



Pengaruh Religiusitas, Budaya, Literasi Keuangan dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Menabung Gen Z

Dai Dito Domas^{1*}, Trias Setyowati², Ira Puspitadewi Samsuryaningrum³

daidito1947@gmail.com^{1*}, trias@unmuhjember.ac.id², irapuspita@unmuhjember.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen

^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Jember

Received: 27 04 2025. Revised: 17 05 2025. Accepted: 28 05 2025.

Abstract : This study examines the influence of religiosity, culture, financial literacy, and social environment on the savings behavior of generation Z, with a case study of high school students in Ambulu District. This study is motivated by the high level of consumptiveness in generation Z, which affects savings habits. Data from the Katadata Insight Center (KIC) shows that most generation Z rarely save or separate savings from daily expenses. Based on the Theory of Planned Behavior, this quantitative study collected data through questionnaires distributed to 100 high school students. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the impact of independent variables on savings behavior. The findings show that the level of religiosity, culture, financial literacy, and social context have a significant influence on savings behavior. Religiosity forms financial discipline and responsibility; culture encourages thrift and planning; financial literacy helps decision making; and a supportive social environment encourages interest in saving. This model is able to explain 73.4% of the variation in savings behavior, while the remaining 26.6% is influenced by other factors outside the model, such as personal motivation, education, economic conditions, or other external influences.

Keywords : Religiosity, Culture, Financial Literacy, Social Environment, Savings behavior.

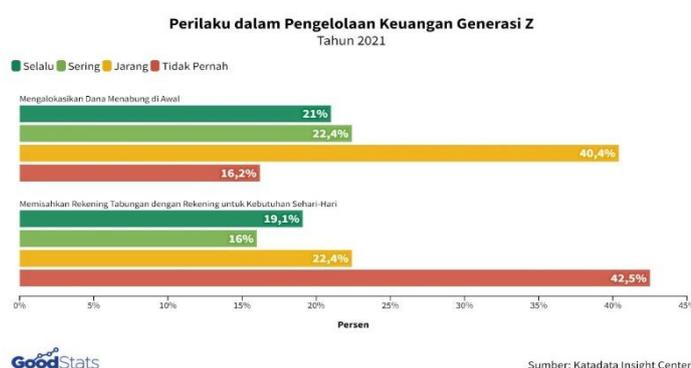
Abstrak : Penelitian ini mengkaji pengaruh religiusitas, budaya, literasi keuangan, dan lingkungan sosial terhadap perilaku menabung generasi Z, dengan studi kasus pada siswa SMA di Kecamatan Ambulu. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat konsumtif yang tinggi pada generasi Z, yang memengaruhi kebiasaan menabung. Data dari Katadata Insight Center (KIC) menunjukkan bahwa sebagian besar generasi Z jarang menabung atau memisahkan tabungan dari pengeluaran harian. Berdasarkan *Theory of Planned Behavior*, penelitian kuantitatif ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 siswa SMA. Analisis data dilaksanakan dengan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji dampak variabel independen terhadap perilaku menabung. Temuan menunjukkan bahwa tingkat religiusitas, budaya, literasi keuangan, dan konteks sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung. Religiusitas membentuk disiplin dan tanggung jawab keuangan; budaya mendorong sikap hemat dan perencanaan; literasi keuangan membantu pengambilan keputusan; dan lingkungan sosial yang mendukung

mendorong minat menabung. Model ini mampu menjelaskan 73,4% variasi perilaku menabung, sedangkan sisanya sebesar 26,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model, seperti motivasi pribadi, pendidikan, kondisi ekonomi, atau pengaruh eksternal lainnya.

Kata Kunci : Religiusitas, Budaya, Literasi Keuangan, Lingkungan Sosial Perilaku menabung.

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang saat ini menduduki posisi sebagai generasi muda, memiliki peran penting dalam membentuk arah perekonomian suatu negara. Dengan jumlah yang besar dan daya beli yang terus meningkat, mereka menjadi kekuatan ekonomi baru yang perlu diperhatikan. Seiring perkembangan zaman, generasi ini dituntut untuk mandiri secara finansial dan mampu mengatur keuangan pribadi dengan bijak agar dapat menghadapi berbagai tantangan ekonomi di masa depan. Meskipun demikian, tidak semua individu dalam generasi Z memiliki kebiasaan finansial yang sehat, seperti menabung secara rutin setiap bulan. Salah satu faktor penyebabnya adalah kecenderungan mereka yang cenderung konsumtif, terutama terhadap produk-produk yang sedang tren atau viral.



Gambar 1. Perilaku dalam mengelola keuangan Generasi Z

Gambar 1. menunjukkan perilaku dalam pengelolaan keuangan, berdasarkan hasil survei KIC, total 56,6 persen responden generasi Z jarang bahkan tidak pernah menyisihkan dana menabung di awal saat menerima penghasilan dan 64,9 persen responden generasi Z jarang bahkan tidak pernah memisahkan rekening tabungan dengan rekening untuk kebutuhan sehari-hari. Terungkap alasan utama memburuknya kondisi keuangan masyarakat ialah karena pendapatan usaha menurun dengan persentase sebesar 36,4 persen pada generasi Z. Alasan berikutnya ialah terkena pemutusan hubungan kerja (PHK) dengan persentase sebesar 16,8 persen pada generasi Z. Mayoritas generasi Z lebih banyak mengalokasikan keuangan untuk membeli barang yang dibutuhkan dibandingkan mengalokasikan dana khusus untuk pengeluaran tetap atau wajib dengan persentase sebesar 46,2 persen.

Beberapa alasan lainnya yang menyebabkan kondisi keuangan memburuk di antaranya pengeluaran kesehatan bertambah, terkena pemotongan gaji, investasi merugi, dan alasan lainnya. Pembangunan suatu negara dapat dianggap berhasil apabila mampu mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil. Berdasarkan data dari Bank Indonesia (bi.go.id, 2024), Indonesia telah menunjukkan tren pertumbuhan ekonomi yang stabil dari tahun ke tahun, meskipun persentasenya belum terlalu tinggi. Stabilitas pertumbuhan ekonomi ini memberikan dampak positif bagi masyarakat, terutama dalam hal peningkatan kesejahteraan. Untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang lebih baik, pertumbuhan ekonomi perlu terus didorong. Salah satu faktor yang dapat berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi adalah perilaku menabung. Berlaku sebaliknya yaitu tingkat kesejahteraan menjadi menurun dipengaruhi dengan gaya hidup.

Gaya hidup ini dapat menyulitkan mereka dalam mengatur prioritas keuangan dan menunda keinginan demi kebutuhan jangka panjang. Jika tidak diimbangi dengan literasi keuangan yang baik, kondisi ini bisa berdampak negatif terhadap kestabilan finansial pribadi maupun ekonomi secara lebih luas (Alysa *et al.*, 2023). Oleh karena itu, setiap individu perlu memiliki kemampuan dalam menyusun, mengatur, dan mengelola keuangan secara bijak dengan menyesuaikan jumlah uang yang diterima, misalnya dari orang tua, dengan kebutuhan pengeluaran sehari-hari serta alokasi untuk tabungan. Pengelolaan keuangan ini mencakup perencanaan keuangan jangka panjang yang bertujuan untuk masa depan, salah satunya melalui kegiatan menabung. Menyisihkan sebagian pendapatan untuk ditabung merupakan bentuk dari perilaku menabung yang penting dibiasakan sejak dini, karena tidak hanya membantu dalam menghadapi kebutuhan mendesak, tetapi juga membentuk fondasi kemandirian finansial di masa depan. (Lubis & Hanayani, 2022)

Pengelolaan keuangan dapat berupa perencanaan keuangan untuk jangka panjang dimasa depan seperti menabung. Menurut Reszad dan Purwanto (2021), Perilaku menabung merupakan aktivitas biasa yang dilakukan oleh seseorang untuk mengalokasikan sebagian dari pendapatannya guna disimpan dengan harapan memenuhi keinginan atau kebutuhan di masa mendatang. Sehubungan dengan hal ini, sangat jelas bahwa memiliki kebiasaan menabung itu sangat krusial. Dengan mempraktikkan perilaku menabung sejak usia muda, kebiasaan baik ini akan terus terbawa hingga mereka dewasa. Cara paling sederhana yang dapat dilakukan adalah menabung secara pribadi, seperti melalui celengan atau membuka buku tabungan sendiri, karena cara ini mudah dan dapat dilakukan kapan saja. Perilaku menabung juga mencerminkan sikap positif, karena secara tidak langsung melatih seseorang untuk mampu menahan diri dari

keinginan berlebihan serta menumbuhkan sikap jujur dan disiplin dalam mengelola keuangan. (Saputri *et al.*, 2024).

Salah satu faktor yang memengaruhi perilaku menabung adalah religiusitas. Religiusitas tidak hanya berkaitan dengan aktivitas ibadah, tetapi juga tercermin dalam perilaku sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan finansial. Religiusitas menggambarkan bagaimana seseorang bertingkah laku, baik atau buruk, yang kemudian diarahkan oleh ajaran-ajaran agama yang dianut. Seseorang yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral dan etika yang diajarkan oleh agamanya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa agama dapat menjadi salah satu penentu dalam perilaku menabung dan berinvestasi karena berhubungan erat dengan nilai-nilai, kebiasaan, dan sikap individu dalam mengelola keuangan. (Rahmadani *et al.*, 2021).

Religiusitas adalah suatu aktivitas spiritual yang terkait dengan norma-norma, kepercayaan, dan aturan yang ada (Saputri *et al.*, 2024). Menurut Mardiana *et al.* (2021) religiusitas merupakan cerminan dari sikap hidup seseorang yang dilandasi oleh nilai-nilai keimanan yang diyakini. Dalam konteks Islam, religiusitas tercermin melalui pelaksanaan ajaran agama secara menyeluruh (kaffah), sebagaimana yang diajarkan dalam syariat Islam. Dengan demikian, religiusitas dapat diartikan sebagai tingkat kedalaman spiritual dan kesadaran seseorang terhadap keberadaan Tuhan, yang ditunjukkan melalui ketaatan menjalankan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya, dilakukan dengan penuh keikhlasan serta keterlibatan hati, jiwa, dan raga.

Faktor lain yang memengaruhi seseorang dalam perilaku menabung adalah faktor kebudayaan. Secara keseluruhan, alasan yang memengaruhi individu untuk melakukan tabungan mencakup aspek budaya, sosial, individu, dan mental. Dalam hal budaya, seorang anak yang sedang dalam masa pertumbuhan mendapat serangkaian nilai, pandangan, pilihan, dan sikap melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga sosial penting lainnya. Nilai-nilai budaya ini kemudian membentuk cara pandang individu terhadap pentingnya menabung. Sementara itu, dalam faktor pribadi, keputusan seseorang untuk menabung sangat dipengaruhi oleh kondisi dan karakteristik pribadinya masing-masing, seperti tingkat pendapatan, gaya hidup, tujuan keuangan, serta tingkat kesadaran dan disiplin dalam mengelola keuangan (Nugroho J, 2020).

Perilaku pelanggan dalam menabung juga dipengaruhi oleh aspek pribadi, yang meliputi usia, kondisi ekonomi, cara hidup, dan sifat diri (Siboro, 2021). Menurut Supiani *et al.* (2021) Budaya (*culture*) dapat diartikan sebagai pola hidup yang berkembang dalam suatu komunitas

dan diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Budaya mencakup berbagai aspek kompleks seperti sistem kepercayaan, struktur politik, tradisi, bahasa, dan norma sosial lainnya. Sebagai fondasi utama dalam membentuk preferensi dan perilaku individu, budaya memiliki pengaruh besar terhadap cara seseorang bertindak dan membuat keputusan, termasuk dalam konteks konsumsi. Perilaku konsumen terbentuk melalui proses pembelajaran sosial yang berlangsung dalam lingkungan budaya tertentu. Karena budaya bersifat dinamis, pengaruhnya terhadap perilaku manusia juga terus mengalami perubahan seiring dengan kemajuan waktu dan perubahan sosial dalam masyarakat.

Selain itu, Literasi keuangan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung. Individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang tinggi diasumsikan memiliki perilaku menabung yang lebih baik, serta mampu mengelola kebiasaan belanja secara lebih bijak. Hal ini disebabkan oleh kemampuan individu tersebut dalam memahami konsep dasar keuangan, seperti pengelolaan pendapatan, pengeluaran, perencanaan anggaran, serta pentingnya menabung dan berinvestasi. Dengan literasi keuangan yang baik, pribadi cenderung membuat keputusan yang lebih efektif dan rasional dalam mengatur keuangan pribadinya (Prasad *et al.*, 2020). Masalah finansial dapat diatasi dengan pengetahuan tentang keuangan. Sering kali, individu dihadapkan pada pilihan sulit yang memaksa mereka untuk mengorbankan satu kepentingan demi yang lain. Dengan pemahaman keuangan yang baik, tentunya seseorang dapat mengatur keuangannya dengan lebih baik. Timbulnya masalah finansial tidak hanya disebabkan oleh kurangnya pendapatan, tetapi juga bisa muncul akibat kesalahan dalam menyusun anggaran dan kurangnya perencanaan keuangan yang matang. (Rikayanti & Listiadi, 2020).

Menurut Latifiana (2022) Literasi keuangan merupakan kemampuan yang membantu individu memahami cara mengelola keuangan secara efektif, serta memanfaatkan peluang finansial untuk mencapai kesejahteraan di masa depan. Literasi keuangan adalah kemampuan seseorang dalam memahami dan mengelola keuangan secara efektif. Ini mencakup pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dibutuhkan untuk membuat keputusan keuangan yang bijak. Dengan kata lain, literasi keuangan berfungsi sebagai alat penting yang perlu dikembangkan oleh setiap individu, terutama jika ingin membangun sumber pendapatan pasif (*passive income*) yang dapat melampaui pendapatan aktif (*active income*). Pendapatan pasif (*passive income*) adalah pendapatan yang diperoleh secara berkelanjutan dengan sedikit atau tanpa keterlibatan aktif secara terus-menerus setelah sistem atau sumber penghasil uang tersebut dibangun. Dengan kata lain, tidak perlu bekerja setiap hari untuk mendapatkan uang

setelah usaha awal dilakukan, penghasilan bisa terus mengalir secara otomatis atau dengan sedikit pemeliharaan. Pendapatan aktif (active income) adalah penghasilan yang kamu peroleh dengan menukarkan waktu, tenaga, atau keahlian secara langsung. Untuk mendapatkan pendapatan ini, kamu harus terlibat secara aktif, dan biasanya dibayar berdasarkan jam kerja, proyek, atau hasil pekerjaan tertentu.

Pemahaman yang baik tentang konsep keuangan memungkinkan seseorang membuat keputusan yang bijak, merencanakan masa depan dengan lebih matang, dan mencapai kemandirian finansial. Faktor selanjutnya yang mempengaruhi perilaku menabung siswa adalah lingkungan sosial. Lingkungan sosial menjadi faktor penting dalam membentuk minat dan preferensi individu, khususnya dalam pengambilan keputusan finansial seperti menabung. Interaksi dengan keluarga, masyarakat, dan lingkungan kerja memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara seseorang menentukan pilihannya (Aulia, 2020). Faktor lingkungan mencakup berbagai elemen dalam kehidupan sehari-hari, mulai dari keluarga, institusi pendidikan seperti sekolah dan kampus, hingga komunitas sosial tempat individu beraktivitas (Ramadhani et al., 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif. Sesuai dengan pendapat Sugiyono (2016), metode kuantitatif merupakan cara penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan cara menghimpun data menggunakan alat penelitian yang telah distandarisasi. Data yang didapatkan selanjutnya dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya. Populasi adalah seluruh kelompok atau keseluruhan objek yang menjadi fokus penelitian. Populasi bisa berupa orang, hewan, benda, atau peristiwa yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi merujuk pada keseluruhan area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan sifat dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis. Dari populasi inilah kesimpulan penelitian kemudian ditarik (Sugiyono, 2021).

Maka berdasarkan uraian sebelumnya, populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh siswa SMA di Kecamatan Ambulu sebanyak 2.524 siswa dari setiap kelas X, XI, dan XII. Menurut Sugiyono (2018), Sampel adalah **bagian dari populasi** yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Tujuannya adalah untuk menghemat waktu, biaya, dan tenaga tanpa harus meneliti seluruh populasi. Sementara itu, ukuran sampel adalah proses untuk menetapkan seberapa besar sampel yang akan diambil dalam sebuah penelitian. Karena

populasi yang besar seringkali tidak memungkinkan peneliti untuk mempelajari seluruh anggota populasi secara langsung akibat keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka pengambilan sampel yang representatif menjadi sangat penting untuk mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian. Sampel yang dipakai penelitian ini sebanyak 100 responden siswa SMA di Kecamatan Ambulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah pertanyaan dianggap valid jika nilai korelasi antara skor butir dengan skor total bersifat positif, dengan tingkat signifikansi 5% dan nilai korelasi lebih besar dari rtabel (Sugiyono, 2018). Dalam uji validitas, keputusan diambil berdasarkan aturan berikut: jika nilai r bersifat positif dan melebihi rtabel, maka item pertanyaan tersebut dianggap sah. Sebaliknya, apabila nilai r bersifat negatif atau kurang dari rtabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak sah. Menurut Sugiyono, (2019) Penelitian yang reliabel, jika adanya kesamaan data dengan waktu yang berbeda. Cara untuk mengukur apakah suatu instrumen reliabel adalah melihat nilai *Cronbach Alpha* dari setiap variabel. Jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 dapat dikatakan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,824	0,6	Reliabel
Budaya (X2)	0,802	0,6	Reliabel
Literasi Keuangan (X3)	0,868	0,6	Reliabel
Lingkungan Sosial (X4)	0,857	0,6	Reliabel
Perilaku Menabung (Y)	0,748	0,6	Reliabel

Tabel 1. ini menyajikan hasil uji validitas dari variabel Perilaku Menabung (Y1) berdasarkan empat item pertanyaan (Religiusitas (X1), Budaya (X2), Literasi keuangan (X3), Lingkungan sosial (X4). Setiap item diuji dengan koefisien korelasi (r -hitung) yang dibandingkan dengan nilai r -tabel sebesar 0.179 untuk sampel berjumlah 100 dengan tingkat signifikansi 5%. Hasilnya menunjukkan bahwa semua item memiliki nilai korelasi lebih tinggi dari nilai batas minimum validitas (r -tabel), yaitu berkisar antara 0.791 hingga 0.874. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan dinyatakan VALID, yang berarti bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut memiliki keakuratan dan relevansi dalam mengukur aspek perilaku

menabung dalam penelitian ini. Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menguji dan memastikan apakah ada keterkaitan yang kuat atau sempurna antara variabel bebas dalam sebuah model regresi. Jika nilai VIF melebihi 0,01, maka ini menunjukkan bahwa multikolinearitas tidak terjadi (Ghozali, 2018).

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	<i>Unstandardized</i>		<i>Standardized</i>	t	Sig
	<i>Coefficients</i>		<i>Coefficients</i>		
	B	Std error	Beta		
<i>(constant)</i>	2,708	1,023		2,648	0,009
Religiusitas (X1)	0,171	0,040	0,260	4,229	0,000
Budaya (X2)	0,162	0,032	0,304	5,117	0,000
Literasi Keuangan (X3)	0,306	0,043	0,437	7,105	0,000
Lingkungan Sosial (X4)	0,271	0,062	0,233	4,343	0,000

Berdasarkan tabel 2. hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel diatas, diperoleh model regresi sebagai berikut: $Y = 2,708 + 0,171X_1 + 0,162X_2 + 0,306X_3 + 0,271X_4$. 2,708 adalah konstanta (nilai Y ketika semua variabel independen bernilai nol). 0,171 adalah koefisien regresi untuk variabel religiusitas (X1). Ini berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam religiusitas (X1), dengan variabel lain dianggap konstan, akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,171 unit dalam perilaku menabung (Y). 0,162 adalah koefisien regresi untuk variabel budaya (X2). Ini berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam budaya (X2), dengan variabel lain dianggap konstan, akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,162 unit dalam perilaku menabung (Y). 0,306 adalah koefisien regresi untuk variabel literasi keuangan (X3) Ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit pada literasi keuangan (X3), dengan variabel lainnya dianggap tetap, akan berakibat pada peningkatan sebesar 0,306 unit dalam perilaku menabung (Y). 0,271 adalah koefisien regresi untuk variabel lingkungan sosial (X4). Ini berarti bahwa setiap kenaikan satu unit dalam lingkungan sosial (X4), dengan variabel lain dianggap konstan, akan menyebabkan kenaikan sebesar 0,271 unit dalam perilaku menabung (Y).

Tabel ini menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda, yang menguji pengaruh Empat variabel independen (Religiusitas (X1), Budaya (X2), Literasi keuangan (X3), Lingkungan sosial (X4) terhadap variabel dependen. Dalam tabel ini, terdapat koefisien regresi (B), standard error, koefisien beta, nilai t, dan signifikansi (Sig) untuk masing-masing variabel.

Hasil dari analisis regresi menunjukkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai Sig yang mencapai 0.000, yang mengindikasikan bahwa setiap variabel berperan penting terhadap variabel terikat. Nilai *B* menunjukkan besaran pengaruh masing-masing variabel, di mana Literasi keuangan (X3) memiliki pengaruh terbesar ($B = 0.306$) dibandingkan variabel lain. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa keempat variabel independen memiliki kontribusi signifikan dalam model regresi, dengan Literasi keuangan (X3) sebagai faktor dominan yang paling mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Religiusitas	0,923	1.349
Budaya	0,951	1.264
Literasi Keuangan	0,918	1.352
Lingkungan Sosial	0,943	1.033

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas yang ditampilkan pada Tabel 4.8, seluruh variabel independen yaitu (Religiusitas (X1), Budaya (X2), Literasi keuangan (X3), Lingkungan sosial (X4) memiliki nilai Tolerance di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas di antara variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu, tiap variabel independen tidak menunjukkan hubungan linear yang signifikan antara satu sama lain, sehingga dapat digunakan bersamaan dalam model regresi tanpa menyebabkan perubahan pada hasil analisis. Oleh karena itu, model regresi yang dibangun dinyatakan memenuhi asumsi tidak adanya multikolinieritas.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis (t-parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	std error	Beta		
1 (constant)	2,708	1,023		2,648	0,009
Religiusitas (X1)	0,171	0,040	0,260	4,229	0,000
Budaya (X2)	0,162	0,032	0,304	5,117	0,000
Literasi keuangan (X3)	0,306	0,043	0,437	7,105	0,000

Lingkungan sosial(X4)	0,271	0,062	0,233	4,343	0,000
-----------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Tabel ini menunjukkan hasil uji hipotesis parsial t-test dalam analisis regresi linier berganda, yang mengevaluasi pengaruh variabel independen (Religiusitas (X1), Budaya (X2), Literasi keuangan (X3), Lingkungan sosial (X4) terhadap variabel dependen. Hasil regresi menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan dengan nilai Sig < 0.05, menandakan bahwa setiap variabel berkontribusi secara signifikan dalam model penelitian. Nilai B terbesar terdapat pada X3 (0.306), yang berarti variabel ini memiliki pengaruh paling kuat terhadap variabel dependen dibandingkan variabel lainnya. Dengan demikian, hasil ini mengonfirmasi bahwa keempat variabel memiliki peran penting dalam menentukan perubahan pada variabel dependen dalam penelitian ini.

Nilai t hitung untuk variabel X1 adalah 4,229. Nilai signifikansi (p-value) yang diperoleh adalah 0,000. Karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari batas signifikansi yang umum digunakan (misalnya, $\alpha=0,05$), maka kita menolak hipotesis nol. Ini berarti bahwa secara statistik, variabel religiusitas (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung, dengan variabel independen lainnya dianggap konstan. Arah pengaruhnya positif, seperti yang ditunjukkan oleh koefisien regresi yang tidak distandardisasi (B) sebesar 0,171. Nilai t hitung untuk variabel X2 adalah 5,117. Nilai signifikansi (p-value) adalah 0,000. Sama seperti X1, karena nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, kita menolak hipotesis nol. Ini menunjukkan bahwa variabel budaya (X2) secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung, ketika variabel independen lainnya dikontrol. Pengaruhnya juga positif, dengan koefisien regresi yang tidak distandardisasi (B) sebesar 0,162.

Nilai t yang diperoleh untuk variabel X3 adalah 7,105. Angka signifikansi (p-value) tercatat sebesar 0,000. Mengingat nilai signifikansi ini (0,000) lebih rendah dari 0,05, kita menolak hipotesis nol. Temuan ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X3) memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap perilaku menabung, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya tetap konstan. Pengaruh tersebut bersifat positif dengan koefisien regresi yang tidak distandardisasi (B) mencapai 0,306. Nilai t tertinggi di antara variabel independen yang lain menunjukkan bahwa literasi keuangan (X3) memiliki peran yang lebih besar dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai t yang diperoleh untuk variabel X4 adalah 4,343. Nilai p (signifikansi) tercatat sebesar 0,000. Sekali lagi, karena nilai signifikansi (0,000) lebih rendah dari 0,05, kita menolak hipotesis nol. Artinya, variabel sosial lingkungan (X4) memiliki dampak yang signifikan secara statistik terhadap perilaku

menabung, setelah mengendalikan variabel independen lainnya. Pengaruh tersebut juga positif, dengan koefisien regresi yang tidak distandarisasi (B) senilai 0,271.

SIMPULAN

Berdasarkan evaluasi data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya mengenai dampak religiositas, budaya, keterampilan finansial, dan kondisi sosial terhadap kebiasaan menabung siswa di SMA Kecamatan Ambulu, kami dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung siswa. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat religiositas seseorang, maka semakin besar kecenderungannya untuk menabung secara disiplin dan bertanggung jawab. Budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung siswa. Hal ini berarti semakin kuat nilai-nilai budaya yang mendukung perilaku hemat dan perencanaan keuangan, maka semakin baik pula perilaku menabung yang ditunjukkan oleh Gen Z. Literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung siswa. Hal ini berarti semakin tinggi pemahaman siswa tentang pengelolaan keuangan, maka semakin besar kemungkinan mereka memiliki kebiasaan menabung yang baik. Lingkungan sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung siswa. Hal ini berarti semakin positif dukungan dan pengaruh dari lingkungan sekitar (keluarga, teman, sekolah), maka semakin kuat pula perilaku menabung yang dimiliki oleh Gen Z di Kecamatan Ambulu.

DAFTAR RUJUKAN

- Alysa, A., Muthia, F., & Andriana, I. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan Digital terhadap Perilaku Menabung dan Perilaku Berbelanja pada Generasi Z. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(3), 2811–2823. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.4706>
- Aulia, S. R. and R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHbiz Glob. J. Islam. Bank. Financ*, 2, 110. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i2.8643>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. In *Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Latifiana, D. (2022). Studi Literasi Keuangan Pengelola Usaha kecil Menengah (UKM). *Seminar Nasional Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*, 1–7. <https://jurnal.fkip.uns.ac.id/index.php/snpe/article/view/10635>

- Lubis, A. S., & Hanayani, R. (2022). *Studi Teoretis Minat Generasi Z dalam Berwirausaha*. <https://repo.uinsyahada.ac.id/1530/>
- Mardiana, E., Thamrin, H., & Nuraini, P. (2021). Analisis Religiusitas Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Kota Pekanbaru. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 512–520. [https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4\(2\).8309](https://doi.org/10.25299/jtb.2021.vol4(2).8309)
- Nugroho J, S. (2020). *Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran Jakarta*.
- Prasad, H., Meghwal, D., & Dayama, V. (2020). Digital Financial Literacy: A Study of Households of Udaipur. *Journal of Business and Management. Journal of Business and Management*, 5(1), 23–32. <https://doi.org/10.3126/jbm.v5i0.27385>
- Rahmadani, N., Zuhirsyan, M., & Kholil, A. (2021). Pengaruh Persepsi, Religiusitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Mahasantri di Bank Syariah. *Jurnal BILAL: Bisnis Ekonomi Halal*, Vol. 2(No. 2), 159–169. <https://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/article/view/390>
- Ramadhani, N. Ik., Susyanti, J., & ABS, M. K. (2020). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Pengetahuan dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Mahasiswa di Bank Syariah Kota Malang. *E-Jurnal Riset Manajemen*, h. 81. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/4663>
- Rikayanti, V. R., & Listiadi, A. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Pembelajaran Manajemen Keuangan, dan Uang Saku Terhadap Perilaku Menabung. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 8(3), 117–124. <https://doi.org/10.26740/jpak.v8n3.p29-36>
- Saputri, A. Y., Indriasari, I., & I, R. H. E. (2024). *Pengaruh Religiusitas, Self Control, Teman Sebaya, Parental Income Terhadap Perilaku Menabung Pada Generasi Z (Studi Kasus Mahasiswa Pondok Pesantren Al-Mas' udiyyah Blater, Bandung)*. 4, 12089–12098. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.12757>
- Siboro, E. D., & . R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Dan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Menabung Melalui Self Control Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Perguruan Tinggi Negeri Di Surabaya. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 37–50. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3332>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Sugiyono. (2021). *Buku Metode Penelitian Komunikasi.pdf* (Sunarto (ed.)). Alfabeta, bandung.

Supiani, S., Rahmat, F., & Budiman, F. (2021). Pengaruh Budaya dan Persepsi Masyarakat terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah. *Al-Bank: Journal of Islamic Banking and Finance*, 1(1), 49. <https://doi.org/10.31958/ab.v1i1.2618>