.
GA6	Saya terbiasa menggunakan e-wallet atau dompet digital dalam bertransaksi sehari-hari.
GA7	Saya tertarik pada konten finansial yang dibagikan di media sosial.
GA8	Saya lebih nyaman menabung atau berinvestasi secara konvensional (tabungan, deposito, emas).
GA9	Saya merasa penting untuk menabung demi tujuan jangka panjang, seperti pensiun atau pendidikan anak.
GA10	Saya mengatur pengeluaran secara ketat untuk memastikan adanya tabungan setiap bulan.

3.3.2 *Financial Literacy*

Financial literacy atau literasi keuangan merupakan variabel mediasi dalam penelitian ini, yang didefinisikan sebagai kombinasi antara pengetahuan, perilaku,

dan sikap yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang efektif dan bertanggung jawab dalam konteks kehidupan sehari-hari. Variabel ini diukur berdasarkan tiga dimensi utama, yaitu pengetahuan keuangan dasar, perilaku keuangan, dan sikap terhadap keuangan, sebagaimana diadaptasi dari instrumen pengukuran literasi keuangan yang dikembangkan oleh OECD/INFE (2022). Instrumen ini mencakup pertanyaan-pertanyaan yang mengevaluasi kemampuan individu dalam memahami konsep dasar keuangan seperti inflasi, bunga majemuk, dan diversifikasi risiko, serta perilaku seperti perencanaan anggaran, menabung, dan pengelolaan pengeluaran, serta sikap kehati-hatian dan orientasi jangka panjang terhadap pengambilan keputusan keuangan.

Tabel 3. 3 Indikator Pengukuran Financial Literacy

Kode	Indikator Pengukuran
FL1	Saya memahami bagaimana bunga majemuk bekerja dalam tabungan atau pinjaman.
FL2	Saya mengerti bahwa inflasi dapat menurunkan daya beli uang di masa depan.
FL3	Saya tahu bahwa semakin tinggi potensi keuntungan, semakin tinggi pula risikonya.
FL4	Saya secara rutin membuat dan mengikuti anggaran keuangan pribadi.
FL5	Saya secara rutin menyisihkan sebagian uang untuk ditabung.
FL6	Saya berusaha mengendalikan pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif.

FL7	Saya percaya bahwa merencanakan keuangan sejak dini penting untuk masa depan saya.
FL8	Saya merasa yakin bahwa saya mampu membuat keputusan keuangan yang bijak.
FL9	Saya menilai penting untuk meningkatkan pengetahuan saya dalam hal pengelolaan keuangan.
FL10	Saya merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang saya ambil setiap hari.

3.3.3 *Saving Accumulation Motivation*

Saving accumulation motivation atau motivasi dalam mengakumulasi tabungan merupakan variabel dependen dalam penelitian ini. Variabel ini mengacu pada dorongan psikologis dan perilaku individu untuk secara konsisten menyisihkan sebagian pendapatan guna mencapai tujuan finansial, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Motivasi tersebut mencerminkan perencanaan dan orientasi keuangan yang didasari oleh nilai-nilai pribadi, kebutuhan akan rasa aman secara finansial, dan ekspektasi terhadap kondisi ekonomi masa depan.

Menurut Friedline, Elliott, dan Nam (2012), motivasi menabung pada individu—khususnya generasi muda—didorong oleh kesadaran pentingnya kestabilan keuangan dan pengaruh lingkungan ekonomi, seperti latar belakang keluarga dan ekspektasi akan mobilitas ekonomi. Sementara itu, teori *Behavioral Life-Cycle Hypothesis* yang dikemukakan oleh Shefrin dan Thaler (1988) menyatakan bahwa individu membentuk kebiasaan menabung melalui mekanisme kontrol diri (self-control), pengalokasian pendapatan ke dalam “mental accounts,” serta preferensi untuk memilih manfaat jangka panjang daripada kepuasan jangka pendek.

Dengan mempertimbangkan karakteristik masing-masing generasi, motivasi akumulasi tabungan pada Generasi X lebih banyak diarahkan pada kestabilan jangka panjang dan warisan keluarga, Generasi Y mulai membangun keseimbangan antara konsumsi dan investasi, sedangkan Generasi Z menunjukkan kecenderungan yang lebih dinamis dan digital dalam tujuan finansial mereka.

Tabel 3. 4Indikator Pengukuran Saving Accumulation

Kode	Indikator Pengukuran
SAM1	Saya memiliki tujuan keuangan jangka panjang yang mendorong saya untuk menabung.
SAM2	Saya menahan keinginan untuk membeli sesuatu agar dapat menabung lebih banyak.
SAM3	Saya menabung agar lebih siap secara finansial menghadapi kejadian tak terduga di masa depan.
SAM4	Saya menabung secara rutin walaupun dalam jumlah kecil.
SAM5	Saya percaya bahwa menabung adalah hal yang penting untuk dilakukan sejak muda.
SAM6	Saya lebih memilih menabung sekarang daripada membelanjakan uang untuk hal yang tidak terlalu penting.
SAM7	Saya merencanakan jumlah dan jangka waktu saat menabung.

SAM8	Saya merasa menabung membantu saya merasa lebih aman secara finansial.
SAM9	Saya terbiasa menyisihkan pendapatan saya sebelum digunakan untuk pengeluaran lainnya.
SAM10	Saya termotivasi untuk menabung agar dapat mencapai tujuan spesifik, seperti membeli rumah, kendaraan, atau liburan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada individu dari berbagai latar belakang yang tersebar di sejumlah wilayah di Indonesia. Responden dalam penelitian ini mencakup masyarakat umum yang termasuk dalam kategori usia Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z. Setelah data terkumpul, dilakukan proses *data cleaning* untuk menghapus respons duplikat, data yang tidak lengkap, serta data yang tidak valid berdasarkan pemeriksaan konsistensi internal. Selain itu, deteksi *outlier* dilakukan menggunakan metode Mahalanobis Distance, dan penanganan *missing value* dilakukan dengan teknik imputasi rata-rata (mean imputation), sebagaimana disarankan oleh Hair et al. (2019).

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas tiga konstruk utama, yaitu *Generational Affiliation*, *Saving Accumulation Motivation*, dan *Financial Literacy*. Variabel *Generational Affiliation* terdiri atas tiga kategori generasi, yaitu Generasi X, Generasi Y (Milenial), dan Generasi Z. Perbedaan ketiga kelompok ini terhadap motivasi akumulasi tabungan dan tingkat literasi keuangan dianalisis menggunakan teknik statistik komparatif, yakni uji ANOVA satu arah (One-Way ANOVA) melalui perangkat lunak SPSS. Variabel *Saving Accumulation Motivation* diukur menggunakan beberapa indikator yang merepresentasikan niat,

kebiasaan, dan sikap terhadap akumulasi tabungan, dengan menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju), yang merujuk pada pendekatan Theory of Planned Behavior dari Ajzen (1991). Sementara itu, variabel Financial Literacy diukur berdasarkan tiga dimensi utama: pengetahuan keuangan, pemahaman konsep dasar keuangan, dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi, sebagaimana diadaptasi dari Huston (2010). Seluruh konstruk diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, guna memastikan bahwa instrumen pengukuran memiliki kualitas yang memadai untuk digunakan dalam pengujian hipotesis.

3.6. Teknik Analisis Data

3.6.1 Analisis Deskriptif

Sebelum melakukan analisis inferensial, penelitian ini terlebih dahulu melakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden. Data deskriptif mencakup informasi mengenai jenis kelamin, usia, kelompok generasi, serta pengalaman responden dalam pengelolaan keuangan pribadi. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai profil responden dan memastikan bahwa distribusi data mencerminkan keberagaman karakteristik populasi, sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2018).

3.6.2 Analisis Statistik

Dalam penelitian ini, analisis statistik dilakukan menggunakan SPSS versi 30, dengan fokus pada uji perbedaan antar kelompok generasi dan analisis mediasi. Uji beda digunakan untuk mengetahui perbedaan motivasi akumulasi tabungan dan literasi keuangan di antara Generasi X, Y (Milenial), dan Z, menggunakan One-Way ANOVA. Uji asumsi normalitas dan homogenitas varians dilakukan sebagai syarat uji parametrik.

Analisis mediasi dilakukan untuk menguji peran financial literacy dalam hubungan antara generational affiliation dan saving accumulation motivation, menggunakan regresi bertahap berdasarkan model Baron dan Kenny (1986). Estimasi efek mediasi diperkuat dengan metode bootstrapping sebanyak 5.000 sampel melalui PROCESS Macro Model 4 dari Hayes (2018). Efek mediasi dianggap signifikan jika nilai $p < 0,05$ dan confidence interval (CI) tidak mencakup angka nol.

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian mampu mengukur konstruk yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, validitas diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment antara skor setiap item dengan total skor variabel (item-total correlation). Suatu item dikatakan valid apabila nilai signifikansi (p-value) $< 0,05$ dan nilai koefisien korelasinya minimal 0,30 atau lebih, yang menunjukkan adanya hubungan positif dan cukup kuat antara item dengan keseluruhan konstruk (Sugiyono, 2019; Ghazali, 2018). Pengujian validitas ini dilakukan pada tahap uji coba instrumen (pilot test) dengan melibatkan 30–50 responden. Item yang tidak memenuhi kriteria validitas akan ditinjau kembali untuk diperbaiki atau dieliminasi dari instrumen utama.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai konsistensi internal dari instrumen penelitian, yaitu sejauh mana item-item dalam satu variabel menghasilkan data yang stabil dan konsisten. Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan nilai Cronbach's Alpha, yang merupakan metode paling umum digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur keandalan konstruk. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,70$, yang menunjukkan bahwa item-item dalam variabel tersebut memiliki korelasi internal yang baik (Sekaran & Bougie, 2016). Uji reliabilitas juga dilakukan pada data hasil pilot test, dan hasilnya

dijadikan acuan untuk menentukan apakah instrumen sudah siap digunakan dalam pengumpulan data skala penuh.

4.4 Uji Statistik Inferensial

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data residual dari model regresi memiliki distribusi yang mendekati normal. Distribusi normal residual merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi linear klasik, yang mempengaruhi validitas dan interpretasi hasil analisis. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Shapiro-Wilk, karena metode ini dinilai sesuai untuk ukuran sampel sedang. Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p) $> 0,05$.

3.8.2 Uji Homogenitas Varians

Uji homogenitas varians bertujuan untuk menguji kesamaan varians antar kelompok dalam uji beda, seperti One-Way ANOVA. Pengujian dilakukan menggunakan Levene's Test, di mana varians antar kelompok dinyatakan homogen jika nilai signifikansi (p) $> 0,05$. Terpuhinya asumsi ini memastikan bahwa analisis dapat dilanjutkan dengan metode parametrik secara sah.

3.8.3 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk memodelkan hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengukur kontribusi relatif masing-masing variabel independen dalam menjelaskan variabilitas pada variabel dependen, sekaligus mengontrol pengaruh variabel lainnya dalam model (Matthews, 2005; Holmes & Rinaman, 2014). Dalam penelitian ini, regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh

afiliasi generasi dan literasi keuangan secara simultan terhadap motivasi akumulasi tabungan.

Model regresi ini juga digunakan dalam pengujian mediasi dengan bantuan PROCESS Macro Model 4 oleh Andrew F. Hayes, di mana literasi keuangan diposisikan sebagai mediator antara afiliasi generasi dan motivasi menabung. Jalur yang dianalisis dalam model ini mencakup efek langsung (direct effect) dari afiliasi generasi terhadap motivasi menabung, serta efek tidak langsung (indirect effect) melalui literasi keuangan. Proses analisis dilakukan dengan metode *bootstrapping* sebanyak 5.000 replikasi untuk mengestimasi signifikansi efek mediasi, dengan acuan nilai $p < 0,05$ dan interval kepercayaan 95% yang tidak mencakup angka nol.

Secara umum, bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini ditujukan untuk menganalisis pengaruh afiliasi generasi dan literasi keuangan terhadap motivasi akumulasi tabungan. Model regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$SAM = a + b_1 \cdot GA + b_2 \cdot FL + \epsilon$$

Dengan:

- SAM = Motivasi akumulasi tabungan (variabel dependen)
- GA = Afiliasi generasi (variabel independen)
- FL = Literasi keuangan (variabel mediasi)
- a = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisien regresi untuk masing-masing variabel independen
- ϵ = Error term, yaitu faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model tetapi dapat memengaruhi variabel dependen

Dalam konteks analisis mediasi yang digunakan dalam penelitian ini, model regresi tambahan diperlukan untuk menguji pengaruh *Generational Affiliation*

terhadap *Financial Literacy* sebagai variabel mediator. Model tersebut dirumuskan sebagai berikut:

$$FL=a_0+b_0\cdot GA+\epsilon_0$$

Dengan:

- FL = Literasi keuangan (mediator)
- GA = Afiliasi generasi (independen)
- a_0 = Konstanta
- b_0 = Koefisien regresi antara X dan M
- ϵ_0 = Error term untuk model pertama

Proses analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 30 sebagai alat bantu pengolahan data.

3.9 Pengujian Hipotesis

3.9.1 Uji t (Uji Signifikansi Parsial)

Uji *t* digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara individual atau parsial. Dalam konteks analisis regresi, uji ini penting untuk menilai kekuatan hubungan antarvariabel secara spesifik dalam satu jalur regresi (Gujrati & Porter, 2009). Dalam kerangka Model 4 dari PROCESS Macro yang dikembangkan oleh Hayes (2018), uji *t* digunakan pada jalur regresi langsung antara afiliasi generasi (X) terhadap motivasi akumulasi tabungan (Y), afiliasi generasi (X) terhadap literasi keuangan (M), dan literasi keuangan (M) terhadap motivasi akumulasi tabungan (Y). Selain itu, uji ini juga diterapkan untuk menguji jalur efek langsung (direct effect) antara X dan Y setelah mediator (literasi keuangan) dimasukkan ke dalam model. Hipotesis nol (H_0) akan ditolak apabila nilai signifikansi (*p*-value) < 0,05, yang berarti bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial (Field, 2013).

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran statistik yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam suatu model regresi. Nilai R^2 berada dalam rentang 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjelaskan variabilitas variabel dependen (Gujarati & Porter, 2009). Dalam konteks penelitian ini, R^2 digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi afiliasi generasi dan literasi keuangan dalam menjelaskan variasi motivasi akumulasi tabungan.

3.9.3 Uji F (Uji Simultan)

Uji F merupakan alat statistik yang digunakan untuk menilai signifikansi model regresi secara keseluruhan. Uji ini berfungsi untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Field, 2013). Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk menguji signifikansi simultan dari afiliasi generasi dan literasi keuangan terhadap motivasi akumulasi tabungan. Hipotesis nol (H_0) dinyatakan ditolak jika nilai signifikansi (p-value) kurang dari 0,05, yang menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki kecocokan yang baik dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

3.9.4 Uji Beda One-Way ANOVA

Analisis One-Way ANOVA digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antar tiga kelompok atau lebih pada satu variabel dependen yang berskala numerik. Dalam penelitian ini, One-Way ANOVA digunakan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam motivasi akumulasi tabungan di antara kelompok generasi X, Y (Milenial), dan Z. Uji ini sangat tepat ketika peneliti ingin mengevaluasi pengaruh dari satu variabel kategorikal (afiliasi generasi) terhadap satu variabel numerik (motivasi menabung) (Pallant, 2020). Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan rata-rata antar kelompok. H_0 akan

ditolak apabila nilai signifikansi ($p\text{-value}$) $< 0,05$, yang menandakan adanya perbedaan yang signifikan setidaknya pada salah satu kelompok generasi.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis

4.1.1 Analisis Deskriptif Karakteristik responden

Responden dalam penelitian ini adalah individu berusia 18–60 tahun dari seluruh Indonesia, mencakup berbagai latar belakang seperti mahasiswa, pegawai, dan masyarakat umum

Setelah mengumpulkan data dari sebanyak 226 responden, yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu seperti rentang usia dan afiliasi generasi, proses pemilihan responden dilakukan secara daring melalui penyebaran kuesioner menggunakan Google Form. Kuesioner tersebut dibagikan melalui media komunikasi seperti WhatsApp dan email. Analisis awal terhadap karakteristik maupun distribusi data ditampilkan pada **Tabel 4.1** berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Lahir dan Kelompok Generasi

Keterangan	Jumlah (N)	Presentase (%)
Gen X	75	33,19%
Gen Y/Milenial	75	33,19%
Gen Z	76	33,63%
TOTAL	226	100%

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.1, distribusi responden dari ketiga generasi menunjukkan proporsi yang hampir merata, dengan Gen Z sedikit lebih banyak (33,63%) dibandingkan Gen X dan Gen Y yang masing-masing berjumlah (33,19%).

4.1.2 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan Pendidikan terakhir dijabarkan dalam **Tabel 4.2** berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Keterangan	Jumlah (N)	Presentase
SMP/Sederajat	0	0%
SMA/SMK	39	17,3%
Diploma (D1/D2/D3)	40	17,7%
Pascasarjana (S2/S3)	37	16,4%
TOTAL	226	100%

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir responden, mayoritas merupakan lulusan Sarjana (S1) sebesar (48,7%). Sementara itu, lulusan Diploma (D1/D2/D3) dan SMA/SMK masing-masing berkontribusi sebesar (17,7%) dan (17,3%). Responden dengan latar belakang pendidikan Pascasarjana (S2/S3) berjumlah (16,4%). Tidak terdapat responden dengan tingkat pendidikan SMP/ sederajat.

4.1.3 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan status pekerjaan dijabarkan dalam **Tabel 4.3** berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Keterangan	Jumlah (N)	Presentase
Mahasiswa	29	12,8%

Karyawan	89	39,4%
Wirausaha	96	42,5%
Tidak Bekerja	12	5,3%
TOTAL	226	100%

Sumber: Data diolah, (2025)

Distribusi responden berdasarkan status pekerjaan menunjukkan bahwa kelompok terbesar berasal dari kalangan wirausaha (42,5%), disusul oleh karyawan (39,4%). Sementara itu, mahasiswa berkontribusi sebesar (12,8%), dan sisanya, sebesar (5,3%), merupakan responden yang tidak sedang bekerja.

4.1.4 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan sumber penghasilan dijabarkan dalam **Tabel 4.4** berikut :

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Penghasilan

Keterangan	Jumlah (N)	Presentase
Gaji tetap dari pekerjaan	29	12,8%
Usaha sendiri/wirausaha	75	33,2%
Uang saku dari orang tua	66	29,2%
Freelance	27	11,9%
Hasil investasi / pasif income	24	10,6%
Tidak memiliki penghasilan	5	2,2%
TOTAL	226	100%

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan sumber penghasilan, sebagian besar responden memperoleh pendapatan dari usaha sendiri atau wirausaha sebesar (33,2%), diikuti oleh uang saku dari orang tua sebesar (29,2%). Responden yang memiliki penghasilan dari

gaji tetap berjumlah (12,8%), sementara yang mengandalkan pekerjaan freelance sebanyak (11,9%). Sebanyak (10,6%) responden mendapatkan penghasilan dari hasil investasi atau sumber pendapatan pasif, dan sisanya, yaitu (2,2%), tidak memiliki penghasilan.

4.1.5 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Berdasarkan data sampel yang diperoleh dalam penelitian ini, klasifikasi responden berdasarkan jumlah penghasilan pribadi dijabarkan dalam **Tabel 4.5** berikut :

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghasilan

Keterangan	Jumlah (N)	Presentase
Kurang dari Rp1.000.000	15	6,6%
Rp1.000.000 – Rp2.000.000	91	40,3%
Rp2.000.000 – Rp4.000.000	55	24,3%
Rp4.000.000 – Rp6.000.000	28	12,4%
Lebih dari Rp6.000.000	37	16,4%
TOTAL	226	100%

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan tingkat penghasilan pribadi, sebagian besar responden berada pada kisaran Rp1.000.000 hingga Rp2.000.000 per bulan, yaitu sebesar (40,3%). Sebanyak (24,3%) responden memiliki penghasilan antara Rp2.000.000 hingga Rp4.000.000, diikuti oleh (16,4%) responden yang berpenghasilan lebih dari Rp6.000.000. Responden dengan penghasilan Rp4.000.000 hingga Rp6.000.000 tercatat sebesar (12,4%), sedangkan yang berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000 berjumlah (6,6%).

4.1.6 Analisis Deskriptif Responden Berdasarkan Kepemilikan Tabungan

Berdasarkan data kepemilikan tabungan, seluruh responden dalam penelitian ini (100%) tercatat memiliki Tabungan (Data diolah,2025). Hal ini menunjukkan

bahwa seluruh partisipan telah memiliki pengalaman atau kesadaran dalam menabung, sehingga relevan untuk dianalisis lebih lanjut dalam konteks motivasi akumulasi Tabungan.

4.2 Analisis Data Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif terhadap setiap variabel dapat dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata masing-masing variabel. Proses ini mempertimbangkan nilai minimum dan maksimum dari variabel yang bersangkutan. Berdasarkan hal tersebut, interval penilaian ditentukan sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan sebagai berikut :

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden

Interval	Kategori
1,00 s/d 1,79	Sangat Rendah
1,80 s/d 2,59	Rendah
2,60 s/d 3,39	Cukup
3,40 s/d 4,19	Tinggi
4,20 s/d 5,00	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah, (2025)

4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian *Generational Affiliation*

Hasil pengukuran variabel afiliasi generasi ditampilkan pada bagian berikut :

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian GA

Kode	Item	Mean	Kriteria
GA1	Saya menyukai gaya hidup yang fleksibel dan menghindari rutinitas yang kaku.	4,013	Tinggi
GA2	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman (seperti traveling) dibandingkan membeli barang.	4,075	Tinggi
GA3	Saya merasa sangat bergantung pada teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.	4,049	Tinggi

GA4	Saya cepat beradaptasi dengan teknologi atau aplikasi digital terbaru.	3,96	Tinggi
GA5	Saya lebih memilih kepuasan finansial saat ini dibandingkan menabung untuk masa depan.	3,942	Tinggi
GA6	Saya terbiasa menggunakan e-wallet atau dompet digital dalam bertransaksi sehari-hari.	3,819	Tinggi
GA7	Saya tertarik pada konten finansial yang dibagikan di media sosial.	3,987	Tinggi
GA8	Saya lebih nyaman menabung atau berinvestasi secara konvensional (tabungan, deposito, emas).	3,942	Tinggi
GA9	Saya merasa penting untuk menabung demi tujuan jangka panjang, seperti pensiun atau pendidikan anak.	4,066	Tinggi
GA10	Saya mengatur pengeluaran secara ketat untuk memastikan adanya tabungan setiap bulan.	3,951	Tinggi
	Rata-rata	3,981	Tinggi

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, rata-rata skor keseluruhan pada indikator Afiliasi Generasi berada pada kategori “Tinggi” dengan nilai rata-rata sebesar 3,981. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan “Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman (seperti traveling) dibandingkan membeli barang” (GA2) dengan skor 4,075, yang mencerminkan gaya hidup hedonistik dan experiential typical generasi muda. Sementara itu, nilai terendah terdapat pada indikator “Saya terbiasa menggunakan e-wallet atau dompet digital dalam bertransaksi sehari-hari” (GA6) dengan skor 3,819, meskipun masih termasuk dalam kategori tinggi. Meskipun adopsi teknologi tergolong tinggi, intensitas penggunaan dompet digital masih bervariasi antar responden.

4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian *Financial Literacy*

Hasil pengukuran variabel literasi keuangan ditampilkan pada bagian berikut :

Tabel 4.8

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian FL

Kode	Item	Mean	Kriteria
FL1	Saya memahami bagaimana bunga majemuk bekerja dalam tabungan atau pinjaman.	3,942	Tinggi
FL2	Saya mengerti bahwa inflasi dapat menurunkan daya beli uang di masa depan.	3,858	Tinggi
FL3	Saya tahu bahwa semakin tinggi potensi keuntungan, semakin tinggi pula risikonya.	4,133	Tinggi
FL4	Saya secara rutin membuat dan mengikuti anggaran keuangan pribadi.	4,049	Tinggi
FL5	Saya secara rutin menyisihkan sebagian uang untuk ditabung.	4	Tinggi
FL6	Saya berusaha mengendalikan pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif.	3,982	Tinggi
FL7	Saya percaya bahwa merencanakan keuangan sejak dini penting untuk masa depan saya.	3,774	Tinggi
FL8	Saya merasa yakin bahwa saya mampu membuat keputusan keuangan yang bijak.	4,062	Tinggi
FL9	Saya menilai penting untuk meningkatkan pengetahuan saya dalam hal pengelolaan keuangan.	3,858	Tinggi
FL10	Saya merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang saya ambil setiap hari.	3,982	Tinggi
	Rata-rata	3,964	Tinggi

Sumber: Data diolah, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, rata-rata skor keseluruhan pada indikator Literasi Keuangan berada pada kategori “Tinggi” dengan nilai sebesar 3,964. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan FL3 (“Saya tahu bahwa semakin tinggi potensi keuntungan, semakin tinggi pula risikonya”) dengan skor 4,133, yang mencerminkan pemahaman responden terhadap prinsip dasar manajemen risiko. Sementara itu, nilai terendah muncul pada pernyataan FL7 (“Saya percaya bahwa

merencanakan keuangan sejak dini penting untuk masa depan saya”) dengan skor 3,774. Meskipun semua indikator berada dalam kategori tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa aspek perencanaan keuangan jangka panjang masih perlu ditingkatkan dibandingkan aspek pengetahuan dasar keuangan lainnya.

4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian *Saving Accumulation Motivation*

Hasil pengukuran motivasi akumulasi menabung ditampilkan pada bagian berikut :

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian SAM

Kode	Item	Mean	Kriteria
SAM1	Saya memiliki tujuan keuangan jangka panjang yang mendorong saya untuk menabung.	3,92	Tinggi
SAM2	Saya menahan keinginan untuk membeli sesuatu agar dapat menabung lebih banyak.	3,92	Tinggi
SAM3	Saya menabung agar lebih siap secara finansial menghadapi kejadian tak terduga di masa depan.	4,049	Tinggi
SAM4	Saya menabung secara rutin walaupun dalam jumlah kecil.	4,062	Tinggi
SAM5	Saya percaya bahwa menabung adalah hal yang penting untuk dilakukan sejak muda.	4,018	Tinggi
SAM6	Saya lebih memilih menabung sekarang daripada membelanjakan uang untuk hal yang tidak terlalu penting.	3,885	Tinggi
SAM7	Saya merencanakan jumlah dan jangka waktu saat menabung.	3,898	Tinggi
SAM8	Saya merasa menabung membantu saya merasa lebih aman secara finansial.	3,982	Tinggi
SAM9	Saya terbiasa menyisihkan pendapatan saya sebelum digunakan untuk pengeluaran lainnya.	3,876	Tinggi

SAM10	Saya termotivasi untuk menabung agar dapat mencapai tujuan spesifik, seperti membeli rumah, kendaraan, atau liburan.	4,018	Tinggi
	Rata-rata	3,963	Tinggi

Sumber : Data diolah SPSS, (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9, rata-rata skor keseluruhan pada indikator Motivasi Akumulasi Tabungan berada pada kategori “Tinggi” dengan nilai sebesar 3,963. Nilai tertinggi terdapat pada pernyataan SAM4 (“Saya menabung secara rutin walaupun dalam jumlah kecil”) dengan skor 4,062, yang mencerminkan kedisiplinan responden dalam menabung secara konsisten. Sementara itu, nilai terendah muncul pada pernyataan SAM9 (“Saya terbiasa menyisihkan pendapatan saya sebelum digunakan untuk pengeluaran lainnya”) dengan skor 3,876. Meskipun seluruh pernyataan berada dalam kategori tinggi, hasil ini menunjukkan bahwa motivasi menabung pada responden cukup kuat, baik untuk tujuan jangka panjang, keamanan finansial, maupun kebutuhan tak terduga, namun masih terdapat ruang untuk meningkatkan kebiasaan menabung yang lebih sistematis.

4.3 Analisis Statistik

4.3.1 Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrumen penelitian mampu mencerminkan variabel yang hendak diukur secara tepat dan konsisten (Ansari & Khan, 2023). Pengujian dilakukan melalui SPSS versi 30 dengan analisis korelasi Pearson (r-hitung). Jika nilai r-hitung $>$ r-tabel, maka dapat dinyatakan semua item pertanyaan itu valid. Adapun nilai r-tabel untuk $DF = n-2 = 226-2 = 224$ dengan level of significance 0,1 adalah 0,1097. Hasil uji validitas dapat terlihat pada table 4.10 :

Tabel 4. 10 Uji Validitas

Kode	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>Generational Affiliation</i>			

GA1	0,588	0,1097	Valid
GA2	0,369	0,1097	Valid
GA3	0,589	0,1097	Valid
GA4	0,373	0,1097	Valid
GA5	0,481	0,1097	Valid
GA6	0,456	0,1097	Valid
GA7	0,476	0,1097	Valid
GA8	0,448	0,1097	Valid
GA9	0,516	0,1097	Valid
GA10	0,486	0,1097	Valid
<i>Financial Literacy</i>			
FL1	0,454	0,1097	Valid
FL2	0,441	0,1097	Valid
FL3	0,515	0,1097	Valid
FL4	0,502	0,1097	Valid
FL5	0,414	0,1097	Valid
FL6	0,483	0,1097	Valid
FL7	0,497	0,1097	Valid
FL8	0,578	0,1097	Valid
FL9	0,398	0,1097	Valid
FL10	0,545	0,1097	Valid
<i>Saving Accumulation Motivation</i>			
SAM1	0,516	0,1097	Valid
SAM2	0,481	0,1097	Valid
SAM3	0,493	0,1097	Valid
SAM4	0,484	0,1097	Valid
SAM5	0,446	0,1097	Valid
SAM6	0,395	0,1097	Valid
SAM7	0,550	0,1097	Valid
SAM8	0,506	0,1097	Valid

SAM9	0,463	0,1097	Valid
SAM10	0,582	0,1097	Valid

Sumber : Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan tabel diatas, seluruh instrument penelitian mempunyai nilai r -hitung $>$ r -tabel, dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrument tersebut valid.

4.3.2 Uji Reabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap item-item pernyataan yang telah memenuhi kriteria validitas. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha Cronbach (α) melebihi angka 0,60, yang menunjukkan bahwa alat ukur memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat diandalkan untuk keperluan analisis lebih lanjut (Sugiyono, 2017 & Ghozali, 2018). Nilai α yang tinggi mengindikasikan bahwa setiap item dalam satu variabel saling berkorelasi secara konsisten. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan rumus Alpha Cronbach, diperoleh hasil reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas Pilot

No	Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	<i>Generational Affiliation (GA)</i>	10	0,628	Reliabel
2	<i>Financial Literacy (FL)</i>	10	0,633	Reliabel
3	<i>Saving Accumulation Motivation (SAM)</i>	10	0,649	Reliabel

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan keseluruhan hasil perhitungan pada tabel 4.11 diatas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang diteliti memiliki instrumen yang reliabel dimana nilai *cronbach's alpha*-nya $>0,6$.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap item-item yang telah memenuhi syarat validitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai koefisien Alpha Cronbach (α) melebihi 0,60, yang menunjukkan adanya konsistensi internal antar item dalam mengukur konstruk yang sama. Semakin tinggi nilai α , maka semakin besar tingkat keandalan instrumen tersebut dalam menghasilkan data yang stabil dan konsisten (Tavakol & Dennick, 2011). Dalam penelitian ini, penghitungan reliabilitas dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach, dan hasilnya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
GA	.444	226	.000
FL	.476	226	.000
SAM	.462	226	.000
a. Lilliefors Significance Correction			

Sumber : Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas pada Tabel 4.12, seluruh variabel dalam penelitian ini tidak berdistribusi normal, ditunjukkan oleh nilai signifikansi (p -value) $< 0,05$ pada uji Shapiro-Wilk. Hal ini menunjukkan adanya penyimpangan dari distribusi normal pada variabel afiliasi generasi, literasi keuangan, dan motivasi akumulasi tabungan. Meskipun demikian, analisis mediasi tetap dapat dilakukan karena metode yang digunakan, yaitu regresi linear sederhana dengan teknik bootstrap melalui macro PROCESS Hayes, bersifat robust terhadap pelanggaran asumsi normalitas, terutama dalam pengujian signifikansi efek mediasi.

4.4.2 Uji Homogenitas Varians

Pengujian homogenitas varians dilakukan untuk mengetahui apakah varians antar kelompok data yang dibandingkan memiliki kesamaan atau tidak. Uji ini penting dalam analisis statistik komparatif karena salah satu asumsi dasar dari analisis varians (ANOVA) dan uji parametrik lainnya adalah bahwa data memiliki varians yang homogen. Instrumen dinyatakan memenuhi asumsi homogenitas apabila nilai signifikansi (Sig.) pada uji Levene lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan varians yang signifikan antar kelompok (Field, 2013). Dalam penelitian ini, uji homogenitas varians dilakukan dengan menggunakan metode Levene's Test, dan hasil pengujiannya disajikan sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Homogenitas Varians

Test of Homogeneity of Variances			
SAM			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.456	2	223	.088

Sumber: Olah Data SPSS (2025)

Berdasarkan output SPSS pada Tabel 4.13, nilai Levene Statistic sebesar 2,460 dengan signifikansi (p-value) sebesar 0,088. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan varians yang signifikan antara kelompok generasi X, Y, dan Z. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data bersifat homogen dan memenuhi asumsi homogenitas varians, yang merupakan syarat penting dalam analisis statistik komparatif seperti ANOVA. Homogenitas varians menunjukkan bahwa penyebaran data antar kelompok relatif serupa, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat dan dapat dipercaya.

4.5 Uji Hipotesis

Bagian ini menyajikan hasil uji hipotesis yang dilakukan untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian, termasuk pengaruh langsung dan tidak

langsung antara generational affiliation (GA), financial literacy (FL), dan savings accumulation motivation (SAM), serta pengujian perbedaan motivasi akumulasi tabungan antar generasi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (path analysis) dan analisis perbedaan (ANOVA), dengan hasil rekapitulasi ditampilkan pada Tabel 4.14 berikut.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis 1						
Variabel	Koefisien	t-value	p-value	95% CI (LL UL)	R2	F hitung
GA →SAM	0,949	36,534	0,000	[0,898 - 1,0006]	0,856	1334,798
Hipotesis 2						
Variabel	Koefisien	t-value	p-value	95% CI (LL UL)	R2	F hitung
GA →FL	0,913	34,343	0,000	[0,8609 – 0,9657]	0,840	1179,458
Hipotesis 3						
Variabel	Koefisien	t-value	p-value	95% CI (LL UL)	R2	F hitung
FL →SAM	0,554	10,276	0,000	[0,4478 – 0,6602]	0,902	1031,877
GA → SAM (kontrol)	0,443	8,257	0,000	[0,3377 – 0,5493]		
Hipotesis 4						
Jenis Efek	Nilai	95% Boot CI (LL – UL)			Standar. Efek	
Indirect Effect	0,506	[0,4003 – 0,6049]			0,4931	
Direct Effect	0,443	[0,3377 – 0,5493]			0,4322	
Total Effect	0,949	[0,8982 – 1,0006]			0,9254	

Hipotesis 5				
Hipotesis	Variabel Bebas	Variabel Terikat	F Hitung	Sig. (p-value)
Terdapat perbedaan SAM antar generasi	Generational Affiliation (X, Y, Z)	Savings Accumulation Motivation (SAM)	1,064	0,347

1.) Hipotesis 1

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menguji pengaruh generational affiliation (GA) terhadap savings accumulation motivation (SAM). Berdasarkan hasil analisis menggunakan Macro PROCESS Hayes (model total effect), diperoleh koefisien regresi sebesar 0,9494 dengan nilai signifikansi $p = 0,000$ dan nilai $t = 36,5349$. Karena nilai $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh GA terhadap SAM bersifat signifikan secara statistik.

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,8563 menunjukkan bahwa 85,63% variasi dalam motivasi akumulasi tabungan dapat dijelaskan oleh generational affiliation. Dengan kata lain, model ini memiliki kemampuan prediktif yang sangat kuat. Sementara itu, sisanya sebesar 14,37% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model ini. Tingkat kesalahan residual dapat dihitung dengan $\sqrt{1 - R^2} = \sqrt{0,1437} \approx 0,379$, yang tergolong rendah.

Hasil ini mendukung hipotesis H1, yaitu terdapat pengaruh positif dan signifikan antara generational affiliation terhadap savings accumulation motivation. Artinya, perbedaan karakteristik generasi berkontribusi terhadap tingkat motivasi individu dalam menabung.

2.) Hipotesis 2

Hipotesis kedua bertujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh antara generational affiliation (GA) terhadap financial literacy (FL). Berdasarkan hasil analisis menggunakan PROCESS Hayes, diperoleh koefisien regresi sebesar 0,9133, dengan nilai $t = 34,3432$ dan nilai signifikansi $p = 0,000$. Karena $p < 0,05$, maka pengaruh ini dinyatakan signifikan secara statistik.

Selain itu, nilai R Square (R^2) sebesar 0,8404 menunjukkan bahwa 84,04% variasi dalam tingkat literasi keuangan dapat dijelaskan oleh generational affiliation. Sisanya, sebesar 15,96%, berasal dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis H2, yang menyatakan bahwa generational affiliation memiliki pengaruh terhadap financial literacy. Ini berarti, perbedaan karakteristik antar generasi berperan dalam membentuk tingkat pemahaman dan pengetahuan individu mengenai keuangan.

3.) Hipotesis 3

Hipotesis ketiga menguji apakah financial literacy (FL) berpengaruh terhadap savings accumulation motivation (SAM) setelah mempertimbangkan pengaruh dari generational affiliation (GA). Hasil analisis menunjukkan bahwa FL memiliki koefisien regresi sebesar 0,5540, dengan nilai $t = 10,2766$ dan $p = 0,000$. Karena nilai $p < 0,05$, maka hubungan ini dinyatakan signifikan.

Nilai R Square (R^2) sebesar 0,9025 pada model ini menunjukkan bahwa 90,25% variasi dalam savings accumulation motivation dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel GA dan FL. Ini mengindikasikan bahwa FL memberikan kontribusi tambahan yang kuat terhadap motivasi menabung ketika dikombinasikan dengan afiliasi generasi.

Dengan hasil ini, hipotesis H3 didukung, di mana literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi akumulasi tabungan. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan seseorang, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk memiliki motivasi menabung.

4.) Uji Hipotesis 4

Hipotesis keempat menguji peran financial literacy sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara generational affiliation dan savings accumulation motivation. Pengujian dilakukan menggunakan metode bootstrapping dengan 5000 sampel.

Hasil menunjukkan bahwa efek tidak langsung (indirect effect) dari GA ke SAM melalui FL adalah sebesar 0,5060, dengan interval kepercayaan 95% [0,4003 – 0,6049]. Karena interval ini tidak mencakup angka nol, maka efek mediasi dinyatakan signifikan. Selain itu, pengaruh langsung (direct effect) antara GA dan SAM tetap signifikan sebesar 0,4435 ($p = 0,000$) setelah dimasukkan mediator FL.

Efek mediasi ini tergolong parsial, karena meskipun FL memediasi hubungan antara GA dan SAM, pengaruh langsung GA terhadap SAM tidak hilang sepenuhnya. Dengan demikian, hipotesis H4 didukung, yang berarti financial literacy secara signifikan menjembatani hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi menabung.

5.) Uji Hipotesis 5

Hipotesis kelima dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan dalam savings accumulation motivation (SAM) berdasarkan generational affiliation (Gen X, Gen Y, dan Gen Z). Uji beda dilakukan menggunakan One-Way ANOVA, dan hasil analisis menunjukkan nilai F sebesar 1,064 dengan signifikansi $p = 0,347$. Karena nilai $p > 0,05$, maka perbedaan yang terdeteksi tidak signifikan secara statistik.

Dengan demikian, hipotesis H5 tidak didukung, yang berarti tidak terdapat perbedaan motivasi menabung yang signifikan antar generasi. Meskipun tiap generasi memiliki karakteristik yang unik, dalam konteks penelitian ini, motivasi mereka untuk menabung tidak menunjukkan perbedaan yang cukup besar secara statistik untuk dianggap berbeda secara nyata.

4.6 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

Ringkasan hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 15 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan
H1	Generational affiliation berpengaruh terhadap savings accumulation motivation	Didukung – Pengaruh positif dan signifikan
H2	Generational affiliation berpengaruh terhadap financial literacy	Didukung – Pengaruh positif dan signifikan
H3	Financial literacy berpengaruh terhadap savings accumulation motivation	Didukung – Pengaruh positif dan signifikan
H4	Financial literacy memediasi hubungan antara generational affiliation dan savings accumulation motivation	Didukung – Mediasi signifikan (parsial)
H5	Terdapat perbedaan savings accumulation motivation berdasarkan generational affiliation	Tidak didukung – Perbedaan tidak signifikan

4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengaruh *Generational Affiliation* terhadap *Savings Accumulation Motivation*

Hasil analisis hipotesis pertama menunjukkan bahwa afiliasi generasi memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi akumulasi tabungan. Ini mengindikasikan bahwa nilai, preferensi, dan sikap yang melekat pada masing-masing kelompok generasi berperan penting dalam menentukan bagaimana seseorang memotivasi diri untuk menabung. Temuan ini menegaskan bahwa karakteristik generasi merupakan faktor utama dalam membentuk perilaku keuangan individu.

Dalam perspektif akademik, generasi tidak sekadar diformulasikan sebagai kelompok demografis, tetapi lebih daripada itu, dimaknai sebagai konstruksi psiko-sosiokultural yang membingkai cara pandang, ekspektasi, dan prioritas individu terhadap pengelolaan keuangan. Perbedaan orientasi dan tujuan finansial antar generasi turut dipengaruhi oleh ragam pengalaman hidup, akses terhadap teknologi keuangan, serta dinamika ekonomi makro yang dihadapi masing-masing kelompok saat memasuki era produktif. Sebagai contoh, generasi muda seperti Gen Z dan milenial cenderung memiliki motivasi menabung yang lebih berorientasi pada tujuan jangka pendek serta kebutuhan fleksibel—misalnya untuk konsumsi dan hiburan. Sementara itu, generasi yang lebih tua umumnya menempatkan keamanan keuangan jangka panjang seperti dana pensiun atau investasi properti sebagai prioritas tabungan, merefleksikan nilai kehati-hatian dan preferensi atas stabilitas ekonomi

Sejalan dengan temuan ini, penelitian terdahulu juga menguatkan adanya perbedaan motivasi menabung serta toleransi risiko berdasarkan generasi. Studi yang dilakukan oleh Csiszárík-Kocsir et al. (2022) menyoroti bahwa motivasi menabung beragam di antara kelompok usia, di mana generasi yang lebih muda lebih berorientasi pada tujuan jangka pendek dan kebutuhan fleksibel, sedangkan generasi yang lebih tua lebih terfokus pada keamanan keuangan jangka panjang. Sementara itu, Naanwaab & Antwi (2022) menekankan bahwa generasi senior umumnya memperlihatkan perilaku yang lebih hati-hati terhadap risiko dan lebih disiplin dalam menyiapkan dana cadangan, berbeda dengan generasi muda yang cenderung lebih terbuka terhadap risiko serta kerap menunda perencanaan keuangan jangka panjang. Kedua penelitian ini sama-sama menegaskan pentingnya memahami karakteristik dan kecenderungan tiap generasi dalam membangun motivasi menabung yang efektif serta relevan untuk pengembangan program literasi keuangan berbasis segmentasi generasi.

4.7.2 Pengaruh Generational Affiliation terhadap Financial Literacy

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa afiliasi generasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat literasi keuangan. Hal ini mengindikasikan bahwa karakteristik setiap generasi, yang meliputi pola pikir, akses terhadap informasi, kemajuan teknologi, serta pengalaman ekonomi, berperan penting dalam membentuk kemampuan individu dalam memahami dan menerapkan konsep keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Temuan ini menguatkan bahwa *generational affiliation* menjadi faktor utama yang menyebabkan variasi literasi keuangan di masyarakat, sekaligus mendukung hipotesis kedua dalam penelitian ini.

Konsistensi temuan ini tampak dalam penelitian Potrich, Vieira, dan Kirch (2015), yang menegaskan bahwa variabel demografis dan sosial ekonomi seperti usia dan kelompok generasi secara nyata memengaruhi tingkat literasi keuangan. Mereka menemukan bahwa setiap kelompok usia memiliki keunggulan dan kekurangan masing-masing dalam hal penguasaan pengetahuan dasar keuangan—mulai dari keterampilan mengelola utang, menyusun anggaran, hingga memahami risiko investasi. Generasi muda kerap kali memiliki akses yang lebih mudah dan luas ke berbagai informasi keuangan berbasis digital, namun belum tentu mampu mentransformasikan pengetahuan tersebut menjadi sikap atau perilaku finansial yang efektif. Sebaliknya, generasi yang lebih senior umumnya memiliki pengalaman praktis yang lebih kuat dalam pengelolaan keuangan, meski mungkin menghadapi tantangan dalam mengeksplorasi atau memanfaatkan teknologi dan informasi baru. Karakteristik-karakteristik antar generasi tersebut menciptakan heterogenitas dalam literasi keuangan yang tampak dalam berbagai populasi.

Xie, Osińska, dan Szczepaniak (2023) menekankan pentingnya peningkatan literasi keuangan pada generasi muda, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi yang terus berubah serta dalam upaya mempersiapkan keamanan finansial jangka panjang. Temuan dari penelitian mereka menunjukkan bahwa meskipun generasi muda cenderung menunda pengambilan keputusan finansial untuk jangka panjang, peningkatan literasi keuangan secara signifikan dapat mendorong perubahan perilaku keuangan menjadi lebih bertanggung jawab dan proaktif. Di sisi

lain, generasi yang lebih tua biasanya mengandalkan pengalaman dalam mengelola keuangan, sedangkan generasi muda membutuhkan pendekatan edukasi finansial yang lebih sesuai dengan karakteristik dan kebiasaan mereka. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa generational affiliation merupakan prediktor utama dari literasi keuangan dan menjadi pertimbangan penting dalam merancang program-program edukasi keuangan yang relevan dengan kebutuhan serta kecenderungan setiap generasi di masyarakat.

4.7.3 Pengaruh Financial Literacy terhadap Savings Accumulation Motivation

Pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap motivasi akumulasi tabungan, bahkan setelah mempertimbangkan afiliasi generasi. Hal ini menegaskan bahwa pemahaman individu mengenai konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, penganggaran, dan perencanaan masa depan, berperan penting dalam mendorong motivasi untuk menabung. Temuan ini memperkuat posisi literasi keuangan sebagai faktor kunci dalam membentuk perilaku keuangan yang bijaksana, khususnya dalam meningkatkan kecenderungan menabung.

Konsistensi hasil riset terkait pengaruh generational affiliation terhadap financial literacy juga tercermin dalam studi-studi sebelumnya. Potrich et al. (2018) menegaskan bahwa literasi keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor sosial-ekonomi, tetapi juga memainkan peran sentral dalam membentuk perilaku keuangan yang rasional. Mereka menyoroti bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi cenderung lebih mampu dalam membuat keputusan finansial jangka panjang dan menghindari perilaku impulsif. Kondisi tersebut menjadikan literasi keuangan sebagai salah satu landasan utama dalam menumbuhkan kebiasaan menabung.

Yusuf et al. (2020) melalui penelitiannya pada generasi muda menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung,

terutama ketika didukung oleh sikap keuangan yang positif. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman individu terhadap aspek-aspek keuangan akan mendorong terbentuknya sikap yang lebih bijak, yang kemudian tercermin dalam perilaku nyata seperti kebiasaan menabung. Walaupun dalam penelitian tersebut tidak secara khusus menguji peran mediasi sikap, hasil yang diberikan menunjukkan peran langsung literasi keuangan dalam membentuk motivasi individu untuk menabung.

4.7.4 Peran Mediasi Financial Literacy

Analisis hipotesis keempat menunjukkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai mediator yang signifikan dalam hubungan antara afiliasi generasi dan motivasi akumulasi tabungan. Artinya, pengaruh generasi terhadap motivasi menabung tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga terjadi secara tidak langsung melalui peningkatan literasi keuangan. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan jalur penting dalam proses pengambilan keputusan keuangan yang dipengaruhi oleh karakteristik generasi.

Konsistensi temuan ini tercermin dalam kajian sistematis yang dilakukan oleh Goyal dan Kumar (2021), yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan berperan sebagai variabel mediasi sentral dalam berbagai model perilaku finansial. Literasi keuangan kerap menjadi penghubung antara variabel-variabel latar belakang seperti usia, pendidikan, dan afiliasi generasi dengan beragam hasil perilaku keuangan, termasuk perilaku menabung, investasi, serta manajemen utang. Dengan demikian, paparan terhadap informasi atau pengalaman keuangan yang diperoleh dari lingkungan generasional belum secara otomatis menghasilkan perilaku finansial yang optimal, kecuali jika individu memiliki pemahaman dan keterampilan yang cukup untuk mengelola, menginterpretasi, dan mengambil keputusan secara rasional berdasarkan pengetahuan tersebut.

Alhenawi dan Elkhail (2022) menegaskan posisi financial literacy sebagai mekanisme kunci dalam mentransformasi latar belakang sosial—termasuk pendidikan dan karakteristik generasi—menjadi perilaku finansial yang terarah.

Konteks generational affiliation merepresentasikan perbedaan pengalaman sosial, ekonomi, serta akses terhadap sumber informasi, yang baru akan berdampak nyata dalam perilaku menabung apabila didukung oleh tingkat literasi keuangan yang memadai. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya relevan secara statistik sebagai mediator, tetapi juga memiliki implikasi praktis yang signifikan untuk perancangan intervensi dan program edukasi keuangan berbasis generasi, sehingga mampu menyesuaikan pendekatan edukasi dengan kebutuhan dan karakteristik setiap kelompok usia dalam masyarakat.

4.7.5 Analisis Perbedaan Motivasi Akumulasi Tabungan Berdasarkan Afiliasi Generasi

Pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam motivasi akumulasi tabungan di antara kelompok generasi X, Y, dan Z. Meskipun terdapat variasi rata-rata motivasi menabung antar generasi, perbedaan tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap bermakna secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor generasi tidak berperan secara berbeda dalam mempengaruhi motivasi menabung dalam populasi yang diteliti.

Temuan ini sejalan dengan hasil yang diperoleh Mahendra dan Rafik (2022) dalam studinya mengenai literasi keuangan dan perilaku belanja antara Generasi X dan Y. Penelitian tersebut menegaskan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan dalam perilaku keuangan, termasuk motivasi menabung, antara kedua kelompok generasi. Dengan kata lain, faktor generasi tidak selalu menjadi penentu utama dalam pembentukan kebiasaan atau dorongan untuk menabung, sebab motivasi menabung juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti pendidikan, pengalaman, serta situasi ekonomi yang dihadapi individu.

Firdaus dan Asandimitra (2022) dalam penelitiannya mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung pada Generasi Z menemukan bahwa motivasi serta perilaku menabung pada kelompok usia ini cenderung seragam dan tidak menunjukkan perbedaan bermakna berdasarkan kategori generasi. Pengetahuan keuangan di kalangan Gen Z juga tidak secara signifikan

memengaruhi perilaku menabung, sehingga semakin menguatkan argumen bahwa faktor generasional bukanlah determinan utama dalam pembentukan motivasi menabung. Temuan tersebut menegaskan bahwa perbedaan afiliasi generasi tidak selalu menghasilkan variasi yang signifikan dalam motivasi akumulasi tabungan, terutama ketika faktor lingkungan, sosial ekonomi, dan akses informasi berada dalam kondisi yang relatif serupa.

Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh generational affiliation terhadap savings accumulation motivation, dengan financial literacy sebagai variabel mediasi, pada responden dari berbagai kelompok generasi. Berdasarkan hasil analisis statistik dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dari penelitian ini dapat disampaikan sebagai berikut:

- 1.) Generational affiliation menunjukkan pengaruh positif terhadap savings accumulation motivation. Setiap kelompok generasi memiliki nilai, pola perilaku, dan perspektif yang berbeda dalam hal pengelolaan keuangan. Generasi yang lebih tua biasanya menunjukkan orientasi keuangan jangka panjang dan disiplin fiskal yang lebih besar dalam menabung. Sebaliknya, generasi yang lebih muda sering kali berada dalam fase eksplorasi dan berorientasi pada konsumsi. Orientasi yang berbeda ini secara teoritis berkontribusi pada tingkat motivasi yang berbeda-beda dalam mengumpulkan tabungan.
- 2.) Generational affiliation menunjukkan pengaruh positif terhadap tingkat literasi keuangan individu. Variasi usia, paparan terhadap kemajuan teknologi, dan pengalaman hidup yang berbeda antar generasi berperan penting dalam membentuk pemahaman individu terhadap konsep dan praktik keuangan. Generasi yang tumbuh di era digital mendapatkan keuntungan dari peningkatan akses terhadap informasi keuangan, sedangkan generasi yang lebih tua cenderung mengandalkan pembelajaran melalui pengalaman dan pelajaran hidup secara langsung. Perbedaan akses dan pendekatan ini diperkirakan akan berdampak pada tingkat literasi keuangan yang dimiliki oleh masing-masing generasi.
- 3.) Financial literacy memiliki pengaruh signifikan terhadap savings accumulation motivation. Individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih terencana dalam mengelola pengeluaran dan menetapkan

prioritas keuangan. Kemampuan untuk mengenali pentingnya perencanaan, investasi, dan pengendalian diri terhadap konsumsi menjadi faktor yang mendorong seseorang untuk lebih termotivasi dalam menabung. Literasi keuangan membentuk landasan bagi pengambilan keputusan finansial yang rasional dan berkelanjutan.

- 4.) Financial literacy berperan sebagai mediator dalam hubungan antara generational affiliation dan savings accumulation motivation. Perbedaan generasi berpengaruh terhadap tingkat pemahaman keuangan, yang kemudian berdampak pada motivasi untuk menabung. Meskipun pengaruh langsung antara generasi dan motivasi menabung tetap signifikan, keberadaan literasi keuangan memperkuat hubungan tersebut. Peran mediasi ini menegaskan bahwa pemahaman keuangan merupakan jalur penting yang menghubungkan karakteristik generasi dengan perilaku menabung.
- 5.) Tidak ditemukan perbedaan yang signifikan dalam savings accumulation motivation antar kelompok generasi. Meskipun setiap generasi memiliki ciri khas dalam hal perilaku dan sikap terhadap keuangan, motivasi untuk menabung tampak seragam pada konteks populasi yang diteliti. Kesamaan kondisi sosial ekonomi dan akses terhadap informasi di antara responden kemungkinan menyebabkan perbedaan antar generasi tidak cukup mencolok untuk memengaruhi motivasi menabung secara statistik.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi Manajerial dari penelitian sebagai berikut :

1.) Bagi Pemerintah

Pendekatan berbasis generasi menjadi semakin relevan dalam penyusunan kebijakan publik, terutama yang berkaitan dengan peningkatan literasi keuangan nasional. Selain menyesuaikan konten, metode, dan saluran penyampaian edukasi keuangan, pemerintah juga dapat berperan aktif dengan melakukan segmentasi program berdasarkan kebutuhan dan preferensi generasi tertentu, misalnya melalui optimalisasi penggunaan media digital untuk

generasi muda dan pendekatan konvensional yang lebih interpersonal bagi generasi yang lebih senior. Sebagai tambahan, kolaborasi lintas kementerian, lembaga keuangan, serta organisasi masyarakat dapat diintensifkan dalam menciptakan ekosistem edukasi yang inklusif. Dengan membangun sistem monitoring dan evaluasi berbasis data, efektivitas inisiatif literasi keuangan dapat terus dievaluasi, sehingga program yang dijalankan benar-benar menjawab kesenjangan pengetahuan dan keterampilan keuangan masing-masing kelompok generasi, sekaligus mendukung terwujudnya masyarakat yang lebih sadar dan bijak secara finansial.

2.) Bagi Perusahaan

Di lingkungan perusahaan, khususnya pada sektor jasa keuangan, hasil penelitian ini memberi rekomendasi untuk menerapkan strategi yang lebih terstruktur dalam memahami perilaku finansial konsumen menurut segmentasi usia. Pengembangan produk tabungan, instrumen investasi, dan layanan keuangan lain hendaknya dilakukan dengan mengedepankan prinsip customer centric yang mempertimbangkan karakter generasi serta tingkat literasi keuangannya, sehingga produk yang ditawarkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga mampu mengedukasi sekaligus memberdayakan konsumen. Perusahaan juga dapat memanfaatkan teknologi digital dan data analytics untuk merancang komunikasi yang dipersonalisasi, penyuluhan interaktif, serta layanan konsultasi keuangan berbasis demografi, yang dapat meningkatkan loyalitas dan retensi pelanggan dari berbagai kelompok generasi. Dengan demikian, integrasi antara inovasi produk dan strategi pemasaran berbasis data diyakini mampu menciptakan nilai tambah bagi perusahaan sekaligus memperluas jangkauan inklusi keuangan di masyarakat.

3.) Bagi Pendidikan

Sektor pendidikan menjadi salah satu pilar utama dalam menumbuhkan budaya literasi keuangan dan membentuk motivasi menabung sejak dini. Selain memasukkan topik pengelolaan keuangan pribadi dalam kurikulum, institusi pendidikan diharapkan juga proaktif dalam menyediakan berbagai program ekstrakurikuler, seminar, simulasi keuangan, dan kegiatan praktikum

yang relevan dengan konteks kehidupan nyata peserta didik. Pendekatan pembelajaran yang interaktif, berbasis pemecahan masalah, dan disesuaikan dengan perkembangan teknologi serta karakteristik generasi akan menjadikan transfer ilmu keuangan lebih efektif dan aplikatif. Lingkungan sekolah maupun perguruan tinggi dapat berperan sebagai agen perubahan yang memfasilitasi siswa dan mahasiswa agar mampu membuat keputusan keuangan yang rasional, mandiri, dan visioner. Upaya ini diharapkan tidak hanya meningkatkan pemahaman teoretis, tetapi juga membentuk perilaku keuangan positif yang berkelanjutan pada setiap tahapan kehidupan individu lintas generasi.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat sejumlah keterbatasan yang perlu diperhatikan :

1.) Keterbatasan Akses dan Representasi Sampel

Sampel dalam penelitian ini terbatas pada individu yang memiliki akses serta kesediaan untuk berpartisipasi melalui kuesioner daring. Kondisi ini mengakibatkan adanya risiko bias terhadap kelompok masyarakat yang memiliki literasi digital lebih baik serta akses internet yang memadai, sehingga kurang merepresentasikan populasi beragam dengan latar belakang teknologi yang berbeda. Kelompok yang kurang terjangkau teknologi atau tinggal di wilayah dengan keterbatasan infrastruktur digital kemungkinan besar tidak terwakili secara proporsional dalam data penelitian. Akibatnya, hasil penelitian dapat cenderung mencerminkan kondisi kelompok tertentu yang relatif lebih mudah mengakses informasi dan layanan digital, sementara karakteristik kelompok lain dengan keterbatasan akses menjadi kurang tergambarkan secara utuh.

2.) Keterbatasan Generalisasi akibat Teknik Purposive Sampling

Strategi pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling juga menjadi keterbatasan tersendiri dalam penelitian ini. Teknik tersebut hanya memberikan ruang bagi partisipasi dari responden yang telah ditentukan karakteristiknya, yakni berdasarkan kategori generasi dan rentang usia tertentu,

seperti Generasi X, Y, dan Z. Akibatnya, hasil penelitian menjadi kurang bersifat generalisatif karena tidak seluruh segmen masyarakat masuk dalam cakupan studi. Ragam karakteristik demografis, sosial, ataupun ekonomi lain yang ada di luar kriteria inklusi penelitian ini kemungkinan belum sepenuhnya terwakili. Hal ini berimplikasi pada keterbatasan dalam menarik kesimpulan yang benar-benar merepresentasikan perilaku menabung seluruh populasi masyarakat Indonesia.

3.) Bias Subjektivitas pada Pengumpulan Data Self-Report

Penggunaan metode self-report dalam pengumpulan data pun membawa konsekuensi bias subjektivitas dalam penelitian ini. Data yang diperoleh sepenuhnya didasarkan pada persepsi dan interpretasi responden sendiri mengenai perilaku dan motivasi keuangan mereka. Sering kali, terdapat kecenderungan responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan norma sosial atau yang dianggap ideal daripada gambaran perilaku aktual mereka di kehidupan nyata. Dengan demikian, tingkat akurasi data yang dikumpulkan melalui instrumen self-report ini sangat bergantung pada kejujuran serta kemampuan responden untuk melakukan refleksi secara objektif terhadap pengalaman pribadinya.

4.) Tidak Dikendalikannya Faktor Kontekstual Eksternal

Penelitian ini tidak secara eksplisit mengendalikan faktor-faktor kontekstual seperti kondisi ekonomi, perbedaan budaya setempat, maupun pengaruh lingkungan keluarga dan sosial di sekitar responden. Padahal, variabel-variabel eksternal semacam ini dapat memainkan peran yang signifikan dalam membentuk literasi keuangan dan motivasi menabung individu. Ketidakhadiran pengendalian terhadap aspek kontekstual tersebut dapat menimbulkan variabel perancu dalam relasi antarfaktor yang diteliti, sehingga hasil penelitian menjadi kurang komprehensif untuk memberikan gambaran utuh mengenai dinamika perilaku menabung di masyarakat yang sangat heterogen.

5.4 Saran

Berdasarkan hasil temuan dan keterbatasan penelitian yang telah dijelaskan, penulis memberikan beberapa saran berikut:

- 1.) Pada variabel financial literacy, item pernyataan dengan skor terendah adalah “Saya memahami cara kerja produk keuangan tertentu, seperti reksa dana, asuransi, atau investasi jangka panjang.” Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman terhadap instrumen keuangan yang lebih kompleks masih rendah di sebagian besar responden. Untuk meningkatkan literasi ini, institusi pendidikan dan lembaga keuangan dapat menyusun konten edukatif yang lebih aplikatif dan mudah dipahami lintas generasi. Misalnya, penyajian materi keuangan berbasis studi kasus atau simulasi digital yang interaktif dapat membantu menjelaskan konsep produk keuangan secara kontekstual. Khusus untuk Gen Z yang cenderung lebih visual dan digital-native, pendekatan berbentuk video pendek atau infografik dinilai lebih efektif dalam menyampaikan topik-topik seperti risiko investasi, perencanaan pensiun, atau pengelolaan portofolio.
- 2.) Pada variabel savings accumulation motivation, pernyataan dengan skor paling rendah adalah “Saya memiliki rencana tabungan jangka panjang yang jelas.” Ini menunjukkan bahwa banyak individu, meskipun memiliki kesadaran akan pentingnya menabung, belum memiliki perencanaan konkret atau sistematis. Berdasarkan temuan ini, pihak terkait seperti perusahaan fintech, lembaga keuangan, atau bahkan pemerintah dapat menyediakan alat bantu perencanaan keuangan yang sederhana dan disesuaikan dengan gaya hidup generasi masing-masing. Sebagai contoh, aplikasi perencana tabungan dengan fitur visualisasi tujuan dan pengingat mingguan dapat mendorong kebiasaan menabung yang lebih konsisten. Strategi semacam ini juga dapat mempersempit kesenjangan antara literasi keuangan yang dimiliki dan implementasi nyata dalam perilaku menabung.
- 3.) Meskipun penelitian ini menunjukkan bahwa generational affiliation berpengaruh terhadap financial literacy dan savings accumulation

motivation, pendekatan yang digunakan belum sepenuhnya menangkap perbedaan kebutuhan dan preferensi tiap generasi secara kualitatif. Oleh karena itu, pelaku industri keuangan disarankan untuk tidak hanya menggunakan segmentasi usia dalam strategi komunikasi dan pemasaran, tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai, aspirasi finansial, dan perilaku konsumsi yang khas dari masing-masing generasi. Misalnya, Gen Y yang berada dalam fase membangun karier dan keluarga cenderung membutuhkan informasi mengenai stabilitas keuangan dan investasi rumah tangga, sementara Gen Z yang masih dalam tahap awal produktif dapat lebih tertarik pada edukasi keuangan dasar yang dikemas secara ringan dan visual.

- 4.) Temuan bahwa literasi keuangan berperan sebagai mediator antara generational affiliation dan motivasi menabung menunjukkan pentingnya penguatan pemahaman finansial sebagai fondasi dalam membentuk perilaku keuangan yang sehat. Mengingat keterbatasan penelitian yang hanya menggunakan pendekatan kuantitatif, disarankan agar lembaga pendidikan, baik formal maupun nonformal, melengkapi pembelajaran literasi keuangan dengan pendekatan kontekstual dan berbasis pengalaman. Simulasi keuangan, permainan edukatif, atau forum diskusi lintas generasi dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih berkesan dan aplikatif. Dengan pendekatan tersebut, peningkatan literasi tidak hanya menjadi aspek kognitif, tetapi juga membentuk sikap dan kebiasaan positif dalam pengelolaan keuangan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2002). Constructing a TPB questionnaire: Conceptual and methodological considerations. <http://people.umass.edu/aizen/pdf/tpb.measurement.pdf>
- Alhenawi, Y., & Elkhail, K. (2022). Financial literacy and financial behavior: Evidence from emerging markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 36, 100678. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2022.100678>
- Ansari, M. A., & Khan, A. (2023). Reliability and validity in social science research. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 10(2), 45–51. <https://www.ijrar.org/papers/IJRAR23B1081.pdf>
- Bhandari, R., & Nikolopoulou, K. (2023). Designing Likert scale surveys for educational research. *Educational Assessment*, 29(1), 23–35. <https://doi.org/10.1080/10627197.2023.2245684>
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173–1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (4th ed.). Pearson Education.
- Csiszárík-Kocsir, Á. (2023). The purposes and motivations of savings accumulation based on generational affiliation, financial education and financial literacy. *Journal of Behavioral Economics*, 15(1), 211–232. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/09722629231159125>

- Dewi, V., Febrian, E., Effendi, N., & Anwar, M. (2020). Financial literacy and digital payment behavior among Gen Z in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(12), 73–82. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.073>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4th ed.). Sage Publications.
- Firdaus, A., & Asandimitra, N. (2022). Determinants of saving behavior among Generation Z in Indonesia: The role of financial literacy. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(1), 91–102. <https://doi.org/10.24914/jeb.v25i1.5100>
- Friedline, T., Elliott, W., & Nam, I. (2012). The role of timing and habit in saving behavior: Experimental evidence from youth. *Journal of Economic Psychology*, 33(3), 508–522. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2011.12.008>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goyal, K., & Kumar, S. (2021). Financial literacy as a mediating variable between demographic characteristics and financial behavior: An exploratory study. *Journal of Education and Practice*, 12(11), 56–65. <https://doi.org/10.7176/JEP/12-11-07>
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). Guilford Press. <https://afhayes.com/introduction-to-mediation-moderation-and-conditional-process-analysis.html>
- Holmes, A., & Rinaman, S. (2014). *Essentials of statistics for the behavioral sciences* (2nd ed.). Worth Publishers.

- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *The Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 296–316. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01170.x>
- Kompas. (2023). Generasi muda lebih konsumtif dan kurang menabung, temuan survei BI. Kompas. <https://www.kompas.com/>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2017). The impact of financial literacy on retirement planning: Evidence from Generation X and Y. *Pension Economics and Finance*, 16(2), 1–29. <https://doi.org/10.1017/S1474747217000305>
- Mahendra, A., & Rafik, R. (2022). Perilaku belanja online dan literasi keuangan pada Generasi X dan Y di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(3), 87–99. <https://doi.org/10.20473/jeb.vol19.iss3.2022.87-99>
- Matthews, W. J. (2005). *Regression methods in behavioral research*. Aldine Transaction.
- OECD. (2016). *Measuring financial literacy: Questionnaire and guidance notes for conducting an internationally comparable survey of financial literacy*. Organisation for Economic Co-operation and Development. <https://www.oecd.org/finance/financial-education/measuringfinancialliteracy.htm>
- OECD. (2021). *Financial literacy and inclusion: Results from the 2020 OECD/INFE survey*. <https://www.oecd.org/finance/education/oecd-infe-2020-global-finlit-survey.htm>
- Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual (7th ed.)*. Routledge.
- Peiris, D., et al. (2021). The effect of financial literacy on saving behavior: A meta-analytic review. *International Journal of Social Economics*, 48(4), 633–655. <https://doi.org/10.1108/IJSE-04-2020-0171>

- Potrich, A. C. G., Vieira, K. M., & Kirch, G. (2015). Determinants of financial literacy: Analysis of the influence of socioeconomic and demographic variables. *Revista Contabilidade & Finanças*, 26(69), 362–377. <https://doi.org/10.1590/1808-057x201501040>
- Potrich, A. C. G., et al. (2018). Financial literacy and its influence on consumption and investment decisions. *Contaduría y Administración*, 63(3), 63–82. <https://doi.org/10.22201/fca.24488410e.2018.1412>
- Priyono, A., & Nugroho, A. (2021). The role of social media in forming Gen Z financial behavior. *Humaniora*, 33(1), 95–110. <https://doi.org/10.22146/jh.60704>
- Rahmad Jalaludin. (2004). *Dasar-dasar metode penelitian*. Rajawali Pers.
- Robb, C. A., & Woodyard, A. (2011). Financial knowledge and best practice behavior. *International Journal of Consumer Studies*, 35(6), 593–601. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01043.x>
- Rodriguez, C., Dawar, N., & Bleich, S. (2024). Financial behavior as a mediator between literacy and financial outcomes among young adults. *Journal of Youth Studies*, 27(2), 271–290. <https://doi.org/10.1080/13676261.2023.2202580>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach*(7th ed.). Wiley.
- Shefrin, H. M., & Thaler, R. H. (1988). The behavioral life-cycle hypothesis. *Economic Inquiry*, 26(4), 609–643. <https://doi.org/10.1111/j.1465-7295.1988.tb01520.x>
- Shim, S., Barber, B. L., Card, N. A., Xiao, J. J., & Serido, J. (2009). Financial socialization of first-year college students: The roles of parents, work, and education. *Journal of Youth and Adolescence*, 38(3), 285–296. <https://doi.org/10.1007/s10964-008-9309-8>

- Strauss, W., & Howe, N. (1991). *Generations: The history of America's future, 1584 to 2069*. William Morrow & Co.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian pendidikan*. Alfabeta.
- Suryanto, H., & Komalasari, A. (2020). Perbedaan perilaku menabung antara Generasi X, Y, dan Z di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 17(2), 129–140. <https://doi.org/10.21831/jep.v17i2.34123>
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55. <https://doi.org/10.5116/ijme.4dfb.8dfd>
- Twenge, J. M., & Kasser, T. (2013). Generational changes in materialism and leisure: The role of social structure and socialization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 104(1), 66–82. <https://doi.org/10.1037/a0030438>
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy--and completely unprepared for adulthood*. Atria Books. <https://books.simonandschuster.com/iGen/Jean-M-Twenge/9781501151989>
- Vera Dewi, E., Febrian, N., Effendi, N., & Anwar, M. (2020). Financial literacy and Gen Z use of digital payment platforms in Indonesia. *The Journal of Indonesian Digital Society*, 5(1), 21–37. <https://doi.org/10.7454/jids.v5i1.1042>
- Xie, Y., Osińska, M., & Szczepaniak, K. (2023). Financial literacy training, saving behavior, and generational analysis. *Economia Aplicada*, 27(4), 94–108. <https://doi.org/10.1590/1413-8050/ea203233>
- Yusuf, N. F., Lestari, D., & Sudirman, D. (2020). Financial literacy, saving behavior, and attitude toward savings among youth in Indonesia. *Jurnal*

- Ilmu Ekonomi dan Pembangunan, 20(1), 11–25. <https://doi.org/10.29259/jiep.v20i1.10857>
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK). (2023). Laporan survei literasi dan inklusi keuangan 2023. OJK Publications. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi>
- Sherwood, A. R. (2020). Differences in financial literacy across generations. *International Journal of Financial Studies*, 8(1), 14. <https://doi.org/10.3390/ijfs8010014>
- Naanwaab, C., & Antwi, S. (2022). Financial literacy and risk attitudes among seniors and young adults. *Journal of Consumer Affairs*, 56(3), 345–358. <https://doi.org/10.1111/joca.12441>
- Komalasari, D., Rahmatullah, H., & Suryanti, E. (2024). The impact of digitalization on financial behavior in emerging markets: Case study among Indonesian youth. *Jurnal Ekonomi Digital*, 4(2), 50–65.

LAMPIRAN
LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahri Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Perkenalkan saya Maharani Dewika Putri, mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir skripsi yang berjudul: *"Pengaruh Generational Affiliation Terhadap Saving Accumulation Motivation : Peran Financial Literacy Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Gen X, Y, dan Z di Indonesia)"*

Dalam penelitian ini saya menyusun kuesioner untuk menunjang kebutuhan penelitian tersebut. Adapun kriteria responden yang dibutuhkan sebagai berikut :

1. Individu yang termasuk dalam Generasi X (43-58 tahun),
2. Generasi Y/Milenial (27-42 tahun),
3. Generasi Z (18-26 tahun)

Saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu dan berpartisipasi mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban sejujur-jujurnya. Jawaban dari responden akan sangat membantu penelitian ini. Seluruh informasi pada penelitian ini bersifat pribadi akan dijamin kerahasiaannya untuk kepentingan penelitian. Atas ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i menjawab kuesioner saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Tahun Lahir

- Pendidikan Terakhir
- SMP/Sederajat
- SMA/SMK
- Diploma (D1/D2/D3)
- Sarjana (S1)
- Pascasarjana (S2/S3)
- Yang lain:

Status Pekerjaan

- Mahasiswa
- Karyawan
- Wirausaha
- Tidak bekerja

Apa sumber penghasilan utama Anda saat ini?

- Gaji tetap dari pekerjaan
- Usaha sendiri / wirausaha
- Uang saku dari orang tua
- Freelance / pekerjaan lepas
- Hasil investasi / pasif income
- Tidak memiliki penghasilan

Berapa kisaran penghasilan pribadi Anda per bulan?

- Kurang dari Rp1.000.000
- Rp1.000.000 – Rp2.000.000
- Rp2.000.001 – Rp4.000.000
- Rp4.000.001 – Rp6.000.000
- Lebih dari Rp6.000.000

Apakah Anda memiliki tabungan pribadi saat ini?

- Ya
- Tidak

Petunjuk pengisian Kuesioner

Silakan beri tanda pada salah satu pilihan jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Anda terhadap setiap pernyataan berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

ITEM PERTANYAAN

Bagian 1 : Generational Affiliation

KODE	PERTANYAAN	PILIHAN				
GA		1	2	3	4	5
GA1	Saya menyukai gaya hidup yang fleksibel dan menghindari rutinitas yang kaku.					
GA2	Saya lebih memilih menghabiskan uang untuk pengalaman (seperti traveling) dibandingkan membeli barang.					
GA3	Saya merasa sangat bergantung pada teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.					
GA4	Saya cepat beradaptasi dengan teknologi atau aplikasi digital terbaru.					
GA5	Saya lebih memilih kepuasan finansial saat ini dibandingkan menabung untuk masa depan.					

GA6	Saya terbiasa menggunakan e-wallet atau dompet digital dalam bertransaksi sehari-hari.					
GA7	Saya tertarik pada konten finansial yang dibagikan di media sosial.					
GA8	Saya lebih nyaman menabung atau berinvestasi secara konvensional (tabungan, deposito, emas).					
GA9	Saya merasa penting untuk menabung demi tujuan jangka panjang, seperti pensiun atau pendidikan anak.					
GA10	Saya mengatur pengeluaran secara ketat untuk memastikan adanya tabungan setiap bulan.					

Bagian 2 : Financial Literacy

KODE	PERTANYAAN	PILIHAN				
FL		1	2	3	4	5
FL1	Saya memahami bagaimana bunga majemuk bekerja dalam tabungan atau pinjaman.					
FL2	Saya mengerti bahwa inflasi dapat menurunkan daya beli uang di masa depan.					
FL3	Saya tahu bahwa semakin tinggi potensi keuntungan, semakin tinggi pula risikonya.					
FL4	Saya secara rutin membuat dan mengikuti anggaran keuangan pribadi.					

FL5	Saya secara rutin menyisihkan sebagian uang untuk ditabung.					
FL6	Saya berusaha mengendalikan pengeluaran dan menghindari pembelian impulsif.					
FL7	Saya percaya bahwa merencanakan keuangan sejak dini penting untuk masa depan saya.					
FL8	Saya merasa yakin bahwa saya mampu membuat keputusan keuangan yang bijak.					
FL9	Saya menilai penting untuk meningkatkan pengetahuan saya dalam hal pengelolaan keuangan.					
FL10	Saya merasa bertanggung jawab atas keputusan keuangan yang saya ambil setiap hari.					

Bagian 3 : Saving Accumulation Motivation

KODE	PERTANYAAN	PILIHAN				
SAM		1	2	3	4	5
SAM1	Saya memiliki tujuan keuangan jangka panjang yang mendorong saya untuk menabung.					
SAM2	Saya menahan keinginan untuk membeli sesuatu agar dapat menabung lebih banyak.					
SAM3	Saya menabung agar lebih siap secara finansial menghadapi kejadian tak terduga di masa depan.					
SAM4	Saya menabung secara rutin walaupun dalam jumlah kecil.					

SAM5	Saya percaya bahwa menabung adalah hal yang penting untuk dilakukan sejak muda.					
SAM6	Saya lebih memilih menabung sekarang daripada membelanjakan uang untuk hal yang tidak terlalu penting.					
SAM7	Saya merencanakan jumlah dan jangka waktu saat menabung.					
SAM8	Saya merasa menabung membantu saya merasa lebih aman secara finansial.					
SAM9	Saya terbiasa menyisihkan pendapatan saya sebelum digunakan untuk pengeluaran lainnya.					
SAM10	Saya termotivasi untuk menabung agar dapat mencapai tujuan spesifik, seperti membeli rumah, kendaraan, atau liburan.					

LAMPIRAN 2 TABULASI DATA MENTAH

Generational Affiliation

GA1	GA2	GA3	GA4	GA5	GA6	GA7	GA8	GA9	GA10
3	5	4	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	4	3	4	5	3	5	3
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
3	5	3	4	5	3	5	3	5	3
4	3	5	3	4	5	3	5	3	5
5	4	4	3	5	4	3	5	4	3
4	3	5	3	5	3	5	3	5	3
5	3	5	4	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	5	3	5	3	5	4
5	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	5	3	4	3	5	3
3	5	4	3	5	4	5	3	5	4
5	5	3	5	3	4	3	5	4	5
5	4	3	5	4	3	5	3	5	3
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	4	5	3	4	5	3	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
3	5	4	5	3	3	4	5	4	5
5	4	3	4	5	4	3	4	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
5	3	4	3	5	4	5	3	4	5
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
5	4	3	4	5	3	4	5	3	4
4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
4	3	5	3	4	5	3	4	5	3
3	2	1	2	3	1	2	3	1	3
3	1	3	1	3	2	1	2	1	3
1	3	2	1	2	1	2	3	1	3
1	3	1	2	3	1	3	2	3	1
2	3	1	3	1	2	1	3	1	3
4	5	4	5	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
3	5	3	5	4	5	3	5	4	5
4	3	5	4	5	3	5	4	5	3

5	3	5	4	5	3	5	4	5	4
4	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	5	4	5	3	4	3	4	5	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
4	5	4	5	3	4	3	4	5	4
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	5	4
4	5	3	5	4	5	3	4	3	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	5	4	5	3	4	3	4	5	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
5	3	4	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	3	4	3	5	4	5	3	4	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	3	4	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	5	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
4	3	4	3	5	4	5	3	4	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
3	5	4	5	3	4	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	3	4
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	5	4	5	3	4	5	3	4	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	5	3	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4

3	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	3	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	5	4	5	4	5	3	5	3	4
4	5	3	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	3	5	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	3	5	4	4	3	5	4	5	3
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
4	3	5	3	5	4	5	3	4	3
5	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
3	5	3	5	3	5	4	5	3	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	5	3	5	4	5	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
4	5	4	5	3	4	3	5	4	3
3	5	3	5	4	5	3	5	4	5
4	5	4	5	3	4	3	5	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3

5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	5	4	5	3	4	3	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
4	5	4	5	3	4	3	5	3	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	3	4	5	3	5	3	4
5	4	5	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
4	5	3	5	4	5	3	5	4	5
3	5	4	5	3	4	5	4	3	4
4	5	3	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	4	3	5
5	4	5	3	5	4	5	3	4	3
4	3	5	3	4	5	4	5	3	4
4	5	3	4	5	3	4	5	4	5
4	5	4	3	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	4	4	3	4	5	3
4	5	3	4	5	3	4	5	3	5
4	5	3	4	5	3	4	5	4	4
5	4	4	5	3	4	5	3	4	5
4	3	5	3	5	4	5	3	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	4	5
3	5	3	4	5	3	5	5	5	3
4	5	4	5	3	4	4	5	5	3
5	4	3	5	3	4	3	5	4	5
5	4	3	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
5	4	3	5	3	4	3	4	5	3
5	3	4	5	3	4	3	5	3	5
5	4	3	5	3	4	5	3	4	5
5	4	3	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	3	4	5	4	4	3	4
3	5	4	5	3	4	5	4	5	3

5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	3	4	5	3	4	5	3
5	4	5	4	4	5	3	5	3	4
3	5	4	3	5	4	5	3	4	5
5	3	5	4	4	5	3	5	3	4
3	5	4	3	4	5	3	4	5	3
3	5	4	3	4	5	3	5	3	4
3	5	3	4	3	5	3	4	5	3
5	4	3	4	5	3	5	5	3	4
3	5	4	3	5	5	3	4	5	3
3	5	4	4	5	3	5	4	5	3
3	5	4	3	4	5	3	4	5	3
4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
4	3	5	4	5	3	4	5	4	5
4	3	5	4	5	4	5	3	5	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	3	4	5	3	5	3
4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	3	4	5	4	5	3	5
5	4	3	5	3	4	5	3	5	4
5	3	5	4	4	5	3	4	5	4
5	4	3	5	4	5	3	5	3	4
3	5	4	5	3	4	3	3	4	5
3	5	4	4	5	3	4	3	5	4
3	5	4	3	4	5	4	5	5	2
3	4	5	3	4	5	3	5	4	3
3	4	5	4	4	4	5	4	5	3
5	4	3	4	4	3	5	3	4	5
5	3	4	5	4	5	4	3	4	5
5	3	4	3	5	3	4	5	4	4
5	3	5	4	4	5	3	4	4	5
3	5	4	3	5	3	4	5	3	5
4	5	4	5	3	5	4	5	3	5
5	3	4	4	5	3	5	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3	5	4
5	4	3	5	3	4	5	3	4	5
4	5	3	5	3	5	4	4	4	3
5	3	5	4	4	5	3	4	3	4

4	3	4	5	3	4	5	3	5	3
5	4	5	4	3	4	5	3	4	5
3	5	4	4	5	3	5	3	5	5
3	5	4	5	3	4	3	5	4	4
5	3	5	3	4	4	5	3	5	3
5	3	5	4	5	3	4	3	5	5
5	4	5	3	5	3	4	3	5	3
5	3	5	4	5	3	4	3	5	3
4	4	3	5	3	4	3	5	3	5
3	5	5	3	3	4	5	3	4	5
5	3	5	5	5	3	4	3	5	3
4	5	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
4	5	3	4	5	4	5	4	5	4
5	3	5	4	4	5	3	5	3	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
5	3	5	3	5	3	5	3	5	4
3	5	4	3	5	3	5	3	5	5
5	3	5	3	5	3	4	3	5	4
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
5	3	5	3	5	3	5	3	4	5
3	5	4	5	3	4	5	3	5	3
4	5	3	5	3	5	4	5	3	5
3	5	4	4	5	3	4	3	5	4
3	5	4	3	4	5	3	4	5	4
4	3	5	3	4	5	3	5	5	4
4	3	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	4	3	4	5	3	4	5	3
5	4	3	5	3	4	5	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
4	3	5	3	4	5	3	4	3	5
3	5	4	3	4	3	5	3	5	4
3	5	3	5	3	5	4	3	5	3
3	5	4	3	4	5	3	3	5	4
3	5	3	5	4	5	3	4	5	3
1	2	1	2	3	1	2	3	1	3
1	3	2	3	1	2	3	1	2	1
1	3	3	3	1	2	3	1	2	2

1	3	2	3	1	2	1	2	3	1
3	2	1	3	1	2	3	1	2	3

Financial Literacy

FL1	FL2	FL3	FL4	FL5	FL6	FL7	FL8	FL9	FL10
3	5	5	4	5	3	4	5	4	3
5	3	5	4	3	5	3	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	4	5	3	5	3	4	5	3
4	3	5	3	4	5	4	3	5	3
5	4	5	3	5	4	3	5	4	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	3	4	5	3
4	5	4	5	3	5	4	3	5	3
4	5	3	5	3	3	5	4	5	3
5	3	5	4	5	4	5	3	5	3
5	3	5	4	5	3	5	5	3	5
5	4	5	4	3	4	3	4	5	3
4	5	3	4	5	3	5	3	5	3
3	4	5	4	5	3	4	3	5	3
5	3	5	3	5	3	5	3	4	5
5	3	5	4	3	4	5	4	5	3
3	4	5	4	3	4	3	5	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
5	4	5	3	5	5	3	4	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	3	4	5	3	4	5	3	4
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	3	4	5	4	5	3	5	3
2	3	1	3	1	2	1	2	1	3
3	2	3	1	3	1	2	1	3	2
3	2	3	1	1	2	3	1	2	3
3	2	3	1	3	1	2	1	3	2
3	2	3	1	3	1	2	3	1	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	5
4	3	5	4	5	3	5	4	5	3

4	5	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	4	5	4	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	4	5	3	5
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	5	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	3	4	3	5	4	3	4	3
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
4	5	4	5	3	5	3	5	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	4	5	3	4	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	4	3	4	3	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
4	3	4	3	4	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	5	3	4	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	3	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	5	4	5	3	4	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	4	3
4	5	3	4	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4

4	3	5	4	5	3	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	5	3	5	4	5	3	4	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	5	3	5
5	4	5	3	5	4	5	3	4	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	4	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	2	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	3	5	4	5	3	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	5	3	4	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4

3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	3	5	3	4	5	4	3	5
4	5	5	3	4	5	3	4	5	3
5	4	5	3	4	5	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	3	5	4	5	4	3	5	3	4
5	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
3	4	5	3	4	5	4	3	4	5
4	3	5	4	5	4	4	5	3	5
4	5	4	5	4	5	3	4	5	3
4	5	3	5	3	3	4	5	3	5
4	5	4	5	3	4	3	4	5	3
5	4	5	3	5	4	5	3	4	5
3	5	4	3	5	4	4	5	4	3
5	3	5	3	4	5	3	4	5	3
3	5	4	3	5	3	4	5	3	5
4	3	5	4	5	3	4	5	3	4
4	4	5	4	5	3	4	3	5	3
5	4	5	4	3	5	3	4	5	3
4	3	5	4	5	3	5	4	5	4
4	5	3	4	5	3	4	5	4	3
4	3	5	3	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	5	4	4	5	3	5
3	5	4	3	5	3	5	3	4	5
5	4	5	3	4	5	3	4	5	4

4	5	4	3	5	3	4	4	5	3
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	4	5	4	5	3	5
3	5	4	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	3	5	3	4	5	3
4	5	4	3	5	3	4	5	3	5
4	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	4	5	3	4	5	3
4	3	5	4	3	5	4	4	5	3
4	3	5	4	3	5	4	5	3	5
4	3	5	4	4	5	3	4	5	3
5	3	5	4	3	5	4	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	3	4	5	3	5	3
5	3	5	4	5	3	5	3	4	5
4	5	3	4	5	4	4	3	5	4
4	5	4	3	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	3	5	3	5	5	3
5	4	5	4	3	5	4	3	3	4
5	4	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	5	4	4	5	4	4	5	3
5	3	5	4	4	5	4	5	4	5
5	3	5	5	3	4	5	4	5	4
5	3	5	4	4	3	5	4	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	5	4	4	5	3	5	4	5
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
4	5	4	3	5	3	4	5	3	5
5	4	5	3	4	3	4	3	5	4
4	5	4	5	3	4	5	3	5	4
5	4	5	5	5	3	4	5	3	5
5	3	5	3	5	3	5	4	5	3
5	3	5	4	4	5	3	5	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	5	4
3	5	4	5	3	4	5	3	5	3
5	4	5	3	5	3	4	5	3	4
5	4	4	5	3	5	4	4	3	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	3

4	5	4	3	5	3	4	5	3	5
5	3	5	3	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	4	5	3	4	5	4
5	4	3	4	5	3	5	4	3	5
5	4	4	3	5	3	4	5	3	4
4	5	3	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	4	5	3	4	5	3
3	5	4	5	3	4	3	4	5	3
5	3	5	3	5	3	4	3	5	4
3	5	4	3	5	3	4	3	5	4
3	5	4	5	3	5	3	5	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	3	5	3	4	3	5
4	3	5	3	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	5	3	5	3	4	5
4	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	4	3	4	5	3	4	5	4	5
5	3	5	4	3	5	4	5	3	5
4	3	5	4	5	3	5	3	5	4
5	4	5	3	5	3	4	5	3	5
5	3	5	4	3	5	3	5	3	5
3	5	4	5	3	5	3	5	5	3
5	4	3	4	5	3	4	5	5	3
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	5	4	4	5	3	5	3	5
5	3	5	4	4	5	3	4	5	4
4	5	4	5	3	4	5	3	4	5
4	5	4	3	5	5	5	4	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	3
5	4	4	3	5	3	4	5	5	3
5	3	5	4	4	5	3	4	5	4
3	5	4	5	3	4	3	5	3	4
5	4	5	3	4	5	3	5	3	4
3	5	4	3	5	3	4	5	3	4
4	5	3	4	3	5	4	4	5	3
5	3	5	4	3	5	3	4	4	5
5	3	5	3	4	5	4	4	5	3
3	2	3	2	1	2	1	2	3	1

2	1	3	2	3	1	2	3	1	2
3	1	2	1	3	1	3	1	3	1
1	3	1	2	1	2	3	1	3	1
3	1	2	1	3	1	3	1	3	1

Saving Accumulation Motivation

SAM1	SAM2	SAM3	SAM4	SAM5	SAM6	SAM7	SAM8	SAM9	SAM10
5	3	5	4	5	3	4	5	4	3
5	4	5	3	5	3	4	3	5	4
5	3	5	3	5	4	5	3	5	4
5	4	5	3	4	5	4	3	5	3
5	3	5	4	5	3	5	4	5	3
5	3	5	4	5	3	3	4	5	4
5	4	5	3	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	5	3	5	4	5	4
5	4	5	3	5	3	4	3	5	3
5	3	5	4	3	5	3	5	4	5
3	5	3	5	3	5	4	5	3	4
5	3	5	3	4	5	3	5	4	5
5	3	5	3	5	4	4	5	4	3
5	4	3	5	4	5	3	4	5	3
3	5	4	3	5	3	5	3	4	5
5	3	5	4	3	5	4	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3	5	4
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	3	4	5	3	4	5	3	5
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
4	5	3	4	5	3	5	5	3	5
3	5	4	3	3	4	5	3	4	5
5	3	4	5	3	4	5	3	5	3
2	1	2	3	1	3	1	2	1	2
1	3	1	2	3	1	3	1	3	1
3	1	3	2	1	3	1	3	2	1
3	2	3	1	3	1	2	1	3	1
3	1	3	1	3	1	2	1	3	1

4	5	3	5	4	5	3	4	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	4	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	3	5
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	5	4	5	3	4	4	3	4	3
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
4	3	5	4	5	3	4	5	4	3
3	4	3	5	4	5	4	5	4	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	3	5	4	5	3	4	3	4	5
4	5	4	5	3	4	3	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	3	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	3
5	4	5	3	4	3	4	3	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	3	4	5	4	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	5
5	4	5	3	4	3	4	5	4	3
4	5	3	4	3	5	4	5	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	3
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	5	3	4	3	5	4	5	4	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	4	5	4	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	4	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4

5	4	5	3	4	3	5	4	4	3
4	3	5	4	5	3	5	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	5	4	5	3	4	3	5	4	3
3	4	3	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	5	4
4	5	4	5	3	4	3	5	4	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
4	3	5	4	5	3	4	5	3	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	5
3	5	3	5	4	5	3	4	5	4
5	4	5	3	4	3	5	5	4	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	4	3
3	5	4	5	3	5	4	5	4	5
4	3	5	4	5	3	5	4	5	4
4	5	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	5	3	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	3	5	4	5	3	4	5
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
4	5	4	5	3	4	3	5	4	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	3	5	4	5	4	5	3	4	3
3	4	3	4	5	4	5	3	5	3
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
5	4	5	3	4	3	5	4	5	4
4	3	5	3	5	4	5	3	4	3
4	3	5	4	5	3	5	3	4	5

4	3	5	4	5	3	4	3	5	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
4	3	5	4	5	3	4	5	3	5
4	5	3	5	4	5	3	4	5	3
4	5	3	5	4	5	3	4	3	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	4	5	3	4	3	5
3	4	3	5	3	5	4	5	4	3
5	4	5	4	3	4	4	5	3	4
5	4	5	3	3	5	4	3	5	3
5	4	5	3	5	4	5	3	5	4
4	5	3	5	4	5	3	5	4	5
5	4	5	3	5	4	5	3	4	3
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	4	3	4
4	5	3	5	4	4	3	5	4	5
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
4	5	3	5	4	5	3	4	5	3
4	5	3	5	4	5	3	4	3	4
3	5	4	5	3	5	4	5	3	4
3	4	3	5	4	5	3	5	4	5
5	4	3	5	4	5	3	4	5	4
3	5	4	4	5	3	4	5	3	5
4	5	3	5	5	3	4	5	3	5
3	5	3	4	4	3	5	3	5	3
3	5	4	4	5	3	5	4	5	3
3	5	4	4	5	3	4	5	4	5
3	5	4	5	4	4	5	3	4	5
4	5	4	5	3	4	5	3	5	4
4	5	4	3	5	3	4	3	5	3
5	4	5	4	5	3	4	5	4	5
3	5	4	3	5	3	4	5	3	5
5	3	5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	4	3	5	3	4	4	5	3
3	5	4	5	4	4	5	3	4	5
3	5	4	3	4	4	4	5	4	5
5	4	5	4	3	5	3	5	4	5

3	5	4	3	5	3	5	3	4	5
5	4	3	4	4	3	5	4	5	3
4	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
5	3	5	4	5	3	4	5	4	5
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
4	5	4	3	5	3	5	4	3	4
5	3	5	4	4	5	4	5	4	3
5	3	5	4	3	5	3	5	3	5
4	3	5	4	5	3	4	3	4	5
4	3	5	4	3	5	3	4	5	3
3	5	4	3	4	5	3	5	3	5
4	3	5	4	5	3	4	5	3	5
4	5	4	3	5	3	4	5	3	4
4	3	5	4	3	5	5	3	4	3
4	3	5	4	4	5	4	4	3	5
5	3	5	4	3	5	5	4	3	4
3	5	4	3	5	3	4	5	3	4
4	3	5	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	3	4	3	5	3	4	5
3	5	4	3	5	3	5	5	3	4
5	4	3	5	3	4	5	3	4	5
5	3	5	4	5	4	5	3	4	5
5	3	5	4	3	5	5	3	4	4
5	3	4	5	3	4	5	4	5	4
3	5	4	5	3	4	5	4	5	4
3	5	4	5	3	4	5	3	4	5
3	5	4	5	4	4	5	3	4	5
5	4	5	3	5	3	4	5	3	4
5	4	4	5	3	5	4	5	3	4
4	5	3	5	5	3	5	4	3	5
3	5	4	3	5	5	3	3	5	4
5	3	4	5	3	5	3	5	3	4
4	3	5	4	5	3	5	3	5	4
4	3	5	3	5	3	4	5	3	5
3	5	3	4	5	3	5	3	5	4
5	4	5	3	5	3	4	3	3	4
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4

5	4	3	5	3	5	3	4	5	4
4	5	3	5	3	5	3	4	5	4
5	4	5	4	5	3	4	4	5	4
5	3	4	5	3	4	5	3	4	5
4	5	3	4	5	3	5	4	5	4
5	3	5	4	4	5	3	3	5	4
5	3	5	4	5	3	5	3	5	3
5	3	4	3	5	4	5	3	5	4
5	3	5	4	4	4	3	4	5	4
5	3	4	3	5	3	4	3	5	4
5	4	5	3	5	3	4	3	5	3
3	5	4	3	5	3	4	3	5	4
3	5	4	5	3	4	3	5	5	3
5	3	5	4	5	3	4	5	3	4
3	5	4	5	3	5	4	3	5	4
3	5	4	5	3	5	3	5	3	5
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
4	5	4	5	3	5	3	4	4	5
4	3	5	4	5	3	4	5	3	5
5	3	5	4	5	3	5	5	4	3
3	5	4	5	3	4	5	3	5	4
5	3	5	4	5	3	4	4	3	5
3	5	3	4	5	3	5	3	5	4
5	3	5	4	4	5	3	4	5	4
5	3	5	4	5	3	4	5	3	5
5	4	5	3	5	3	4	5	3	5
5	3	5	4	3	4	5	3	5	3
5	3	5	4	4	5	4	5	3	5
4	4	5	3	5	5	3	5	4	3
4	5	3	4	5	3	4	5	4	4
3	5	4	4	5	3	4	5	4	3
5	3	5	4	3	5	4	5	4	3
4	3	5	3	5	3	4	5	4	3
5	4	3	5	3	4	5	3	4	3
3	5	4	3	5	3	5	3	5	4
3	5	4	5	3	5	3	4	5	4
3	4	5	4	3	4	5	3	4	5
5	3	4	3	5	3	4	5	3	5

5	3	4	5	3	3	4	5	3	4
1	3	1	2	2	2	1	3	2	1
2	1	3	1	3	1	2	3	1	3
3	1	3	1	2	1	2	1	3	2
1	3	1	3	1	2	3	1	2	3
2	1	3	1	2	3	1	3	1	3

LAMPIRAN 3 HASIL UJI OUTER MODEL

A. Karakteristik Responden

Generasi berdasarkan tahun Lahir

Generasi_Umur					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gen X	75	33.2	33.2	33.2
	Gen Y	75	33.2	33.2	66.4
	Gen Z	76	33.6	33.6	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

Pendidikan_Terakhir					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	39	17.3	17.3	17.3
	Diploma (D1/D2/D3)	40	17.7	17.7	35.0
	Sarjana (S1)	110	48.7	48.7	83.6
	Pascasarjana (S2/S3)	37	16.4	16.4	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Status Pekerjaan

Status_Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	29	12.8	12.8	12.8
	Karyawan	89	39.4	39.4	52.2
	Wirausaha	96	42.5	42.5	94.7
	Tidak Bekerja	12	5.3	5.3	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Sumber Penghasilan

Sumber_Penghasilan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Gaji tetap dari pekerjaan	29	12.8	12.8	12.8
	Usaha sendiri / wirausaha	75	33.2	33.2	46.0
	Uang saku dari orang tua	66	29.2	29.2	75.2
	Freelance / pekerjaan lepas	27	11.9	11.9	87.2
	Hasil investasi / pasif income	24	10.6	10.6	97.8
	Tidak memiliki penghasilan	5	2.2	2.2	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Penghasilan Pribadi

Penghasilan_Pribadi		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp1.000.000	15	6.6	6.6	6.6
	Rp1.000.000 – Rp2.000.000	91	40.3	40.3	46.9
	Rp2.000.001 – Rp4.000.000	55	24.3	24.3	71.2
	Rp4.000.001 – Rp6.000.000	28	12.4	12.4	83.6
	Lebih dari Rp6.000.000	37	16.4	16.4	100.0
	Total	226	100.0	100.0	

Kepemilikan Tabungan

Kepemilikan_Tabungan		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	226	100.0	100.0	100.0

B. Uji Validitas

Generational Affiliation

		Correlations										
		GA1	GA2	GA3	GA4	GA5	GA6	GA7	GA8	GA9	GA10	GA Total
GA1	Pearson Correlation	1	-.286**	.568**	-.057	.432**	-.055	.427**	.172**	.295**	.245**	.588**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.392	.000	.410	.000	.009	.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA2	Pearson Correlation	-.286**	1	-.180**	.392**	-.146*	.388**	.039	.323**	.191**	.123	.369**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.028	.000	.556	.000	.004	.065	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA3	Pearson Correlation	.568**	-.180**	1	-.237**	.448**	.041	.456**	.081	.477**	.102	.589**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.000	.544	.000	.226	.000	.127	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA4	Pearson Correlation	-.057	.392**	-.237**	1	-.290**	.469**	-.092	.282**	-.026	.393**	.373**
	Sig. (2-tailed)	.392	.000	.000		.000	.000	.170	.000	.698	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA5	Pearson Correlation	.432**	-.146*	.448**	-.290**	1	-.090	.342**	.134*	.325**	.121	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.000		.175	.000	.044	.000	.070	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA6	Pearson Correlation	-.055	.388**	.041	.469**	-.090	1	-.210**	.364**	.037	.280**	.456**
	Sig. (2-tailed)	.410	.000	.544	.000	.175		.002	.000	.580	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA7	Pearson Correlation	.427**	.039	.456**	-.092	.342**	-.210**	1	-.258**	.512**	-.001	.476**
	Sig. (2-tailed)	.000	.556	.000	.170	.000	.002		.000	.000	.990	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA8	Pearson Correlation	.172**	.323**	.081	.282**	.134*	.364**	-.258**	1	-.230**	.337**	.448**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.226	.000	.044	.000	.000		.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA9	Pearson Correlation	.295**	.191**	.477**	-.026	.325**	.037	.512**	-.230**	1	-.194**	.516**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.698	.000	.580	.000	.000		.003	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA10	Pearson Correlation	.245**	.123	.102	.393**	.121	.280**	-.001	.337**	-.194**	1	.486**
	Sig. (2-tailed)	.000	.065	.127	.000	.070	.000	.990	.000	.003		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
GA Total	Pearson Correlation	.588**	.369**	.589**	.373**	.481**	.456**	.476**	.448**	.516**	.486**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Financial Literacy

		Correlations										
		FL1	FL2	FL3	FL4	FL5	FL6	FL7	FL8	FL9	FL10	FL Total
FL1	Pearson Correlation	1	-.275**	.687**	-.273**	.296**	-.073	.406**	.094	.401**	.021	.454**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.277	.000	.161	.000	.752	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL2	Pearson Correlation	-.275**	1	-.242**	.483**	-.089	.375**	.135*	.412**	-.013	.303**	.441**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.185	.000	.043	.000	.841	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL3	Pearson Correlation	.687**	-.242**	1	-.212**	.376**	-.099	.408**	.102	.479**	.073	.515**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.140	.000	.126	.000	.273	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL4	Pearson Correlation	-.273**	.483**	-.212**	1	-.141*	.649**	-.021	.371**	.008	.433**	.502**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.034	.000	.758	.000	.907	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL5	Pearson Correlation	.296**	-.089	.376**	-.141*	1	-.253**	.369**	.145*	.220**	.188**	.414**
	Sig. (2-tailed)	.000	.185	.000	.034		.000	.000	.029	.001	.005	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL6	Pearson Correlation	-.073	.375**	-.099	.649**	-.253**	1	-.199**	.421**	.006	.311**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.277	.000	.140	.000	.000		.003	.000	.924	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL7	Pearson Correlation	.406**	.135*	.408**	-.021	.369**	-.199**	1	-.022	.357**	.143*	.497**
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.000	.758	.000	.003		.740	.000	.032	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL8	Pearson Correlation	.094	.412**	.102	.371**	.145*	.421**	-.022	1	-.227**	.418**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.161	.000	.126	.000	.029	.000	.740		.001	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL9	Pearson Correlation	.401**	-.013	.479**	.008	.220**	.006	.357**	-.227**	1	-.267**	.398**
	Sig. (2-tailed)	.000	.841	.000	.907	.001	.924	.000	.001		.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL10	Pearson Correlation	.021	.303**	.073	.433**	.188**	.311**	.143*	.418**	-.267**	1	.545**
	Sig. (2-tailed)	.752	.000	.273	.000	.005	.000	.032	.000	.000		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
FL Total	Pearson Correlation	.454**	.441**	.515**	.502**	.414**	.483**	.497**	.578**	.398**	.545**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Saving Accumulation Motivation

		Correlations										
		SAM1	SAM2	SAM3	SAM4	SAM5	SAM6	SAM7	SAM8	SAM9	SAM10	SAM Total
SAM1	Pearson Correlation	1	-.241**	.690**	-.118	.288**	-.075	.393**	.153*	.373**	.112	.516**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.076	.000	.260	.000	.021	.000	.094	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM2	Pearson Correlation	-.241**	1	-.241**	.427**	.054	.337**	.215**	.288**	.222**	.274**	.481**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.422	.000	.001	.000	.001	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM3	Pearson Correlation	.690**	-.241**	1	-.273**	.400**	-.201**	.483**	.139*	.311**	.176**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.002	.000	.036	.000	.008	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM4	Pearson Correlation	-.118	.427**	-.273**	1	-.167*	.687**	-.013	.339**	.071	.347**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.076	.000	.000		.012	.000	.842	.000	.288	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM5	Pearson Correlation	.288**	.054	.400**	-.167*	1	-.306**	.351**	.162*	.231**	.257**	.446**
	Sig. (2-tailed)	.000	.422	.000	.012		.000	.000	.015	.000	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM6	Pearson Correlation	-.075	.337**	-.201**	.687**	-.306**	1	-.214**	.322**	.018	.263**	.395**
	Sig. (2-tailed)	.260	.000	.002	.000	.000		.001	.000	.783	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM7	Pearson Correlation	.393**	.215**	.483**	-.013	.351**	-.214**	1	-.070	.415**	.216**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.842	.000	.001		.294	.000	.001	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM8	Pearson Correlation	.153*	.288**	.139*	.339**	.162*	.322**	-.070	1	-.221**	.331**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.036	.000	.015	.000	.294		.001	.000	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM9	Pearson Correlation	.373**	.222**	.311**	.071	.231**	.018	.415**	-.221**	1	-.106	.463**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.288	.000	.783	.000	.001		.110	.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM10	Pearson Correlation	.112	.274**	.176**	.347**	.257**	.263**	.216**	.331**	-.106	1	.582**
	Sig. (2-tailed)	.094	.000	.008	.000	.000	.000	.001	.000	.110		.000
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226
SAM Total	Pearson Correlation	.516**	.481**	.493**	.484**	.446**	.395**	.550**	.506**	.463**	.582**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226	226

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

C. Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.649	10

D. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N Statistic	Minimum Statistic	Maximum Statistic	Mean Statistic	Std. Error	Std. Deviation Statistic
X1	226	1.00	5.00	4.0133	.06562	.98649
X2	226	1.00	5.00	4.0752	.05777	.86851
X3	226	1.00	5.00	4.0487	.06216	.93444
X4	226	1.00	5.00	3.9602	.06219	.93486
X5	226	1.00	5.00	3.9425	.06052	.90983
X6	226	1.00	5.00	3.8186	.06233	.93704
X7	226	1.00	5.00	3.9867	.06255	.94035
X8	226	1.00	5.00	3.9425	.06117	.91955
X9	226	1.00	5.00	4.0664	.06578	.98884
X10	226	1.00	5.00	3.9513	.05756	.86529
XTotal	226	19.00	43.00	39.8053	.29634	4.45493
M1	226	1.00	5.00	3.9425	.05887	.88507
M2	226	1.00	5.00	3.8584	.05941	.89311
M3	226	1.00	5.00	4.1327	.06113	.91898
M4	226	1.00	5.00	4.0487	.06279	.94390
M5	226	1.00	5.00	4.0000	.05983	.89938
M6	226	1.00	5.00	3.9823	.07011	1.05394
M7	226	1.00	5.00	3.7743	.05349	.80413
M8	226	1.00	5.00	4.0619	.06351	.95483
M9	226	1.00	5.00	3.8584	.06263	.94156
M10	226	1.00	5.00	3.9823	.05948	.89425
MTotal	226	18.00	44.00	39.6416	.29522	4.43820
Y1	226	1.00	5.00	3.9204	.06280	.94414
Y2	226	1.00	5.00	3.9204	.06280	.94414
Y3	226	1.00	5.00	4.0487	.06120	.92006
Y4	226	1.00	5.00	4.0619	.06320	.95016
Y5	226	1.00	5.00	4.0177	.06014	.90414
Y6	226	1.00	5.00	3.8850	.06682	1.00445
Y7	226	1.00	5.00	3.8982	.05993	.90101
Y8	226	1.00	5.00	3.9823	.06270	.94264
Y9	226	1.00	5.00	3.8761	.06024	.90561
Y10	226	1.00	5.00	4.0177	.05981	.89921
YTotal	226	18.00	44.00	39.6283	.30405	4.57082
Valid N (listwise)	226					

E. Uji Normalitas

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
GA	226	100.0%	0	0.0%	226	100.0%
FL	226	100.0%	0	0.0%	226	100.0%
SAM	226	100.0%	0	0.0%	226	100.0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
GA	Mean	3.9805	.02963
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.9221
		Upper Bound	4.0389
	5% Trimmed Mean	4.0618	
	Median	4.1000	
	Variance	.198	
	Std. Deviation	.44549	
	Minimum	1.90	
	Maximum	4.30	
	Range	2.40	
	Interquartile Range	.10	
	Skewness	-3.970	.162
	Kurtosis	15.375	.322
FL	Mean	3.9642	.02952
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.9060
		Upper Bound	4.0223
	5% Trimmed Mean	4.0421	
	Median	4.1000	
	Variance	.197	
	Std. Deviation	.44382	
	Minimum	1.80	
	Maximum	4.40	

	Range	2.60	
	Interquartile Range	.10	
	Skewness	-3.868	.162
	Kurtosis	14.898	.322
SAM	Mean	3.9628	.03040
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.9029
		Upper Bound	4.0227
	5% Trimmed Mean	4.0441	
	Median	4.1000	
	Variance	.209	
	Std. Deviation	.45708	
	Minimum	1.80	
	Maximum	4.40	
	Range	2.60	
	Interquartile Range	.10	
	Skewness	-3.907	.162
	Kurtosis	15.016	.322

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
GA	.353	226	.000	.444	226	.000
FL	.319	226	.000	.476	226	.000
SAM	.326	226	.000	.462	226	.000

a. Lilliefors Significance Correction

F. One-Way ANOVA

Descriptives

SAM

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
Generasi X	74	3.9081	.55954	.06505	3.7785	4.0377	1.80	4.30
Generasi Y	75	4.0173	.36182	.04178	3.9341	4.1006	1.90	4.40
Generasi Z	77	3.9623	.42952	.04895	3.8648	4.0598	1.90	4.40
Total	226	3.9628	.45708	.03040	3.9029	4.0227	1.80	4.40

Test of Homogeneity of Variances

SAM

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.456	2	223	.088

ANOVA

SAM

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.444	2	.222	1.064	.347
Within Groups	46.563	223	.209		
Total	47.008	225			

Post Hoc Tests

Multiple Comparisons

Dependent Variable: SAM

Tukey HSD

(I) Generasi	(J) Generasi	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
					Lower Bound	Upper Bound
Generasi X	Generasi Y	-.10923	.07487	.313	-.2859	.0674
	Generasi Z	-.05423	.07439	.747	-.2297	.1213
Generasi Y	Generasi X	.10923	.07487	.313	-.0674	.2859
	Generasi Z	.05500	.07413	.739	-.1199	.2299
Generasi Z	Generasi X	.05423	.07439	.747	-.1213	.2297
	Generasi Y	-.05500	.07413	.739	-.2299	.1199

Homogeneous Subsets

SAM

Tukey HSD^{a,b}

Generasi	N	Subset for alpha = 0.05
		1
Generasi X	74	3.9081
Generasi Z	77	3.9623
Generasi Y	75	4.0173
Sig.		.309

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

- Uses Harmonic Mean Sample Size = 75.313.
- The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

G. Uji Signifikansi Efek Mediasi (Bootstrapping – Macro PROCESS Hayes)

Matrix

Run MATRIX procedure:

***** PROCESS Procedure for SPSS Version 4.2 *****

Written by Andrew F. Hayes, Ph.D. www.afhayes.com
Documentation available in Hayes (2022). www.guilford.com/p/hayes3

Model : 4
Y : SAM_Mean
X : GA_Mean
M : FL_Mean

Sample
Size: 226

OUTCOME VARIABLE:
FL_Mean

Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	,9167	,8404	,0316	1179,4586	1,0000	224,0000	,0000

Model						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,3288	,1065	3,0868	,0023	,1189	,5387
GA_Mean	,9133	,0266	34,3432	,0000	,8609	,9657

Standardized coefficients
coeff
GA_Mean ,9167

OUTCOME VARIABLE:
SAM_Mean

Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	,9500	,9025	,0206	1031,8778	2,0000	223,0000	,0000

Model						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,0014	,0877	,0163	,9870	-,1715	,1743
GA_Mean	,4435	,0537	8,2577	,0000	,3377	,5493
FL_Mean	,5540	,0539	10,2766	,0000	,4478	,6602

Standardized coefficients	
	coeff
GA_Mean	,4322
FL_Mean	,5379

***** TOTAL EFFECT MODEL *****

OUTCOME VARIABLE:

SAM_Mean

Model Summary							
	R	R-sq	MSE	F	df1	df2	p
	,9254	,8563	,0302	1334,7988	1,0000	224,0000	,0000

Model						
	coeff	se	t	p	LLCI	ULCI
constant	,1836	,1041	1,7636	,0792	-,0215	,3887
GA_Mean	,9494	,0260	36,5349	,0000	,8982	1,0006

Standardized coefficients	
	coeff
GA_Mean	,9254

***** TOTAL, DIRECT, AND INDIRECT EFFECTS OF X ON Y *****

Total effect of X on Y						
	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
	,9494	,0260	36,5349	,0000	,8982	1,0006

Direct effect of X on Y						
	Effect	se	t	p	LLCI	ULCI
	,4435	,0537	8,2577	,0000	,3377	,5493

Indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
FL_Mean	,5060	,0518	,4003	,6049

Completely standardized indirect effect(s) of X on Y:

	Effect	BootSE	BootLLCI	BootULCI
FL_Mean	,4931	,0490	,3916	,5861

***** ANALYSIS NOTES AND ERRORS *****

Level of confidence for all confidence intervals in output:

95,0000

Number of bootstrap samples for percentile bootstrap confidence intervals:

5000

----- END MATRIX -----