

PENGARUH *FINANCIAL LITERACY*, *LIFE STYLE*, DAN *SELF-PSYCHOLOGY* TERHADAP MINAT MENABUNG ZILLENNIALS

Murti Puspita Rukmi¹⁾, Yohanes Adi Nugroho²⁾, Wida Arindya Sari³⁾, Irvan Rayhan⁴⁾

^{1,2,3,4} Akuntansi, Politeknik Negeri Pontianak

murti.uthy@gmail.com¹⁾, Yohanesadi.nu@gmail.com²⁾, arindyasw@gmail.com³⁾,
irayhan1212@gmail.com⁴⁾

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *financial literacy*, *life style* dan *self psychology* terhadap minat menabung Zillennials. Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah survei eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 300 mahasiswa merupakan hasil rumusan slovin dari total populasi sebanyak 826 mahasiswa program studi D4 Akuntansi Politeknik Negeri Pontianak. Data yang diperoleh diolah dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.0 dengan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan, gaya hidup dan psikologi diri berpengaruh terhadap minat menabung Zillennials. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji t pada variabel literasi keuangan sebesar 0,200, gaya hidup sebesar 0,291 dan psikologi diri sebesar 0,409 dengan *p-value* sebesar 0,000 pada taraf signifikansi 5%.

Kata Kunci : Zillennials, *Financial Literacy*, *Life Style*, *Self Psychology*, Menabung

Abstract

This research aims to see the influence of financial literacy, life style and self psychology on Zillennials' interest in saving. The research method applied in this research is an explanatory survey with a quantitative approach. The sample taken of 300 students was the result of Slovin's formulation from a total population of 826 who were students of the Pontianak State Polytechnic D4 Accounting study program. The data obtained was processed with the help of the SmartPLS 3.0 application with a Partial Least Square based Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of this research show that financial literacy, life style and self psychology influence Zillennials' interest in saving. This is shown through the t test results for the financial literacy variable of 0.200, life style of 0.291 and self psychology of 0.409 with a p-value of 0.000 at a significance level of 5%.

Keyword : Zillennials, *Financial Literacy*, *Life Style*, *Self Psychology*, Saving

PENDAHULUAN

Secara umum, menabung merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dengan cara menyimpan uang. Sedangkan menurut Tiyas (2021) minat menabung adalah suatu keinginan yang disertai perasaan yakin, dengan menabung berarti melaksanakan perencanaan masa yang akan datang dan bisa mendapatkan kepuasan serta manfaat yang diinginkan. Bagi kebanyakan orang, salah satu tujuan hidup mereka adalah bekerja keras dan menabung sebanyak-banyaknya dengan maksud dapat pensiun dini dengan damai. Namun tentunya tren ini tidak berlaku bagi Zillennials.

Zillennials merupakan sebutan bagi kaum generasi Z di Indonesia. Mereka yang terlahir mulai dari tahun 1997 hingga 2012 merupakan generasi yang termasuk dalam Zillennials. Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 merilis data bahwa sekitar 60 juta penduduk Indonesia merupakan Zillennials. Hal ini menjadi dasar perhitungan bahwa sekitar 22% dari total populasi Indonesia diwakili oleh Generasi Z. Angka ini menunjukkan bahwa Zillennials merupakan segmen yang signifikan dan berpotensi besar dalam menentukan arah masa depan negara Indonesia.

Zillennials memiliki ciri khas tersendiri, yakni kemampuan yang sangat fasih dalam teknologi digital, berorientasi pada nilai-nilai progresif serta memiliki hasrat yang besar pada perubahan sosial. Perubahan sosial inilah yang akhirnya memicu kebanyakan generasi Z kini bertolak belakang dengan cara pikir tradisional dengan

soft saving.

Soft saving mengacu pada menyisihkan lebih sedikit untuk masa depan dan menggunakan lebih banyak uang untuk saat ini. Studi Indeks Kemakmuran yang dilakukan oleh Intuit menyebutkan bahwa *soft saving* hadir pertama kali karena Generasi Z atau Zillennials adalah generasi yang mengutamakan pengalaman dibandingkan uang. “*Soft saving* adalah jawaban kehidupan lunak terhadap keuangan,” kata laporan itu, seperti dikutip CNBC Internasional, Selasa (24/10/2023).

Pengetahuan dan informasi pentingnya menabung dapat diperoleh melalui literasi keuangan atau *financial literacy* yang dapat diakses dari berbagai sumber. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengartikan literasi keuangan atau *financial literacy* adalah pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan keuangan masyarakat. Seperti yang diketahui bahwa Zillennials memiliki ciri yang paling menonjol yaitu ketergantungan terhadap teknologi digital. Sehingga kemungkinan untuk mendapatkan informasi terkait *financial literacy* sangatlah mudah. Hastuti, Rabihatun I, Ampa U (2021) melalui penelitian yang dilakukannya menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menabung.

Kehidupan yang santai bagi Zillennials merupakan gaya hidup atau *life style* yang mengutamakan kenyamanan dan rendah

stres, serta memprioritaskan pertumbuhan pribadi dan kesehatan mental. Menurut Rahel, et.al (2020), gaya hidup atau *life style* adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan melalui bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga membedakan statusnya dari orang lain dan lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Ketika *life style* seseorang semakin tinggi, maka semakin tinggi pula keperluan yang dibutuhkannya. Penelitian yang dilakukan oleh Assah dan Nurlailah (2022) menyatakan bahwa gaya hidup atau *life style* berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Adanya sifat yang cenderung senang mengikuti trend masa kini atau lebih sering dikenal dengan istilah *Fear Of Missing Out* (FOMO). Ketakutan akan ketinggalan suatu trend yang sedang “*booming*”, menjadi ketakutan tersendiri bagi masyarakat. Maraknya aksi promosi yang dilakukan perbankan dalam mengenalkan produknya dengan menggandeng *influencer* ataupun artis terkenal, dapat membuka pandangan atau persepsi tersendiri khususnya bagi Zillennials dalam meningkatkan minat menabungnya. Persepsi merupakan bagian dari faktor psikologis seseorang atau *Self-Psychology* yang dapat mendorong minat seseorang dalam menabung. Menurut P. Keller and Kotler (dalam Rahmawati, 2022) seorang pelanggan yang memiliki persepsi produk akan mudah untuk memilih dan memilah informasi terkait produk, mengelola

informasi baru dan bahkan menginterpretasikan informasi yang dimilikinya. Dengan demikian akan menjadi suatu hal yang sulit dalam meningkatkan minat menabung seseorang jika persepsi terhadap pengetahuan berbagai produk perbankan masih sangat rendah. Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *financial literacy*, *life style*, dan *self-psychology* terhadap minat menabung Zillennials?

METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan untuk mendapatkan hasil dalam penelitian ini ialah kuantitatif melalui pendekatan *explanatory survey*. Populasi dalam penelitian ini merupakan seluruh mahasiswa D4 Akuntansi, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Pontianak dengan sampel sebanyak 300 mahasiswa yang diambil berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin. Data diperoleh melalui penyebaran kuisioner, dokumentasi, dan studi kepustakaan yang kemudian dari hasil pengumpulan data yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner oleh sampel maka tahap selanjutnya yang dilakukan ialah pengujian hipotesis menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0 dengan pendekatan analisis *Partial Least Square Structural Equation Modelling* (PLS-SEM).

PLS-SEM mampu menganalisa persamaan regresi berganda secara bersamaan dan PLS-SEM memiliki beberapa teknik analisa statisik yang mampu digunakan pada model teoritis. PLS dapat menganalisis persamaan struktural berbasis varian secara

stimulan, sehingga dalam pengujian model pengukuran dan model struktural dapat diuji secara bersamaan. Model pengukuran (*outer model*) digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural (*inner model*) digunakan untuk uji kualitas (pengujian hipotesis yang telah ditetapkan).

A. Model Pengukuran (*Outer Model*)

1. Uji Validitas

Uji validitas berhubungan dengan ketepatan alat ukur untuk melakukan tugasnya mencapai sasarannya. Uji validitas dalam PLS dibagi ini dikelompokkan menjadi dua kelompok yaitu validitas konvergen dan validitas diskriminan. Dua uji validitas ini akan menunjukkan seberapa baik hasil yang diperoleh dari penggunaan pengukuran teori dalam mendefinisikan suatu konstruk.

- Validitas Konvergen

Menurut Ghazali dan Latan (2015), *convergent validity* berguna untuk mengukur besarnya *outer loading* dan *average variance extracted* (AVE) untuk setiap variabel laten. Nilai *outer loading* antara 0,5 - 0,6 sudah dianggap cukup untuk memenuhi syarat *convergent validity* dan untuk *average variance extracted* yang direkomendasikan yaitu $AVE > 0,5$

- Validitas Diskriminan

Menurut Ghazali dan Latan (2015), *discriminant validity* berguna untuk menilai apakah sebuah variabel memiliki nilai *discriminant validity* yang mencukupi. Untuk mengetahui

apakah nilai *discriminant validity* mencukupi yaitu dengan membandingkan korelasi indikator dengan konstruk yang dituju harus lebih besar jika dibandingkan dengan korelasi dengan konstruk lain. Untuk mengetahui nilai korelasi antar indikator dapat dilihat dengan nilai *fornell-lacker criterion*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan tingkatan suatu pengukur kestabilan dan kekonsistenan. Menurut Ghazali dan Latan (2015) uji reliabilitas dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji ini diperuntukkan menguji tingkat keandalan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Menurut Ghazali dan Latan (2015), *reliability* menandakan adanya konsistensi dari setiap indikator dalam variabel laten yang mengukur variabel tersebut. Nilai ketika variabel memiliki tingkat konsistensi yang baik dapat diukur dengan nilai *cronbach's alpha*, *composite reliability*, dan *rho_A* yang diterima adalah $> 0,7$.

B. Model Struktur (*Inner Model*)

Menurut Ghazali dan Latan (2015) model struktural digunakan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat dari setiap variabel laten, dengan cara melihat hasil *R-square* dan nilai signifikan dari model penelitian. Proses menilai model struktural dengan PLS, dimulai dengan melihat nilai *R-Square* untuk setiap variabel laten endogen sebagai kekuatan prediksi dari model

struktural. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel laten eksogen tertentu terhadap variabel laten endogen apakah memiliki pengaruh yang substantif. Semakin tinggi nilai *R-Square* menunjukkan semakin kuat pula model tersebut. Hasil dari PLS *R-Square* mempresentasi jumlah varian dari konstruk yang dijelaskan oleh model. Selanjutnya, untuk menganalisis pengaruh antar variabel dilakukan proses *bootstrapping* yang nantinya akan menghasilkan nilai signifikansi antar variabel laten. Rekomendasi Ghazali & Latan (2015) mengatakan bahwa *number of bootstrap samples* cukup sebesar 200-1000 untuk mengoreksi error pada PLS. Penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% (signifikansi level = 5%, *two tailed*) dengan t-tabel 1.65. Maka hipotesis diterima apabila nilai t-statistik lebih besar dari t-tabel.

Namun adanya PLS dapat menampilkan *p-value*. *P-value* digunakan untuk keputusan uji statistik dengan membandingkan *p-value* dengan *alpha* (α). *Alpha* atau α adalah batas kesalahan maksimal yang dijadikan patokan oleh penulis, nilai *alpha* yang kecil menunjukkan semakin ketatnya suatu data (data ideal). Pada penelitian ini menggunakan *alpha* sebesar 0.05 atau 5%, nilai ini menunjukkan tingkat keyakinan dari penulis bahwa tingkatan akurasi data yang dapat diterima adalah 95%. Sedangkan *p-value* menurut Ghazali & Latan (2015) menunjukkan seberapa ekstrim data yang kita temui di lapangan yang didapat peneliti dari hasil statistik (data aktual).

Apabila diperoleh nilai *p-value* $\leq 0,05$

($\alpha = 5\%$) maka dapat disimpulkan didukung, dan sebaliknya apabila lebih dari 0.05 maka disimpulkan tidak didukung. Jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah didukung, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh variabel laten terhadap variabel laten lainnya dan sebaliknya jika hasil pengujian pada model pengukuran adalah tidak didukung, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel laten terhadap variabel lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Deskripsi Data

Responden Penelitian ini diperoleh berdasarkan dari hasil jawaban responden yang telah menjawab kuesioner yang disebar. Adapun banyaknya responden yang melakukan pengisian kuisisioner pada penelitian ini adalah sebanyak 300 responden. Tabel berikut merupakan tabel yang menyajikan hasil demografi pada penelitian ini.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	N	%
Usia		
18	43	14%
19	87	29%
20	102	34%
21	35	12%
22	27	9%
23	6	2%
Jumlah	300	100%
Tingkat Uang Saku Perbulan		
< Rp 500.000	93	31%
Rp 500.000 - Rp 1.000.000	121	40%
Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	64	21%
> Rp 1.500.000	22	7%
Jumlah	300	100%
Persentase Pengeluaran dalam sebulan		
0-25%	82	27%
25% - 50%	174	58%
50% - 75%	26	9%
75% - 100%	18	6%
Jumlah	300	100%
Jenis Tabungan/Investasi yang dimiliki/diminati		
Tabungan	207	69%
Investasi	56	19%
Deposito	3	1%
Lain-lain	34	11%
Jumlah	300	100%

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari usia, responden yang terbanyak pada usia lebih dari 20 tahun dengan persentase sebesar 34% dan paling sedikit pada usia 23 tahun dengan persentase sebesar 2%. Kemudian dapat dilihat dari tingkat uang saku responden terbesar adalah kisaran Rp 500.000 - Rp 1.000.000. Selain itu, pengeluaran yang dikeluarkan responden untuk biaya konsumtif dalam sebulan tertinggi pada persentase 25%-50% yaitu sebesar 58%. Sedangkan untuk jenis tabungan atau investasi yang dimiliki atau diminati oleh responden adalah tabungan yaitu sebesar 69%.

1. Uji Outer Model

Pengujian outer model dilakukan untuk mengetahui kualitas data pada tiap-tiap variabel laten dengan indikator lainnya,

dengan melihat kecocokan model melalui uji: validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen

Uji Validitas Konvergen hasil output nilai *loading factor* dari setiap instrumen pada indikator variabel *Financial Literacy*, *Life Style*, *Self Psychology* dan Minat Menabung yang telah diolah menggunakan SmartPLS 3.0 sebagai berikut:

Tabel 2 Nilai Outer Loading Factor

	Financial Literacy (X1)	Life Style (X2)	Self Psychology (X3)	Minat Menabung (Y)
X1-1	0.684			
X1-2	0.749			
X1-3	0.625			
X1-4	0.599			
X1-5	0.731			
X1-6	0.732			
X1-7	0.608			
X1-8	0.611			
X2-1		0.688		
X2-2		0.692		
X2-3		0.628		
X2-4		0.045		
X2-5		0.672		
X2-6		0.657		
X2-7		0.825		
X2-8		0.846		
X3-1			0.539	
X3-2			0.624	
X3-3			0.661	
X3-4			0.747	
X3-5			0.725	
X3-6			0.745	
X3-7			0.678	
X3-8			0.724	
Y-1				0.786
Y-10				0.788
Y-2				0.716
Y-3				0.680
Y-4				0.629
Y-5				0.675
Y-6				0.547
Y-7				0.509
Y-8				0.669
Y-9				0.805

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel menjelaskan bahwa secara keseluruhan nilai *loading factor* lebih besar dari 0.5 sehingga konstruk untuk semua variabel dinyatakan valid. Selain itu Uji Validitas Konvergen dapat dilihat dari Hasil output nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dari setiap instrumen pada indikator variabel *Financial Literacy*, *Life*

Style, Self Psychology dan Minat Menabung yang telah diolah menggunakan SmartPLS 3.0 sebagai berikut:

Tabel 3 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Financial Literacy (X1)	0.649
Life Style (X2)	0.521
Self Psychology (X3)	0.667
Minat Menabung (Y)	0.649

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Nilai yang terlihat dalam pengujian ini adalah nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dimana nilainya lebih besar dari 0,50 sehingga dapat dinyatakan valid.

2. Validitas Diskriminan

Pengujian validitas diskriminan menggunakan nilai *Fornell-Lacker Criterion*, berikut hasil dari nilai *Fornell-Lacker Criterion* menggunakan SmartPLS 3.0:

Tabel 4 Fornell-Lacker Criterion

	Financial Literacy (X1)	Life Style (X2)	Self Psychology (X3)	Minat Menabung (Y)
Financial Literacy (X1)	0.670			
Life Style (X2)	0.583	0.705		
Self Psychology (X3)	0.556	0.554	0.711	
Minat Menabung (Y)	0.449	0.625	0.683	0.670

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Nilai *Fornell-Lacker Criterion* dapat dinyatakan valid jika nilai *Fornell-lacker* lebih tinggi dari korelasi antar setiap konstruk laten. Dari tabel di atas dapat diuraikan bahwa seluruh variabel mempunyai nilai lebih besar dari korelasi antar setiap konstruk laten.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reabilitas dilakukan guna memahami apakah variabel yang digunakan dalam penelitian ini sudah reliabel atau tidak. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha, composite reliability* dan

rho_A. Berikut merupakan hasil pengujian reabilitas menggunakan SmartPLS 3.0.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Financial Literacy (X1)	0.824	0.833	0.866
Life Style (X2)	0.708	0.805	0.722
Self Psychology (X3)	0.837	0.847	0.874
Minat Menabung (Y)	0.861	0.883	0.888

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Dari tabel di atas hasil nilai *Cronbach's Alpha, composite reliability* dan *rho_A* yang diperoleh menunjukkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dikarenakan mempunyai nilai lebih dari 0.70.

2. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji Koefisien Determinasi (*R Square*) Model struktural dievaluasi dengan menggunakan hasil *R-square* untuk mengetahui seberapa jauh konstruk eksogen dalam menjelaskan konstruk endogen. Berikut hasil nilai *R Square* dengan SmartPLS 3.0 :

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

	R Square	R Square Adjusted
Minat Menabung (Y)	0.607	0.603

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2024)

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa hasil nilai *R Square* Minat Menabung yaitu 0,607 atau 60,7%, yang artinya *Financial Literacy, Life Style* dan *Self Psychology* dapat menjelaskan atau mempunyai pengaruh terhadap Minat Menabung dengan tingkat 60,7% sedangkan 39,3% sisanya merupakan pengaruh dari variabel independen lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan dasar nilai pada *path coefficient* dan T-Statistik untuk mencari tingkat signifikansinya. Nilai *path coefficient* menunjukkan hubungan positif atau negatif dari variabel yang dihipotesiskan. Berikut hasil pengujian yang telah dilakukan:

Tabel 7 Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien Jalur	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Keterangan
H ₁	FL > MM	0.200	4.217	0.000	Signifikan
H ₂	LS > MM	0.291	5.026	0.000	Signifikan
H ₃	SP > MM	0.409	8.346	0.000	Signifikan

Sumber : Data Olahan SmartPLS 3.0 (2022)

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan nilai *original sample* yang diartikan sebagai koefisien pengaruh antar variabel. Selanjutnya untuk mengetahui diterima atau tidaknya hipotesa dapat melihat nilai *p-value*, jika nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 maka hipotesa tersebut dapat diterima. Signifikansi hubungan antar variabel, dapat melihat nilai *T-Statistics*. Menurut Ghozali dan Latan (2015) apabila nilai *TStatistics* > *T-Tabel* maka hasilnya signifikan.

Nilai *T-Tabel* pada penelitian ini adalah sebesar 1,65 dengan menggunakan signifikansi level 5% atau tingkat kepercayaan sebesar 95%. Hasil uji *Path Coefficients* pada penelitian ini menunjukkan bahwa dari tiga hipotesa, terdapat dua hipotesa yang memenuhi kriteria nilai *TStatistics* > *T-Tabel*.

Pembahasan

1. *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials

Berdasarkan hasil uji *path coefficients* dimana *original sample Financial Literacy* terhadap Minat Menabung Zillennials memiliki nilai 0,200 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials. Artinya, pengetahuan dan informasi pentingnya menabung yang diperoleh melalui literasi keuangan yang dapat diakses oleh Zillennials dari berbagai sumber dapat meningkatkan minat Zillennials untuk menyisihkan uang yang dimiliki dengan tujuan menabung. Alasan ini diperkuat dengan hasil olah kuesioner, dimana sebanyak 58% responden menyatakan persentase uang yang disisihkan oleh Zillennials untuk ditabung adalah sebesar 25%-50%.

2. *Life Style* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials

Berdasarkan hasil uji *path coefficients* dimana *original sample Life Style* terhadap Minat Menabung Zillennials memiliki nilai 0,291 dan nilai *p-value* sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa *Life Style* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials. Artinya, gaya hidup Zillennials di lingkungan Jurusan Akuntansi Pontianak yang dicerminkan dari aktivitas, ketertarikan dan pendapat tentang diri mereka ataupun dunia luar mengedepankan *life style* yang positif atau bisa dikatakan gaya hidup yang baik.

Hal ini menunjukkan bahwa aktifitas Zillennials dalam menghabiskan waktu dilakukan secara positif tanpa perlu

menghabiskan uang untuk hal konsumtif dengan uang saku yang dimiliki tetap menerapkan kebiasaan untuk menabung. Alasan ini diperkuat dengan hasil olah kuesioner, dimana 40% responden dengan uang saku sebesar Rp 500.000 - Rp 1.000.000 tetap dapat menyisihkan uang untuk menabung selain memenuhi kebutuhan.

3. *Self Psychology* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials

Berdasarkan hasil uji *path coefficients* dimana *original sample Self Pscyhology* terhadap Minat Menabung Zillennials memiliki nilai 0,409 dan nilai p-value sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi 5%. Hasil ini menunjukkan bahwa *Self Pscyhology* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials. Artinya, psikologis seseorang mendorong minat seseorang dalam menabung. *Self Pscyhology* yang dicerminkan pada persepsi diri dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam mengatur keuangan menunjukkan bahwa persepsi Zillennials terhadap produk tabungan sudah sangat baik. Alasan ini diperkuat dengan hasil olah kuesioner, dimana 69% menyisihkan uangnya untuk disimpan dalam bentuk tabungan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini yaitu :

1. *Financial literacy* berpengaruh terhadap minat menabung zillennials. Artinya, pengetahuan dan informasi pentingnya menabung yang diperoleh melalui literasi

keuangan yang dapat diakses oleh Zillennials dari berbagai sumber dapat meningkatkan minat Zillennials untuk menyisihkan uang yang dimiliki dengan tujuan menabung.

2. *Life style* berpengaruh terhadap minat menabung zillennials. Artinya, gaya hidup zillennials pada program studi D4 Akuntansi Politeknik Negeri Pontianak yang dicerminkan dari aktivitas, ketertarikan dan pendapat tentang diri mereka ataupun dunia luar mengedepankan *life style* yang positif atau bisa dikatakan gaya hidup yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa aktifitas Zillennials dalam menghabiskan waktu dilakukan secara positif tanpa perlu menghabiskan uang untuk hal konsumtif dengan uang saku yang dimiliki tetap menerapkan kebiasaan untuk menabung.
3. *Self Psychology* berpengaruh terhadap Minat Menabung Zillennials. *Self Pscyhology* yang dicerminkan pada persepsi diri dalam pengambilan keputusan yang tepat dalam mengatur keuangan menunjukkan bahwa persepsi Zillennials terhadap produk tabungan sudah sangat baik.

Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan yang didapatkan pada penelitian ini maka saran yang dapat diberikan, antara lain :

1. Diharapkan melalui penelitian ini semakin meningkatkan pengetahuan akan pentingnya menabung terutama bagi Zillennials yang biasanya dikenal dengan sifat yang lebih menerapkan "*soft saving*"

yaitu menyisihkan lebih sedikit pendapatan untuk masa depan dan menggunakan lebih banyak uang untuk saat ini. Hal ini tentunya berguna karena dengan tabungan yang dimiliki, tidak menutup kemungkinan agar Zillennials terhindar dari fenomena kini yaitu terjatuh lingkaran “pinjol” (pinjaman online) untuk memenuhi kebutuhannya yang kemungkinan dapat mengakibatkan masalah dikemudian hari.

2. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan sampel yang digunakan dalam penelitian yang serupa, semisalnya Zillennials yang berasal dari berbagai Politeknik Negeri se-Kalimantan Barat atau dapat pula menambah variabel bebas yang pada penelitian ini terbagi atas 3 yaitu *financial literacy*, *life style*, dan *self Psychology*, dengan variabel lainnya yang dapat dijadikan faktor pendukung bagi kaum zillennials dalam meningkatkan minat menabung. Hal ini mengingat bahwa zillennials yang sarat akan “*soft saving*”

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, T., 2011, Populasi Dan Sampel Penelitian 4: Ukuran Sampel Rumus Slovin, Erlangga, Jakarta.
- Andespa Roni. 2017. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Menabung di Bank Syariah, Al Masraf. Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan-Volume 2. Nomor 1, Januari-Juni 2017, 48.
- Assah Dion Nazaret, Nurlailah. 2022. Pengaruh Uang saku dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung (Studi Pada Siswa Bala Keselamatan Kalawara. Jurnal Kolaboratif Sains-Vol. 5, No. 6:Juni 2022:333-342.
- [CNBC Indonesia]. 2023. Mengenal Soft Saving, Nabung Dana Pensiun Ala Gen Z [internet]. Tersedia pada www.cnbcindonesia.com. Diakses 28 Februari 2024.
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015) Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hastuti, Rabihatun I, Ampa Ulleng. 2021. Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Pendidikan Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Rakyat Indonesia di Kecamatan Bontoramba Kabupaten Jeneponto. Jurnal Of Management-Vol 4, No 3.
- [OJK]. Otoritas Jasa Keuangan. 2022. Literasi Keuangan [internet]. Tersedia pada <https://ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx>. Diakses 28 Februari 2024.
- Rahel, et.al. 2020. Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas SAM Ratulagi. Jurnal Holistik: 1-14.
- Rahmawati Sulis. 2022. Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Terhadap

Minat Menabung Di Bank Syariah Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada mahasiswa Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Malang 2020 dan 2021. Tersedia pada <http://etheses.uin-malang.ac.id/44732/1/200504210012.pdf>. Diakses 28 Februari 2024.

Razi Safwan, et. Al. 2023. Pengaruh Literasi Keuangan, Uang Saku, dan Gaya Hidup Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN. Jurnal Edukasi Ekonomi:1-9.

Sugiyono. (2018).Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabet.

Tiyas Arfin Suryaning. 2021. Pengaruh Motivasi Menabung dan Pengetahuan Tentang Produk Perbankan Terhadap Minat Menabung di Bank Syariah Indonesia KCP MT. Haryono Magetan (Studi Pada Masyarakat Desa Setren Bendo Magetan) [*internet*]. Tersedia pada <https://etheses.iainponorogo.ac.id/16204/1/REVISI%20AFRIN%20S%20TIYAS.pdf>. Diakses 2 Maret 2024.