

**PENGARUH FINANCIAL LITERACY, LIFESTYLE, SOCIAL INFLUENCE
TERHADAP MANAGEMENT BEHAVIOUR
PADA GENERASI Z
(Studi Kasus Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Prodi Manajemen di Universitas Labuhanbatu)**

Indriani¹, Hayanuddin Safri², Marlina Siregar³
yaniy5922@gmail.com¹, hayanuddinhrp@gmail.com², siregarmarlina447@gmail.com³
Universitas Labuhanbatu

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of financial literacy, lifestyle, and social influence on the financial management behavior of Generation Z at Labuhanbatu University. Generation Z is a demographic group born between 2000 and 2012, who are currently in an economically active phase of life, both as students and novice workers. In facing financial challenges, their financial management behavior is greatly influenced by the level of understanding of financial concepts, consumption habits, and social pressure from the surrounding environment. The results of the study indicate that partially financial literacy, lifestyle and social influence have a positive and significant effect on management behavior in Generation Z in students of the Management Study Program at Labuhanbatu University.

Keywords: *Financial Literacy, Lifestyle, Social Influence, Management Behavior.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan pengaruh sosial terhadap perilaku manajemen keuangan Generasi Z di Universitas Labuhanbatu. Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 2000 hingga 2012, yang saat ini berada dalam fase kehidupan aktif secara ekonomi, baik sebagai mahasiswa maupun pekerja pemula. Dalam menghadapi tantangan finansial, perilaku manajemen keuangan mereka sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman terhadap konsep keuangan, kebiasaan konsumsi, serta tekanan sosial dari lingkungan sekitar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial financial literacy, lifestyle dan social influence berpengaruh dengan positif dan signifikan terhadap management behaviour pada generasi Z pada mahasiswa/i Program Studi Manajemen Universitas Labuhanbatu.

Kata Kunci: *Financial Literacy, Lifestyle, Social Influence, Management Behaviour.*

1. PENDAHULUAN

Generasi Z, generasi z sebagai kelompok demografis yang lahir dalam rentang waktu 2000 hingga 2012 dengan rentang usia 12 sampai 24 tahun, berada difase kehidupan yang mulai aktif secara ekonomi. Banyak dari mereka telah memasuki dunia kerja atau pendidikan tinggi, sehingga membutuhkan kemampuan pengelolaan keuangan yang baik. Namun, penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku manajemen keuangan generasi ini dipengaruhi oleh tiga faktor utama yaitu literasi keuangan (financial literacy), gaya hidup (lifestyle), dan pengaruh sosial (social influence). menjadikan mereka generasi penerus beradaptasi dengan kehidupan sehari-hari mereka dengan internet terus di dorong dengan internet dan trend yang sedang berkembang. Tidak heran jika Generasi Z akan terus melakukan hal ini mengikuti trend yang ada, jadi tidak jarang mengarah pada pengelolaan keuangan ini tidak stabil dan tidak sehat. Kebiasaan penggunaan dana berlebih yang tidak terkendali menentukan seberapa besar seseorang dapat menabung.

(Banowati et al., 2024) mencontohkan inti dari pengelolaan keuangan adalah proses penganggaran, yang tujuannya adalah untuk menentukan derajatnya. Literasi keuangan berperan penting dalam memberikan pemahaman tentang cara mengelola pendapatan, menabung, dan berinvestasi. Beberapa penelitian mengindikasikan bahwa tingkat literasi keuangan generasi z masih rendah, sehingga berdampak pada kemampuan mereka untuk membuat keputusan keuangan yang rasional. Selain itu, gaya hidup generasi z yang cenderung modern dan konsumtif seringkali menjadi tantangan dalam pengelolaan keuangan. Kebiasaan mereka untuk mengikuti trend, berbelanja secara impulsif, dan mengutamakan pengalaman daripada kebutuhan esensial dapat menyebabkan pengeluaran yang tidak terkendali.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan (financial literacy) terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Generasi Z di Universitas Labuhanbatu, untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (lifestyle) terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Generasi Z di Universitas Labuhanbatu, untuk mengkaji pengaruh sosial (social influence) terhadap perilaku manajemen keuangan mahasiswa Generasi Z di Universitas Labuhanbatu, dan untuk mengetahui secara simultan pengaruh financial literacy, lifestyle, social influence, terhadap perilaku management behaviour mahasiswa Generasi Z di Universitas Labuhanbatu. Dengan memahami yang lebih baik terhadap faktor-faktor ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kesadaran keuangan di kalangan Mahasiswa Generasi Z di Universitas Labuhanbatu.

Generasi Z menghadapi berbagai fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa masih banyak mahasiswa yang belum mampu mengelola keuangan pribadinya dengan baik. Ada beberapa fenomena yang diamati antara lain : minimnya pengetahuan keuangan (financial literacy) banyak mahasiswa yang belum memahami konsep dasar pengelolaan keuangan seperti menabung, investasi, atau membuat anggaran bulanan mereka cenderung menggunakan uang secara impulsif tanpa perencanaan yang matang. Gaya hidup konsumtif pengaruh media sosial, tren fasion, serta gaya hidup digital mendorong mahasiswa untuk mengikuti gaya hidup konsumtif. Banyak dari mereka telah memprioritaskan gaya hidup seperti nongkrong di café, membeli barang bermerek, atau liburan, disbanding menyisihkan uang untuk kebutuhan jangka panjang. Tekanan sosial (social influence) mahasiswa kerap dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan, media sosial, dan ekspektasi sosial yang menuntut mereka tampil sesuai tren.

Mengingat generasi ini tumbuh dalam era media sosial yang memungkinkan mereka untuk terus terhubung dengan jaringan luas. Tekanan sosial dari teman sebaya, keluarga, maupun influencer digital seringkali membentuk keputusan financial mereka, baik secara positif maupun negatif. Analisis ini menjadi relevan mengingat peran penting Generasi Z dalam membentuk masa depan sosial dan politik negara, serta perlunya literasi digital yang baik untuk mengoptimalkan dampak positif dari keterlibatan mereka di dunia maya (Melsya Dwi Putri et al., 2024). Berdasarkan survei literature yang telah dilakukan masih relatif sedikit penelitian yang menghubungkan antara variabel literasi keuangan, gaya hidup, perilaku sosial dengan perilaku manajemen sehingga penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

TINJAUAN PUSTAKA

Financial Literacy (Literasi keuangan)

Literasi keuangan memiliki peran penting dalam membantu individu memilih dan menggunakan produk serta jasa keuangan secara bijaksana. Peningkatan literasi keuangan dapat menjadi upaya yang efektif untuk meningkatkan kesejahteraan individu (Susilowati et al., 2023). Kemampuan ini menjadi kekuatan bagi individu untuk mengelola keuangan dengan lebih baik sekaligus meningkatkan kesadaran akan pentingnya memenuhi kebutuhan keuangan di masa depan (Sanjeewa, 2019). Hal ini memiliki peran signifikan dalam membuat penilaian dan mengambil keputusan yang tepat untuk manajemen keuangan saat ini maupun di masa mendatang (Banowati et al., 2024).

Penelitian Billa (2019) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan seseorang berkorelasi erat dengan manajemen keuangan individu, terutama dalam perilaku menabung. Pemahaman yang baik tentang literasi keuangan dapat memengaruhi keputusan menabung, yang pada akhirnya membentuk sikap positif terhadap perencanaan keuangan jangka panjang (Banowati et al., 2024). Sebaliknya, kurangnya pemahaman literasi keuangan dapat menyebabkan generasi muda, khususnya generasi Z, sulit mengendalikan pengeluaran dan cenderung bersikap konsumtif (Sumardi & Habibi, 2023).

Terdapat empat indikator penting dalam literasi keuangan yang perlu diperhatikan:

1. Pemahaman akan konsep keuangan yang dapat meningkatkan kesejahteraan finansial seseorang.
2. Kesanggupan untuk berkomunikasi mengenai konsep keuangan, sehingga informasi menjadi dasar pengambilan keputusan yang efektif.
3. Kemampuan mengelola keuangan pribadi, termasuk mendapatkan, melindungi, dan membelanjakan uang secara bijak.
4. Kemampuan membuat keputusan keuangan yang tepat guna memperbaiki taraf hidup.

Lifestyle (Gaya hidup)

Gaya hidup mencakup keseluruhan metode, kebiasaan, struktur perilaku, simbol, dan mentalitas suatu lingkaran sosial yang memengaruhi kehidupan sehari-hari (Nurhasanah & Kesuma, 2023). Gaya hidup dapat dipahami sebagai pola, perilaku, atau kebiasaan seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Pada generasi Z, gaya hidup yang cenderung konsumtif telah menyebabkan kondisi keuangan yang tidak sehat (Nurhasanah & Kesuma, 2023). Menurut riset yang dipublikasikan di Tirto, generasi Z cenderung lebih boros, sulit menabung, dan kurang memperhatikan pentingnya investasi untuk masa depan.

Menurut (Ulumudiniati & Asandimitra, 2022), gaya hidup merupakan pola hidup yang mencerminkan perilaku seseorang melalui minat, opini, dan aktivitas dalam hal pengeluaran uang dan alokasi waktu. Penelitian Gunawan & Chairani (2019) menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara gaya hidup dan perilaku manajemen keuangan. Gaya hidup yang baik dapat membantu individu mengelola keuangan dengan lebih sehat, seperti menghindari perilaku boros dan memilih untuk menabung (Banowati et al., 2024). Penelitian Anita et al. (2022) juga menegaskan bahwa kemampuan individu dalam mengelola keuangan dapat mencegah adopsi gaya hidup hedonis atau konsumtif.

Menurut (Banowati et al., 2024), ada enam indikator yang dapat digunakan untuk memahami gaya hidup seseorang:

1. Kegiatan rutin yang mencerminkan pola hidup seseorang.

2. Ketertarikan terhadap hal-hal tertentu yang memengaruhi pengeluaran.
3. Pandangan atau pendapat mengenai berbagai aspek kehidupan, termasuk keuangan.
4. Kebutuhan untuk menunjukkan status sosial melalui konsumsi.
5. Kecenderungan untuk selalu up-to-date dengan tren terkini.
6. Motivasi untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui gaya hidup.

Social Influence (Pengaruh sosial)

Pengaruh sosial adalah tekanan atau pengaruh eksternal yang memengaruhi persepsi atau tindakan seseorang terhadap suatu hal, termasuk dalam penggunaan teknologi (Aditya & Mahyuni, 2022). Penelitian (Aditya & Mahyuni, 2022) menunjukkan bahwa pengaruh sosial memiliki dampak positif dan signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Lingkungan sosial, seperti keluarga, teman sebaya, dan masyarakat, memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan tindakan seseorang (Nurhasanah & Kesuma, 2023).

Menurut (Damayanti & Fathihani, 2023), pengaruh sosial adalah usaha yang dilakukan seseorang atau kelompok untuk mengubah sikap, kepercayaan, persepsi, atau perilaku individu lain. Randa & Eka (2019) menjelaskan ada enam indikator pengaruh sosial sebagai berikut:

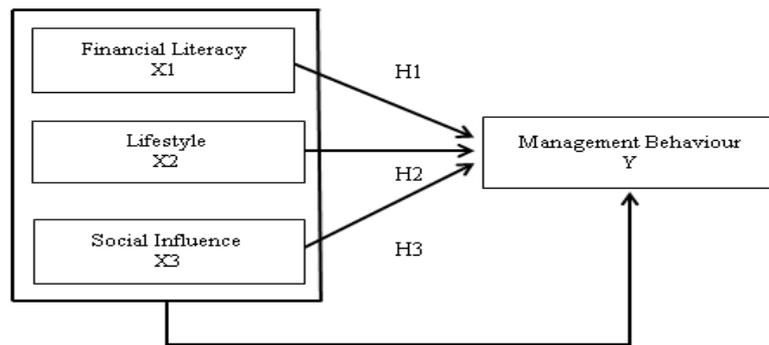
1. Informasi yang diberikan oleh teman memiliki potensi besar untuk memengaruhi keputusan seseorang.
2. Setelah menerima informasi, teman dapat mendorong seseorang untuk mengikuti atau menggunakan hal yang sama.
3. Keluarga juga memiliki pengaruh besar dalam memberikan informasi yang memengaruhi keputusan individu.
4. Selain informasi, keluarga sering mendorong seseorang untuk mengambil keputusan tertentu.
5. Peran individu dalam menyebarkan informasi dapat memengaruhi penggunaan suatu hal oleh orang lain.
6. Orang dengan status sosial tinggi, seperti artis, dapat memberikan pengaruh besar kepada masyarakat melalui tindakan atau pilihan mereka.

Management Behaviour (Perilaku Management Keuangan)

Menurut Asandimitra & Kautsar (2020) dalam jurnal (Nisa & Haryono, 2022), management behaviour merupakan salah satu proses pembentukan karakter keuangan seseorang melalui pembentukan perilaku akan pengelolaan keuangan individu tersebut, melakukan perencanaan keuangan dengan mengendalikan diri terhadap uang. Selain itu, management behaviour juga mempelajari sejauh mana kemampuan seseorang dalam membuat rencana keuangan berupa anggaran, mengelola anggaran, mengendalikan keluar masuknya uang, mencari, serta menyimpan uang yang dimiliki setiap hari. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ida & Dwinta (2020), management behaviour individu berdasarkan lima indikator, yaitu :

1. Pengontrolan pengeluaran
2. Pembayaran tagihan dengan tepat waktu
3. Pembuatan rencana keuangan untuk masa yang akan datang
4. Penyimpanan uang
5. Penyediaan uang.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

- H1: Financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap management behavior pada Generasi Z.
 H2: Lifestyle konsumtif memiliki pengaruh negatif terhadap management behavior pada Generasi Z.
 H3: Social influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap management behavior pada Generasi Z.
 H4: Financial literacy, lifestyle, dan social influence secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap management behavior pada Generasi Z.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu jenis metode penelitian kuantitatif. Menurut (Suwarsa, 2021) Metode penelitian kuantitatif adalah pendekatan penelitian yang berlandaskan pada filosofi positivism. Metode ini digunakan untuk mempelajari suatu populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui instrument penelitian. Analisis data dilakukan secara statistik, dengan tujuan utama untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Semua elemen tersebut dijelaskan secara jelas dan terstruktur sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Berlianti et al, 2024). Menurut Sugioyono (2019) dalam jurnal (Pardede, 2022) populasi merupakan suatu kelompok yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu. Penulis mengambil populasi 872 orang, dengan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu, dengan jumlah sampel 90 orang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas membantu mengetahui keabsahan instrumen penelitian sehingga dapat memberikan respon yang sesuai terhadap data yang digunakan. Untuk mengetahui kebenaran perbandingannya. Jika jumlah $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka dapat hasil uji dapat dikatakan valid. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen kuesioner tersebut sudah tepat. kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban yang diterima tidak berubah begitu berarti seiring pengisian jawaban dari suatu kuisisioner.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel *Financial Literacy* (X_1)

Item X_1	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
------------	--------------	-------------	------------

X _{1.1}	0,666	0,213	Valid
X _{1.2}	0,510	0,213	Valid
X _{1.3}	0,642	0,213	Valid
X _{1.4}	0,641	0,213	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut menyatakan seluruh pertanyaan untuk variabel *Financial Literacy* (X₁) di dalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel *Lifestyle* (X₂)

Item X ₂	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,479	0,213	Valid
X _{2.2}	0,304	0,213	Valid
X _{2.3}	0,552	0,213	Valid
X _{2.4}	0,474	0,213	Valid
X _{2.5}	0,560	0,213	Valid
X _{2.6}	0,585	0,213	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut menyatakan seluruh pertanyaan untuk variabel *Lifestyle* (X₂) di dalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel *Social Influence* (X₃)

Item X ₃	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{3.1}	0,526	0,213	Valid
X _{3.2}	0,655	0,213	Valid
X _{3.3}	0,688	0,213	Valid
X _{3.4}	0,609	0,213	Valid
X _{3.5}	0,539	0,213	Valid
X _{3.6}	0,616	0,213	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut menyatakan seluruh pertanyaan untuk variabel *Social Influence* (X₃) di dalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas *Management Behaviour* (Y)

Item Y	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,223	0,213	Valid
Y.2	0,254	0,213	Valid
Y.3	0,464	0,213	Valid
Y.4	0,286	0,213	Valid
Y.5	0,242	0,213	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas tersebut menyatakan seluruh pertanyaan untuk variabel *Management Behaviour* (Y) di dalam kuisisioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 5 Uji Reliabilitas Variabel *Financial Literacy* (X₁), *Lifestyle* (X₂), *Social Influence* (X₃) dan *Management Behaviour* (Y)

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Batas	Keterangan
Financial Literacy (X ₁)	0,502	0,60	Reliabel
Lifestyle (X ₂)	0,466	0,60	Reliabel
Social Influence (X ₃)	0,701	0,60	Reliabel
Management Behaviour (Y)	0,598	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olahan Data Kuisisioner Melalui SPSS

Berdasarkan tabel menunjukkan bahwa semua item dalam variabel *Financial Literacy* (X₁), *Lifestyle* (X₂), *Social Influence* (X₃) dan *Management Behaviour* (Y) dinyatakan reliabel. Hal ini didasarkan atas keterangan masing-masing variabel *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Sehingga seluruh atribut penelitian dinyatakan reliabel dan dapat dilanjutkan kepengujian selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Tabel 6 Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

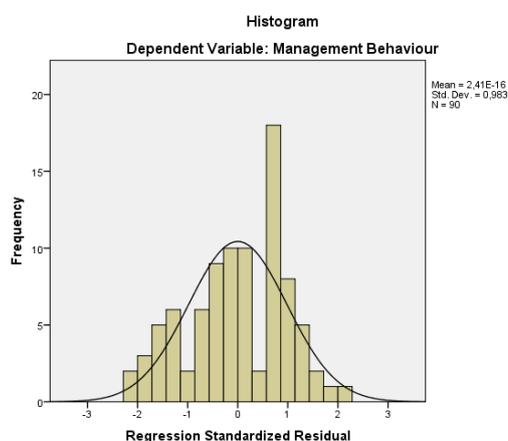
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,41802053
Most Extreme Differences	Absolute	,110
	Positive	,057
	Negative	-,110
Test Statistic		,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,119 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

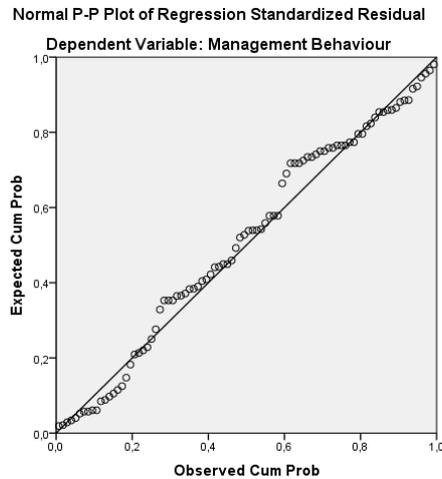
Melalui Tabel terlihat bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) adalah 0,119^o dan diatas nilai signifikan (0,05). Dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal. Selanjutnya hasil dapat dilihat pada gambar 1 Histogram yang akan dijelaskan dibawah ini :



Gambar 1 Histogram SPSS Versi 23

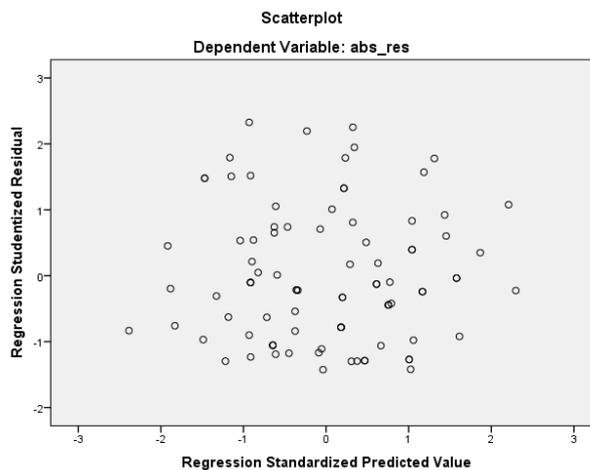
Pada gambar grafik histogram pada Gambar terlihat bahwa variabel prestasi berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak miring

kekiri atau ke kanan dan membentuk pola lonceng. Selanjutnya hasil penelitian dapat dilihat dalam bentuk PP Plot yang terdapat pada gambar 2 berikut ini :



Gambar 2 PP Plot SPSS Versi 23

Pada Gambar grafik menunjukkan bahwa pada pp plot terlihat titik yang mengikuti data di sepanjang garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual peneliti normal. Perhitungan selanjutnya dapat dijelaskan pada gambar scatter plot dibawah ini :



Gambar 3 Diagram Scatter Plot SPSS Versi 23

Uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang Homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun cara untuk mendekati ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan metode grafik *scatterplot* dan uji *Glejser*.

Tabel 7 Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,192	2,565		1,851	,003
	Financial Literacy	1,280	1,119	1,636	1,669	,000
	Lifestyle	1,305	1,217	1,132	1,768	,001
	Social Influence	1,621	1,614	1,312	1,699	,002

a. Dependent Variable: abs_res

Hasil Pengujian Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji parsial (Uji t) digunakan untuk membuktikan pengaruh *Social Influence* (X_1), variabel *Financial Literacy* (X_2), dan variabel *Lifestyle* (X) terhadap *Management Behaviour* (Y) secara parsial atau individual. Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} diperoleh dari pengolahan SPSS, sedangkan nilai t_{tabel} diperoleh dari tabel statistik yaitu nilai t pada derajat kebebasan (df) = $n - k = 88 - 4 = 84$ yaitu 1,663

Tabel 8 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,192	2,565		1,851	,003
	Financial Literacy	1,280	1,119	1,636	1,669	,000
	Lifestyle	1,305	1,217	1,132	1,768	,001
	Social Influence	1,621	1,614	1,312	1,699	,002

a. Dependent Variable: Management Behaviour

Berdasarkan tabel uji t dapat diketahui bahwa :

- Untuk variabel *financial Literacy* (X_1), diperoleh hasil nilai t_{hitung} ($1,669 > 1,663$), pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial *financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dengan begitu Hipotesis diterima.
- Untuk variabel *Lifestyle* (X_2), diperoleh hasil nilai t_{hitung} ($1,768 > 1,663$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dengan begitu Hipotesis diterima.
- Untuk variabel *Sosial Influence* (X_3), diperoleh hasil nilai t_{hitung} ($1,312 > 1,663$), pada taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara parsial kompetensi berpengaruh positif dan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dengan begitu Hipotesis diterima.

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk membuktikan pengaruh variabel *financial Literacy* (X_1), variabel *Lifestyle* (X_2), dan variabel *Sosial Influence* (X_3) terhadap *Management Behaviour* (Y) secara simultan atau bersamaan. Hasil uji simultan (Uji F) ditampilkan pada tabel Uji F berikut :

Tabel 9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,334	3	38,336	8,730	,003 ^b
	Residual	414,985	85	4,358		
	Total	504,997	88			

a. Dependent Variable: Management Behaviour

b. Predictors: (Constant), Social Influence , Financial Literacy , Lifestyle

Berdasarkan tabel uji F diatas diperoleh nilai F_{hitung} 8,730 dengan signifikan 0,03^b. Sedangkan nilai F_{tabel} yang digunakan adalah nilai distribusi F dengan derajat kebebasan (df) yaitu :

$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan $df_2 = n - k = 88 - 4 = 84$ pada $\alpha = 0,05$ dimana :
maka, nilai F_{tabel} yang digunakan adalah $F_{0,05} (3,86)$ yaitu 2,713.

Selanjutnya nilai F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} , maka diperoleh nilai $F_{hitung} (8,730) > F_{tabel} (2,713)$ pada taraf signifikan $0,03 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial Literacy*, variabel *Lifestyle*, dan variabel *Sosial Influence* secara simultan (bersamaan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dengan begitu Hipotesis diterima.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini :

Tabel 10 Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,588 ^a	,336	,332	1,928

a. Predictors: (Constant), Social Influence , Financial Literacy , Lifestyle

b. Dependent Variable: Management Behaviour

Besarnya koefisien determinasi (R²) dapat dilihat pada kolom Adjusted R Square sebesar 0,332. Hasil ini mengandung pengertian bahwa *Management Behaviour* (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dipengaruhi oleh variabel *financial Literacy*, variabel *Lifestyle*, dan variabel *Sosial Influence* sebesar 30,4%. Sedangkan sebesar 69,6 % (100%-69,6%) dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *financial Literacy* (X₁) Terhadap *Management Behaviour* (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel *financial Literacy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, dimana $t_{hitung} (1,669 > 1,663)$, pada taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *financial Literacy* menjamin *Management Behaviour* dengan baik.

2. Pengaruh *Lifestyle* (X₂) Terhadap *Management Behaviour* (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z

mahasiswa/i program studi manajemen, dimana t_{hitung} ($1,768 > 1,663$), pada taraf signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Lifestyle* menjamin *Management Behaviour* dengan baik.

3. Pengaruh Sosial Influence (X_3) Terhadap Management Behaviour (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen

Berdasarkan uji hipotesis secara parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel *Sosial Influence* berpengaruh positif dan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, dimana nilai t_{hitung} ($1,312 > 1,663$), pada taraf signifikan $0,002 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa *Sosial Influence* menjamin *Management Behaviour* dengan baik.

4. Pengaruh variabel financial Literacy (X_1), variabel Lifestyle (X_2), dan variabel Sosial Influence (X_3) Terhadap Management Behaviour (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen

Berdasarkan uji hipotesis secara simultan (Uji F) diketahui bahwa variabel *financial Literacy*, variabel *Lifestyle*, dan variabel *Sosial Influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Management Behaviour* pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, nilai F_{hitung} ($8,730 > F_{tabel}$ ($2,713$)) pada taraf signifikan $0,03 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *financial Literacy*, variabel *Lifestyle*, dan variabel *Sosial Influence* menjamin *Management Behaviour* dengan baik.

4. KESIMPULAN

1. Secara parsial variabel financial Literacy berpengaruh positif dan signifikan terhadap Management Behaviour pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, dimana t_{hitung} ($1,669 > 1,663$).
2. Secara parsial variabel Lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap Management Behaviour pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, dimana t_{hitung} ($1,768 > 1,663$).
3. Secara parsial variabel Sosial Influence berpengaruh positif dan terhadap Management Behaviour pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, dimana nilai t_{hitung} ($1,312 > 1,663$).
4. Secara simultan variabel financial Literacy, variabel Lifestyle, dan variabel Sosial Influence berpengaruh positif dan signifikan terhadap Management Behaviour pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen, nilai F_{hitung} ($8,730 > F_{tabel}$ ($2,713$)) pada taraf signifikan $0,03 < 0,05$.
5. Hasil uji determinasi menyimpulkan Management Behaviour (Y) pada generasi Z mahasiswa/i program studi manajemen dipengaruhi oleh variabel financial Literacy, variabel Lifestyle, dan variabel Sosial Influence sebesar 30,4%. Sedangkan sebesar 69,6 % ($100\% - 30,4\%$) dipengaruhi faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ulumudiniati, M., & Asandimitra, N. (2022). Pengaruh Financial Literacy, Financial Self-Efficacy, Locus of Control, Parental Income, Love of Money terhadap Financial Management Behavior: Lifestyle sebagai Mediasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 51–67. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p51-67>
- Aditya, T., & Mahyuni, L. P. (2022). Pengaruh literasi keuangan, persepsi kemudahan, manfaat, keamanan dan pengaruh sosial terhadap minat penggunaan fintech. *Forum Ekonomi*, 24(2), 245–258. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10330>
- Banowati, A. T., Al-Azizah, U. S., & Amar, F. (2024). Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, dan

- Self-Control Terhadap Saving Behavior Generasi Z Jakarta Selatan. *Jurnal Manajerial*, 11(01), 166. <https://doi.org/10.30587/jurnalmanajerial.v11i01.6300>
- Damayanti, S., & Fathihani, F. (2023). Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengaruh Sosial Dan Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Mahasiswa Universitas Dian Nusantara). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(6), 1014–1023. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i6.1632>
- Melsya Dwi Putri, Emilia Susanti, Lara Santri, Nopalia Susanti, Rasti Ananda, & Daimatussalimah Daimatussalimah. (2024). Analisis Dampak Perilaku Online Gen Z Terhadap Identitas Kewarganegaraan Dalam Era Digital. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 4(2), 211–223. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v4i2.3300>
- Nisa, F. K., & Haryono, N. A. (2022). Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude, Financial Self Efficacy, Income, Locus of Control, dan Lifestyle terhadap Financial Management Behavior Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 82–97. <https://doi.org/10.26740/jim.v10n1.p82-97>
- Nurhasanah, S., & Kesuma, A. N. (2023). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Lingkungan Sosial dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perencanaan Keuangan Generasi Z Muslim di Jabodetabek. *Tathawwur: Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Keuangan Islam*, 1(1), 63–74. <https://journal.mumtazsejahtera.org/index.php/jepki/article/view/6>
- Pardede, J. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Penjualan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada ShopeeFood. *Skripsi*, 34–46. <http://repository.stei.ac.id/9350/>
- Susilowati, D., Juwari, J., & Priamay Sella, E. (2023). Perilaku Keuangan Pada Gen-Z. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.33474/jimmu.v8i1.19047>
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.