

## PENGARUH PENGETAHUAN KEUANGAN, KEPERCAYAAN, PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG GENERASI Z TULUNGAGUNG

Rima Fitriasari<sup>1)</sup>, Eko Purwanto<sup>2)</sup>

<sup>1</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
email: [fitriarima@gmail.com](mailto:fitriarima@gmail.com)

<sup>2</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
email: [ekopasca@upnjatim.ac.id](mailto:ekopasca@upnjatim.ac.id)

### Abstract

*The development of country can seen from economic development in a country, especially Indonesia, it can seen from the amount of funds owned. The culture of saving in Indonesian society is currently known to be quite low compared to other Asian countries. This is reflected in low desire to save. Savings is one of the important factors in the economy in a country, because economy will be strong if country has a high level of savings. Savings are used as a precaution in the face of something might happen in the future. This study aims to analyze the effect of financial knowledge, trust, consumptive behavior on saving decisions. The population in this study was Generation Z, Tulungagung Regency. The sampling technique in this study used purposive sampling technique. The technique of determining the number of samples using the slovin formula. The sample used in the study was 100 people or respondents. The data used in this study is primary data which is data from questionnaire results from the answers of 100 respondents. analysis technique in this study uses Partial Least Square (PLS). results of the study indicate financial knowledge, trust, and consumptive behavior have significant positive influence on saving decisions.*

**Keywords:** *Financial Knowledge, Trust, Consumptive Behavior, Saving Decision*

### A. Latar Belakang Teoritis

Perkembangan suatu negara dapat dilihat dari perkembangan ekonomi di suatu negara khususnya Indonesia, dilihat dari jumlah dana yang dimiliki. Budaya menabung pada masyarakat Indonesia saat ini dikenal cukup rendah dibandingkan dengan negara asia lainnya. Hal tersebut tercermin dari rendahnya keinginan dalam menabung. Berdasarkan catatan otoritas jasa keuangan (OJK) 2019, rasio tabungan terhadap PDB sebesar 30,78%. Angka tersebut tehitung rendah dan kalah dengan Filipina. Hasil survei menunjukkan indeks literasi keuangan Indonesia pada tahun 2013 mencapai 21,84%, 2016 mencapai 29,7%, 2019 mencapai 38,03%. Dari hasil survei tersebut terlihat meningkat tentang pengetahuan masyarakat dalam hal keuangan. Untuk indeks inklusi keuangan Indonesia pada tahun 2013 mencapai sebesar 59,74%, 2016 mencapai sebesar 67,8%, dan 2019 mencapai sebesar 76,19%. Namun kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan Otoritas Jasa Keuangan Agus Sugiarto mengungkapkan, pengetahuan menabung dan investasi dikalangan Indonesia dapat dibilang kecil, utamanya banyak masyarakat Indonesia yang

mempunyai perilaku konsumtif. Hal tersebut adalah hambatan dalam meningkatkan produktivitas menabung dan investasi, Adila (2016) dalam Ovia (2019).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Tulungagung pengeluaran rupiah perkapita di Kabupaten Tulungagung pada 2019 sebesar Rp. 896.524 naik menjadi Rp. 1.032.860 pada tahun 2020. Menabung adalah kekayaan bersih pada setiap individu, menabung sama dengan pendapatan yang dikurang dengan kebutuhan atau konsumsi individu. Namun keputusan menabung tergantung pada setiap individu ingin sekarang atau masa depan. Masalah Adanya masalah keuangan pada remaja akan berdampak pada pengetahuan tentang keuangan yang meningkat sehingga remaja memutuskan untuk menabung. Terdapat beberapa faktor keputusan menabung dalam remaja diantaranya pengetahuan keuangan, kepercayaan, serta perilaku konsumtif yang membuat remaja mengerti akan pentingnya menabung. Pengetahuan keuangan adalah salah satu pengetahuan mengenai pengelolaan keuangan dengan tujuan meningkatkan kehidupan yang lebih sejahtera dimasa mendatang. Keputusan untuk menabung

bukan untuk mempersulit remaja dalam menikmati hidup melainkan untuk memperbaiki hidupnya kelak serta tujuan keuangan yang lebih baik dan teratur. Kepercayaan dalam keputusan menabung akan timbul sebelum dan sesudah melakukan transaksi untuk menabung. Kepercayaan sebelum transaksi menabung biasanya membuat pengaruh rasa percaya yang lebih setelah transaksi memutuskan menabung, Sallam (2016:29) dalam Chandra Bayu Pratama (2017).

Dalam melakukan penelitian, peneliti bermaksud membuktikan bahwa adanya pengaruh antara pengetahuan keuangan, kepercayaan, perilaku konsumtif terhadap keputusan menabung generasi Z kabupaten Tulungagung. Berdasarkan beberapa hal tersebut maka bertujuan dalam penelitian ini untuk:

1. Membuktikan pengetahuan keuangan berpengaruh terhadap keputusan menabung.
2. Membuktikan kepercayaan berpengaruh terhadap keputusan menabung.
3. Membuktikan perilaku konsumtif berpengaruh terhadap keputusan menabung.

### **Generasi Z**

Generasi muda yaitu menginjak angkatan kerja yaitu generasi Z biasa disebut iGeneration atau generasi internet. Generasi Z mempunyai suatu kemiripan dengan generasi Y, tetapi generasi Z dapat mengerjakan seluruh kegiatan pada waktu yang sama atau multitasking. Sejak dini generasi Z kenal akan teknologi yang canggih. Hal itu berdampak dengan kepribadian. Sehingga generasi Z merupakan generasi global pertama nyata. Tahun kelahiran generasi Z yaitu 1997 hingga 2012.

### **Pengetahuan Keuangan**

Pengetahuan keuangan adalah pengetahuan dasar keuangan, informasi keuangan serta pengelolaan keuangan yang benar. Pengelolaan keuangan yang baik perlu didasari pengetahuan mengelola kas, kredit, investasi dan risiko. Menurut Cude, et all (2006) dalam Dwi Hendarwati (2015) mengemukakan bahwa perlu adanya pengetahuan cara mengelola keuangan dan teknik investasi salah satu hal yang tidak

dapat dihindari oleh masyarakat. Dimana peningkatan instrument *finance* terkini seperti sekarang tidak sinkron oleh keinginan individu dalam awal investasi atau menabung.

### **Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan gambaran dari rasa percaya individu pada kualitas produk atau jasa perusahaan tersebut. Kepercayaan individu dalam menggunakan jasa layanan keuangan dalam keputusan menabung dapat diukur menggunakan keputusan individu tersebut dalam memilih menjadi nasabah disalah satu bank. Dengan begitu pada penelitian ini kepercayaan sebagai salah satu faktor dalam mengambil suatu keputusan.

### **Perilaku Konsumtif**

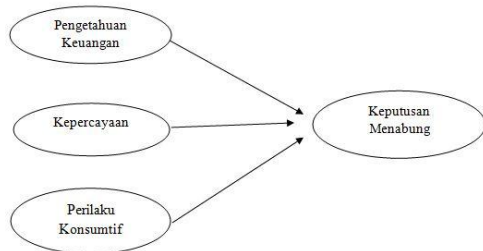
Perilaku konsumtif merupakan aktivitas individu terutama remaja yang paling marak saat ini. Konsumsi yang dimaksudkan beragam. Soebikto (1988:17) dalam Melina (2021) mengemukakan bahwa konsumsi adalah salah satu kebutuhan yang sesuai dengan apa yang dibutuhkan. Perilaku konsumtif adalah cara seorang membeli suatu barang tanpa pertimbangan yang cukup sebelum membeli. Perilaku konsumtif terdorong dengan berkembangnya industri di Tanah Air yang membuat persediaan barang berlimpah. Sehingga masyarakat menjadi mudah tergiur untuk mengkonsumsi barang yang bukan kebutuhan, melainkan keinginan semata. Perilaku konsumtif tanpa diketahui telah menjadi budaya bahkan toxic sosial yang berefek membuat masyarakat individualis dan materialitis kemudian mengacu ke hedonisme. Hal tersebut didasari kelompok individu yang konsumsi produk branded untuk menunjang status sosial.

### **Keputusan Menabung**

Keputusan adalah faktor penting perilaku seseorang dengan cara fisik yang melibatkan individu saat menilai, memperoleh serta menggunakan barang atau jasa. Pemecahan masalah terdiri dari perilaku dan pemenuhan kebutuhan individu. Dapat diartikan bahwa tabungan adalah dana atau kekayaan yang dikumpulkan untuk kebutuhan dimasa yang akan datang. Tabungan bagi individu merupakan salah satu dari penggunaan pendapatan yang didapatkan. Proses keputusan menabung sedikit berbeda dalam membuat keputusan membeli dan berinvestasi. Dapat disimpulkan bahwa keputusan menabung yaitu pemilihan atas

dasar logika dan pertimbangan diantara beberapa alternatif yang dilakukan secara sadar oleh individu untuk menyimpan uang. Menurut Budi Pamungkas dan Yogha Deyola (2014) indikator keputusan menabung yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi.

### Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

### Hipotesis

H1= Pengetahuan keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

H2= Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

H3= Perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung.

### B. Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Skala pengukuran variabel pada penelitian ini memakai skala ordinal dengan memakai teknik skala likert. Skala likert merupakan skala yang berasal dari kualitatif kemudian dikuantitatifkan. Populasi pada penelitian ini yaitu generasi z kabupaten Tulungagung. Dari data yang didapat dari Badan Pusat Statistika Kabupaten Tulungagung sebesar 126730 gender laki-laki dan 120709 gender perempuan yang berjumlah 247439 populasi. Teknik penentuan sampelnya menggunakan teknik purposive sampling dengan memiliki kriteria tersendiri. Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah penyebaran kuesioner Teknik analisisnya menggunakan Partial Least Square (PLS). Partial Least Square (PLS) adalah salah satu metode dalam menkonstruksi model-model yang dapat diramalkan ketika faktor-faktornya sangat banyak.

### Definisi Operasional

Definisi operasional variabel mencakup pernyataan yang berisi pengoperasian konsep penelitian yang digunakan agar mendapatkan data yang dianalisa agar sama dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian dijelaskan masing-masing definisi operasional dari beberapa variabel bebas (x) dan variabel terikat (y).

Adapun variabel yang dipakai dalam penelitian sebagai berikut:

#### 1. Variabel Terikat (Y)

Keputusan menabung pada penelitian ini merupakan variabel terikat, adalah berarti variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keputusan menabung adalah pemilihan atas dasar logika yang sudah dipertimbangkan diantara beberapa alternatif lainnya dan dilakukan secara sadar oleh individu untuk mengumpulkan uang, Maski (2010) dalam Melina, dkk (2021). Dengan adanya keputusan dari diri sendiri untuk menabung maka keputusan menabung dapat menjadi kebiasaan sehingga individu dapat mengelola keuangannya dimasa mendatang. Menurut Budi Pamungkas dan Yogha Deyola (2018) indikator keputusan menabung, diantaranya:

- a. Faktor budaya.
- b. Faktor sosial.
- c. Faktor pribadi.

#### 2. Variabel Bebas (X)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Dalam penelitian ini ada beberapa variabel bebas diantaranya:

##### 1) Pengetahuan Keuangan

Pengetahuan keuangan adalah ilmu dasar keuangan, informasi keuangan serta cara pengelolaan keuangan yang baik dan benar. Dapat disimpulkan bahwa menurut Sina (2013) dalam Budi Pamungkas dan Yogha Deyola (2014) pengetahuan keuangan merupakan salah satu pengaruh suatu keputusan menabung yaitu bagian dari keputusan keuangan serta pengetahuan. Menurut Budi Pamungkas dan Yogha Deyola (2014) indikator pengetahuan keuangan diantaranya :

- a. Pengetahuan keuangan dasar
- b. Pengetahuan manajemen uang

c. Pengetahuan tabungan

**2) Kepercayaan**

Kepercayaan merupakan kemauan atau keinginan seseorang untuk sadar akan harapan pada perilaku perusahaan dimasa depan(Sallam,2016:29) dalam Chandra Bayu Pratama (2017). Rasa percaya terhadap suatu keputusan menabung dapat muncul sebelum atau setelah individu melakukan transaksi dalam menabung. Menurut Sallam (2016:29) dalam Chandra Bayu Pratama (2017), indikator dalam kepercayaan diantaranya:

- a. Percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan,
- b. Percaya bahwa perusahaan akan melayani konsumen yang baik.
- c. Percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu.
- d. Percaya bahwa dapat diandalkan.

**3) Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang membeli barang atau jasa tanpa dipertimbangkan terlebih dahulu, Sumartono dalam Ahmad Abdur Rohma dan Sri Umi (2018). Perilaku konsumtif terjadi karena adanya dorongan dalam diri untuk membeli sesuai keinginan individu tidak sesuai kebutuhan.

Menurut Sumarsono dalam Ahmad Abdur Rohman dan Sri Umi(2018) indikator perilaku konsumtif diantaranya:

- a. Membeli produk karena hadiah atau diskon.
- b. Membeli produk karena kemasan menarik.
- c. Membeli produk demi penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga.
- e. Mencoba lebih dari dua jenis produk dengan merk berbeda.

**C. Hasil Dan Pembahasan**

**Analisis Data Deskriptif**

1. Pengetahuan Keuangan

Tabel Hasil Jawaban Responden Terhadap Pengetahuan Keuangan

No.	Skor Pernyataan					Mean
	1	2	3	4	5	
X1.1	0	2	20	38	40	4.16
X1.2	1	6	24	23	46	4.07
X1.3	0	3	19	28	50	4.26
<b>Rata - Rata</b>						<b>4.16</b>

Sumber: Data diolah

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel pengetahuan keuangan, dapat disimpulkan bahwa indikator pengetahuan tabungan mendapatkan responden tertinggi diantara ketiga indikator. Yaitu mendapatkan responden jawaban sebanyak 50 orang atau 50% dengan nilai rata-rata 4,26. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan selalu menyisihkan uang untuk ditabung serta responden memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi dalam mengatur dan mengelola keuangannya. Sebaliknya pada indikator pengetahuan manajemen uang yang memiliki nilai rata-rata terendah yaitu sebesar 4,07. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang memiliki pengetahuan manajemen uang belum tentu paham akan mengelola keuangan yang baik.

2. Kepercayaan

Tabel Hasil Jawaban Responden Terhadap Kepercayaan

No.	Skor Pernyataan					Mean
	1	2	3	4	5	
X2.1	2	1	22	34	41	4.11
X2.2	0	2	8	46	44	4.32
X3.3	0	2	10	42	46	4.32
X4.4	0	0	16	42	42	4.26
<b>Rata - Rata</b>						<b>4.25</b>

Sumber: Data diolah

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel kepercayaan, dapat disimpulkan bahwa indikator percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu mendapatkan responden tertinggi diantara keempat indikator. Yaitu mendapatkan responden jawaban sebanyak 46 orang atau 46% dengan nilai rata-rata 4,32. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju dan merasa senang atas layanan

kinerja yang diberikan oleh bank serta responden memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap bank dalam mengatur dan mengelola keuangannya. Sebaliknya indikator pada variabel kepercayaan yang memiliki frekuensi hasil jawaban terendah yaitu percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan. Indikator Percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan mendapat respon terendah sebanyak 41 orang atau 41% dengan nilai rata-rata 4,11. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden yang memiliki kepercayaan bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan belum tentu percaya bahwa bank dapat melayani konsumen secara baik dan mengelola keuangan seseorang.

3. Perilaku Konsumtif

Tabel Hasil Jawaban Responden Terhadap Perilaku Konsumtif

No.	Skor Pernyataan					Mean
	1	2	3	4	5	
X3.1	2	9	14	34	41	4.03
X3.2	8	10	24	29	29	3.61
X3.3	10	13	35	21	21	3.30
X3.4	0	0	5	22	73	4.68
X3.5	1	5	35	31	28	3.80
<b>Rata - Rata</b>						<b>3.88</b>

Sumber: Data diolah

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel perilaku konsumtif, dapat disimpulkan bahwa indikator membeli produk atas pertimbangan harga mendapatkan responden tertinggi diantara lima indikator. Yaitu mendapatkan responden jawaban sebanyak 73 orang atau 73% dengan nilai rata-rata 4,68. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju dengan senang berbelanja yang mendapat potongan harga sehingga sisa uangnya dapat ditabung. Sebaliknya indikator pada variabel perilaku konsumtif yang memiliki frekuensi hasil jawaban terendah yaitu membeli produk demi penampilan diri dan gengsi. Indikator membeli produk demi penampilan diri dan gengsi mendapat respon terendah sebanyak 35 orang atau 35% dengan nilai rata-rata 3,30. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menjawab netral, artinya responden yang memiliki perilaku konsumtif dengan membeli barang demi penampilan diri dan gengsi belum tentu

individu dapat mengendalikan dirinya dalam perilaku konsumtif seseorang.

4. Keputusan Menabung

Tabel Hasil Jawaban Responden Terhadap Keputusan Menabung

No.	Skor Pernyataan					Mean
	1	2	3	4	5	
Y.1	0	2	15	35	48	4.29
Y.2	2	7	24	29	38	3.94
Y.3	3	18	16	28	45	4.04
<b>Rata - Rata</b>						<b>4.09</b>

Sumber: Data diolah

Dari hasil keseluruhan indikator pada variabel keputusan menabung, dapat disimpulkan bahwa indikator pertama mendapatkan responden tertinggi diantara ketiga indikator. Yaitu mendapatkan responden jawaban sebanyak 48 orang atau 48% dengan nilai rata-rata 4,29. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa menabung atas pengetahuan keuangan serta responden memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi dalam mengatur dan mengelola keuangannya. Sebaliknya indikator pada variabel keputusan menabung yang memiliki frekuensi hasil jawaban terendah yaitu kedua. Indikator kedua pada variabel keputusan menabung mendapat respon terendah sebanyak 38 orang atau 38% dengan nilai rata-rata 3,94. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden sangat setuju, artinya responden yang memiliki kepercayaan terhadap bank dalam menabung belum tentu memutuskan untuk menabung.

Pembahasan

1. Pengaruh Pengetahuan Keuangan (X1) Terhadap Keputusan Menabung (Y)

Pengaruh antara pengetahuan keuangan dengan keputusan menabung tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara pengetahuan keuangan dengan keputusan menabung pada generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diperjelas apabila individu memiliki tingkatan pengetahuan keuangan yang tinggi yang meliputi diantaranya pengetahuan keuangan dasar, pengetahuan manajemen uang serta pengetahuan tabungan yang tinggi individu tersebut memiliki pengelolaan keuangan yang baik dan benar. Generasi Z yang dikenal sebagai iGeneration atau generasi internet harus memiliki pengetahuan keuangan yang

tinggi guna mengatur keuangan dimasa depan. Sebagai generasi Z yang dikategorikan sebagai i-generation layaknya sejak dini harus memiliki bekal pengetahuan keuangan, dikarenakan pengetahuan tentang keuangan tersebut akan membantu individu tersebut dalam mengatur keuangannya dimasa depan. Sehingga meminimalisir adanya masalah keuangan pada individu tersebut. Apabila individu telah memahami konsep pengetahuan keuangan serta menerapkannya maka terwujud pengelolaan yang lebih baik dan semakin meningkat. Dapat disimpulkan bahwa suatu bentuk pengelolaan keuangan yang baik yaitu dengan cara menabung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan dengan indikator pengetahuan tabungan memiliki pengaruh tinggi dalam mempengaruhi keputusan menabung dibandingkan dengan indikator lainnya. Dapat disimpulkan sangat setuju apabila memiliki tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi sehingga individu paham dengan baik akan pengetahuan tabungan. Tabungan adalah salahsatu fungsi atau cara dalam mengelola keuangan seseorang dimasa mendatang yang akan baik bila dilakukan secara terus menerus. Generasi Z yang mempunyai tingkat pengetahuan keuangan yang tinggi dapat berpengaruh pada keputusan menabung terutama pada pengetahuan keuangan dasar individu dalam mengendalikan keuangannya.

Hasil penelitian yang telah diperoleh, bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung dapat diterima atau positif signifikan. Hasil tersebut diketahui bahwa indikator pengetahuan keuangan yang meliputi pengetahuan keuangan dasar, pengetahuan manajemen uang, dan pengetahuan tabungan dapat disimpulkan bahwa mempengaruhi keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diketahui menunjukkan adanya hubungan antara pengetahuan keuangan terhadap keputusan menabung. Apabila individu memiliki tingkatan pengetahuan keuangan yang tinggi meliputi pengetahuan keuangan dasar, pengetahuan manajemen uang, dan pengetahuan tabungan yang tinggi maka individu tersebut dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel pengetahuan keuangan dengan indikator pengetahuan tabungan mendapat responden tertinggi dengan memiliki keputusan menabung. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Budhi dan Yogha (2014) membuktikan bahwa pengetahuan keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung. Dengan begitu pengetahuan keuangan memiliki peran penting untuk menumbuhkan sikap positif dalam menabung.

## **2. Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Keputusan Menabung (Y)**

Pengaruh antara kepercayaan dengan keputusan menabung tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara kepercayaan dengan keputusan menabung pada generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diperjelas apabila individu memiliki tingkatan kepercayaan yang tinggi yang meliputi diantaranya percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, percaya bahwa perusahaan akan melayani konsumen yang baik, percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu, percaya bahwa dapat diandalkan yang tinggi individu tersebut memiliki kepercayaan yang baik dan benar dalam pengelolaan keuangan. Generasi Z yang dikenal sebagai i-Generation atau generasi internet harus memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap keputusan menabung guna mengatur keuangan dimasa depan.

Sebagai generasi Z yang dikategorikan sebagai i-generation layaknya sejak dini harus memiliki bekal kepercayaan terhadap bank dalam mengelola keuangannya, dikarenakan kepercayaan tentang keuangan tersebut akan membantu individu tersebut dalam mengatur keuangannya dimasa depan. Sehingga meminimalisir adanya masalah keuangan pada individu tersebut. Apabila individu telah memahami konsep kepercayaan terhadap keputusan menabung serta menerapkannya maka terwujud pengelolaan yang lebih baik dan semakin meningkat. Dapat disimpulkan bahwa suatu bentuk pengelolaan keuangan yang baik yaitu dengan cara menabung. Hal tersebut harus diperkuat dengan adanya kepercayaan individu yang tinggi dalam mengelola keuangannya dan memutuskan untuk menabung.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan dengan indikator percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu memiliki pengaruh tinggi dalam mempengaruhi keputusan menabung dibandingkan dengan indikator lainnya. Dapat disimpulkan sangat setuju apabila memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi sehingga individu paham dengan baik akan kepercayaan individu dalam hal mengelola keuangannya. Tabungan adalah salahsatu fungsi atau cara dalam mengelola keuangan seseorang dimasa mendatang yang akan baik bila dilakukan secara terus menerus. Generasi Z yang mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi dapat berpengaruh pada keputusan menabung terutama pada perusahaan perbankan yang tidak akan menipu termasuk salah satu faktor individu percaya bahwa bank dapat mengendalikan keuangannya.

Hasil penelitian yang telah diperoleh, bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung dapat diterima atau positif signifikan. Hasil tersebut diketahui bahwa indikator kepercayaan yang meliputi percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, percaya bahwa perusahaan akan melayani konsumen yang baik, percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu, percaya bahwa dapat diandalkan dapat disimpulkan bahwa mempengaruhi keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diketahui menunjukkan adanya hubungan antara kepercayaan terhadap keputusan menabung. Apabila individu memiliki tingkatan kepercayaan yang tinggi terhadap keputusan menabung meliputi percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, percaya bahwa perusahaan akan melayani konsumen yang baik, percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu, percaya bahwa dapat diandalkan yang tinggi maka individu tersebut percaya bahwa bank dapat mengelola keuangannya dengan baik.

Hal tersebut diketahui menunjukkan adanya pengaruh antara kepercayaan terhadap keputusan menabung. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah (2018) bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung atau dalam penelitian ini keputusan menabung. Kepercayaan mempunyai arti yakin dan

percaya bahwa uang yang ditabung dapat ditarik kembali. Apabila pengetahuan dan kepercayaan pada suatu individu tinggi maka keputusan menabung akan tinggi, tetapi apabila individu memiliki kepercayaan yang rendah maka keputusan akan menabung juga rendah. Dengan begitu kepercayaan memiliki peran penting untuk menumbuhkan sikap positif dalam menabung.

### **3. Pengaruh Perilaku Konsumtif (X3) Terhadap Keputusan Menabung (Y)**

Pengaruh antara perilaku konsumtif dengan keputusan menabung tersebut menunjukkan bahwa adanya hubungan antara perilaku konsumtif dengan keputusan menabung pada generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diperjelas apabila individu memiliki tingkatan perilaku konsumtif yang tinggi yang meliputi diantaranya membeli produk karena terdapat potongan harga, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi penampilan diri, membeli produk atas pertimbangan harga, dan mencoba lebih dari dua produk dengan merek berbeda yang tinggi individu tersebut memiliki perilaku konsumtif yang tinggi tetapi memiliki pengetahuan keuangan sehingga individu tersebut dapat mengendalikan diri dan memutuskan untuk menabung uangnya. Sebaliknya ada individu yang memiliki keputusan menabung karena untuk membeli produk yang diinginkan.

Sebagai generasi Z yang dikategorikan sebagai i-generation layaknya sejak dini harus memiliki bekal menabung sejak dini, dikarenakan memiliki keputusan menabung sejak ini dapat membantu individu tersebut dalam mengatur keuangannya dimasa depan. Sehingga meminimalisir adanya masalah keuangan pada individu tersebut. Apabila individu telah memahami konsep perilaku konsumtif yang tinggi maka harus dibekali tata cara mengelola keuangan serta menabung sejak dini dan menerapkannya agar terwujud pengelolaan yang lebih baik dan semakin meningkat. Dapat disimpulkan bahwa suatu bentuk perilaku konsumtif yang baik yaitu dengan membeli produk dengan mempertimbangkan harganya terlebih dahulu. Terlebih apabila individu tersebut menginginkan membeli produk dapat mempertimbangkan terlebih dahulu atau bisa

dengan menabung dahulu uangnya setelah itu dapat membeli produk yang diinginkan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif dengan indikator membeli produk dengan mempertimbangkan harga memiliki pengaruh tinggi dalam mempengaruhi keputusan menabung dibandingkan dengan indikator lainnya. Dapat disimpulkan sangat setuju apabila memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dengan mempertimbangkan harga dalam membeli produk sehingga individu paham dengan baik akan keputusan menabung yang baik. Tabungan adalah salahsatu fungsi atau cara dalam mengelola keuangan seseorang dimasa mendatang yang akan baik bila dilakukan secara terus menerus. Generasi Z yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif yang tinggi tetapi memiliki pengetahuan keuangan dapat berpengaruh pada keputusan menabung terutama pada individu perilaku konsumtif yang membandingkan harga sebelum membeli produk dalam mengendalikan keuangannya.

Hasil penelitian yang telah diperoleh, bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif terhadap keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung dapat diterima atau positif signifikan. Hasil tersebut diketahui bahwa indikator perilaku konsumtif yang meliputi membeli produk karena terdapat potongan harga, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi penampilan diri, membeli produk atas pertimbangan harga, dan mencoba lebih dari dua produk dengan merek berbeda dapat disimpulkan bahwa mempengaruhi keputusan menabung generasi Z Kabupaten Tulungagung. Hal tersebut diketahui menunjukkan adanya hubungan antara perilaku konsumtif terhadap keputusan menabung.

Apabila seseorang mempunyai tingkatan perilaku konsumtif yang tinggi meliputi membeli produk karena terdapat potongan harga, membeli produk karena kemasan menarik, membeli produk demi penampilan diri, membeli produk atas pertimbangan harga, dan mencoba lebih dari dua produk dengan merek berbeda yang tinggi maka seseorang tersebut dapat berfikir bagaimana cara membeli produk yang diinginkan dengan cara menabung serta menghemat uangnya

dengan membeli produk yang terdapat potongan harga.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif dengan indikator membeli produk atas pertimbangan harga mendapat responden tertinggi karena dengan membeli produk dengan mempertimbangkan harga sebelumnya salahsatu alasan memiliki keputusan menabung. Hasil pada penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Melina,dkk (2021) membuktikan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menabung.

#### D. Kesimpulan

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari kuesioner dianalisis menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menguji pengaruh pengetahuan keuangan, kepercayaan, perilaku konsumtif terhadap keputusan menabung. Dapat disimpulkan bahwa:

1. Semakin tinggi pengetahuan keuangan maka semakin tinggi tingkat keputusan menabung. Sehingga individu yang memiliki pengetahuan tabungan yang tinggi dapat mengelola keuangannya secara baik dan dapat meminimalisir masalah keuangan serta memiliki keuangan yang baik dimasalah mendatang.
2. Semakin tinggi kepercayaan maka semakin tinggi tingkat keputusan menabung. Sehingga individu memiliki keyakinan bahwa uang yang ditabung tersebut aman serta individu tersebut dapat mengelola keuangannya secara baik dan dapat meminimalisir masalah keuangan serta memiliki keuangan yang baik dimasalah mendatang.
3. Semakin tinggi perilaku konsumtif individu dan memiliki cukup pengetahuan dalam mengelola keuangannya maka semakin tinggi pula tingkat keputusan menabung. Hal tersebut baik karena guna memperoleh keuntungan yang baik dalam mengelola keuangannya dimasa mendatang. Sehingga



meminimalisir individu tersebut dalam terjadinya masalah keuangan.

### E. Rekomendasi

Hasil penelitian ini dikemukakan beberapa saran yang dapat dipertimbangkan dan dimanfaatkan dalam memutuskan keputusan menabung pada generasi Z, diantaranya:

1. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan keuangan memiliki peran penting terhadap keputusan menabung. Hal tersebut diharapkan generasi Z sejak dini memiliki pengetahuan keuangan yang tinggi diantaranya memiliki pengetahuan keuangan dasar, pengetahuan manajemen uang, dan pengetahuan tabungan. Sehingga generasi Z menjadi generasi yang cerdas dan memiliki keputusan menabung sejak dini, maka diharapkan dapat memahami konsep keuangan yang baik, seperti memiliki pengetahuan tentang instrument-instrumen keuangan diantaranya deposito, saham, reksadana, dll agar generasi Z menjadi lebih paham akan pentingnya pengetahuan keuangan. Sehingga dapat mengelola keuangannya dan dapat mengembangkan perilaku keuangan dalam menabung menjadi lebih baik. Agar dimasa depan kelak generasi Z mempunyai kehidupan yang tertata dan tidak memiliki masalah pada keuangannya.
2. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki peran penting terhadap keputusan menabung. Hal tersebut diharapkan generasi Z sejak dini memiliki kepercayaan yang tinggi akan menabung diantaranya memiliki diantaranya percaya bahwa perusahaan dapat memenuhi kebutuhan, percaya bahwa perusahaan akan melayani konsumen yang baik, percaya bahwa perusahaan tidak akan menipu, percaya bahwa dapat diandalkan. Sehingga generasi Z menjadi generasi yang cerdas dan memiliki keputusan menabung sejak

dini. Maka diharapkan generasi Z dapat mempertahankan kepercayaannya terhadap lembaga keuangannya dalam menabung bahwa perusahaan perbankan akan selalu melayani dengan baik. Karena pada dasarnya kepercayaan itu penting dalam memutuskan keputusan untuk menabung. Karena individu terkadang cenderung tidak percaya bahwa uangnya dapat berkembang apabila ditabung disebuah lembaga perbankan karena akan mendapat suku bunga. Hal tersebut guna dimasa depan kelak generasi Z mempunyai kehidupan yang tertata dan meminimalisir masalah pada keuangannya.

3. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki peran penting terhadap keputusan menabung. Hal tersebut diharapkan agar generasi Z kedepannya mampu mempertahankan sikap dan aspek psikologi agar membeli produk kemasan menarik tetapi dengan harga yang murah. Karena dengan membeli produk kemasan menarik dengan harga yang lebih murah dapat membuat individu untuk berhemat dan menabung sisa pengeluarannya. Sehingga individu memiliki keputusan menabung yang meningkat dan kedepannya dapat meminimalisir masalah keuangan dalam individu.

### F. Referensi

- Gautama, B. P., Yogha, D. (2014). Pengaruh Pengetahuan Keuangan Dan Sikap Keuangan Terhadap Keputusan Menabung Pada Produk Tabungan Di Perbankan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, Vol. 12. No. 2.
- Mardiana, V., & Rochmawati, R. (2020). Self-Control Sebagai Moderasi Antara Pengetahuan Keuangan, Financial Attitude, Dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(2), 83–98.

- Pratama, C. B. (2017). *Pengaruh Citra Bank Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menabung Dengan Variabel Mediasi Word Of Mouth Pada Nasabah Bank Mandiri Di Surabaya*. STIE Perbanas Surabaya.
- Putra, Y. S. (2016). *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. Among Makarti, 9 (18), 123--134*.
- Rahayu, M. A., Widowati, M., & Handayani, J. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking, 2(2)*, 143–159.
- Rohman, A. A., & Mintarti, S. U. (2018). Analisis perilaku konsumtif dan perilaku menabung mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di jurusan ekonomi pembangunan fakultas ekonomi universitas negeri malang angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 11(2)*, 107–117.
- Setyawan, Y. N. (2014). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Jaminan Rasa Aman, dan Aksesibilitas terhadap Minat Menabung Nasabah Bank Danamon di Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran, 2(1)*.