

**KOLABORASI RISET
DOSEN DAN MAHASISWA**

**PENGARUH PERAN ORANG TUA DAN MATERIALISME
TERHADAP PERILAKU MENABUNG GENERASI Z
DI JAWA TIMUR DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

ARTIKEL ILMIAH



Oleh:

NURLIANA SISWATIN KHOTIMAH

2015210697

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS

SURABAYA

2019

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Nurliana Siswatin Khotimah
Tempat, Tanggal Lahir : Tuban, 24 April 1997
NIM : 2015210697
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Judul : Pengaruh Peran Orang dan Materialisme terhadap
Perilaku Menabung Generasi Z dengan *Impulsive
Buying* Sebagai Variabel Mediasi.

Disetujui dan diterima baik oleh:

Dosen Pembimbing,
Tanggal 13 Maret 2019



(Mellyza Silvy, S.E., M.Si.)

Ketua Pogram Sarjana Manajemen
Tanggal 13 Maret 2019



(Burhanudin, SE., M.Si., Ph.D.)

**PENGARUH PERAN ORANG TUA DAN MATERIALISME
TERHADAP PERILAKU MENABUNG GENERASI Z
DI JAWA TIMUR DENGAN *IMPULSIVE BUYING*
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Nurliana Siswatin Khotimah
STIE Perbanas Surabaya
Email: 2014210697@students.perbanas.ac.id

ABSTRACT

.The purpose of this study was to the effect role of parents and materialism to wards generation Z East Java region saving Behavior with impulsive buying As a mediator variable. The sample consisted of 401 respondents who had characteristics of generasi Z from 1995 to 2000 who have not worked and are not married in east java region .The analytical technique used is PLS-SEM. The results of this research show that role of parents has a significant positive influence on saving behavior, materialism has a not significant negative influence on saving behavior and impulsive buying mediates fully the influence of materialism on saving behavior.

Key Word : Savings Behaviour, Role Of Parents, Materialism , Impulsive Buying

PENDAHULUAN

Kondisi keuangan yang baik adalah harapan setiap individu untuk bisa hidup dengan baik. Untuk mencapai kondisi yang diinginkan tersebut dibutuhkan manajemen keuangan yang baik dari masing-masing individu. Menabung adalah salah satu cara untuk mengontrol keuangan seseorang dalam kehidupannya di masa depan. Banyak masyarakat mengakui bahwa menabung adalah perilaku yang sulit meskipun masyarakat sadar akan manfaat dari menabung. Perilaku menabung adalah tindakan dimana orang menghabiskan lebih sedikit dari penghasilan dengan menyisihkan uang yang sama setiap bulan (Wajhi, Murni, Akhtar, Norhanizah, & Norazlina, 2015). Dengan menabung individu dapat terhindar dari masalah keuangan apapun dan bebas untuk melakukan sesuatu hal. Pelaku dari perilaku menabung sendiri salah satunya adalah Generasi Z. Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995-2010. Tabel dibawah ini dapat

menggambarakan pengelompokan generasi sesuai dengan tahun kelahiran.

Tabel 1.1
Pengelompokan Generasi

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	Veteran Generation
1946-1960	Baby Boom Generation
1960-1980	X Generation
1980-1995	Milenial Generation
1995-2010	Z Generation
2010 keatas	Alfa Generation

Sumber: Bencsik, Andrea, et al., (2016)

Berdasarkan tabel diatas, Generasi Z merupakan generasi yang lahir di era teknologi dan internet serta memiliki budaya konsumtif yang tinggi (Tari, 2011). Generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*) apapun dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Hal inilah yang seringkali membuat generasi Z melakukan tindakan konsumtif tanpa

adanya kontrol dengan memperhatikan skala prioritas. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh generasi Z dalam memahami pengelolaan keuangan yang baik yaitu dengan melakukan tindakan konsumtif berdasarkan skala prioritas serta mempertimbangkan untuk menabung atau melakukan investasi. Dalam hal ini, masing-masing individu harus bisa menyusun, mengatur, dan mengelola keuangan dengan memperhatikan jumlah uang yang diterima kemudian disesuaikan dengan jumlah pengeluaran dan tabungan. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi perilaku menabung dan masalah keuangan individu adalah Pengaruh orang tua bersifat sangat kuat dan penting serta akan terus berlanjut sepanjang hidup (Moschis, 1987; Zarit and Eggebeen, 2002). Pengaruh orang tua terletak pada cara sosialisasi kepada anak tentang pengelolaan keuangan. Peran orang tua juga dapat mempengaruhi perilaku menabung masing-masing individu. Penelitian yang dilakukan oleh (Sirine & Utami, 2016), menunjukkan hasil bahwa sosialisasi orang tua dan pengalaman orang tua memberikan pengaruh terhadap perilaku menabung siswa. Membudayakan menabung memang harus diterapkan sejak dini, peran orang tua menjadi sangat penting mengingat pendidikan yang pertama dan utama. Dengan memberikan uang saku bulanan akan membuat anak memiliki tanggung jawab terhadap uang. Menurut Goldsmith (2011) materialisme lebih mengacu pada pentingnya barang materil dalam hidup seseorang dengan implikasi bahwa orang yang materialistis memiliki kepedulian yang lebih terhadap benda-benda materil. Akhirnya ukuran kesuksesan seseorang diletakkan pada kuantitas dan kualitas barang yang dimiliki seseorang tersebut. Sifat manusia yang dibilang tidak pernah bisa puas dengan apa yang telah dimilikinya juga dapat menimbulkan sikap materialisme dan selalu membeli barang-barang yang diinginkan. Individu yang materialis akan memberi perhatian pada masalah

kepemilikan duniawi sebagai suatu hal yang penting (Ika, 2011). Sebagian individu menganggap bahwa uang sebagai sumber kekuatan dan harga diri dan belanja merupakan salah satu cara untuk mewujudkan sifat dari materialisme sendiri. Individu dengan tingkat materialisme yang tinggi akan berusaha untuk mendapatkan materi sebanyak-banyaknya dalam upaya untuk memenuhi keinginan tersebut. Individu yang materialisme cenderung memuja kebendaan dan tidak dapat mengendalikan diri untuk membeli ketika melihat barang branded tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang lain sehingga melakukan pembelian secara emosional dan akan berperilaku *impulsive buying*. Rabolt (2009) menjelaskan *Impulsive buying* adalah individu sedang mengalami perasaan terdesak secara tiba-tiba yang perasaan itu tidak dapat cegah. Kecenderungan individu yang membeli secara tiba-tiba ini, konsumen beranggapan bahwa tindakan pembelian secara mendadak yang bisa terjadi. Pete Nye dan Hillyard (2013) menjelaskan dampak materialisme terhadap perilaku keuangan sebagian dimediasi oleh pembelian impulsif yang artinya konsumen atau seseorang sangat materialistis lebih cenderung untuk terlibat dalam pembelian impulsif dan tidak terencana yang berakibat individu tersebut akan kesusahan untuk menabung.

RERANGKA TEORISTIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Perilaku menabung adalah suatu tindakan pribadi seseorang untuk menyisihkan uang untuk digunakan dalam satu waktu periode tertentu (Yasid, 2009). Menabung dapat dianggap sebagai proses dengan tidak menghabiskan uang pada periode saat ini dan akan digunakan untuk masa yang akan datang. Dengan kata lain, perilaku menabung adalah kombinasi dari persepsi kebutuhan masa depan, keputusan menabung dan tindakan menabung (Warneryd, 1999). Indikator dari perilaku menabung menurut Widyastuti, Suhud dan

Sumiati 2016, yaitu *Investing Behaviour dan Spending Behaviour*. Pertumbuhan ekonomi jangka panjang bergantung pada kemampuan untuk menabung, karena tingkat tabungan yang tinggi akan meningkatkan investasi, mempengaruhi akumulasi modal dan merangsangnya pertumbuhan ekonomi perilaku menabung muncul sebagai dampak dari besarnya hasrat seseorang untuk memiliki perilaku investasi dan perilaku berbelanja (Widyastuti, et al 2016). Perilaku seseorang dalam menabung dipengaruhi oleh masalah atau risiko keuangan yang pernah dialami seseorang, dan tugas utama menabung adalah proses perencanaan keuangan. Perencanaan keuangan bertujuan untuk memastikan bahwa individu mampu berusaha untuk mengimplementasikan dari sebuah rencana keuangan secara tepat (Sabri and MacDonald 2010).

Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Orang tua memiliki peran terhadap anaknya dalam memberikan pendidikan tentang keuangan dalam keluarga. Sosialisasi orang tua tentang dampak positif menabung dan pentingnya membudayakan perilaku menabung menjadi faktor penunjang perilaku anak dalam keputusan investasi dan konsumsi. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Sirine dan Utami (2016) yang menunjukkan bahwa sosialisasi orang tua secara parsial dan simultan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung. Bukti empiris dari penelitian Otto (2009) menunjukkan bahwa orang tua memiliki peran dalam mendorong anak-anak untuk memiliki keterampilan menabung. Memberikan uang saku bulanan merupakan salah satu cara membuat anak memiliki tanggung jawab terhadap uang dan juga seorang anak tersebut dapat melakukan manajemen keuangan yang baik sehingga akan berdampak pada pengelolaan keuangan yang baik pula dan anak tersebut dapat menyisihkan uangnya

untuk menabung. Semakin baik sosialisasi orang tua dalam menabung, maka semakin baik pula perilaku menabung seseorang.

Hipotesis 1 : Peran orang tua berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z.

Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Materialisme merupakan perilaku seseorang yang menganggap bahwa benda adalah sumber kebahagiaan dalam hidupnya, kecenderungan seseorang hanya untuk kesenangan pembelian secara terus menerus atau kompulsif tanpa berfikir manfaatnya. Seseorang menganggap bahwa harta duniawi sangat penting yang berasal dari kepemilikan barang-barang material untuk mencapai tujuan hidup yang utama (Pete Nye dan Cinnamon 2013). Akibatnya hanya mengalokasikan uangnya untuk membeli barang-barang berharga sehingga investasi jangka pendek sedangkan untuk jangka panjang tidak terencana. Individu yang memiliki kecenderungan perilaku materialisme akan berdampak pada perilaku pengelolaan keuangannya dan apabila kecenderungan tersebut tidak bisa dikendalikan atau berlangsung secara terus menerus orang tersebut akan kesulitan dalam menyisihkan uang dan berdampak pada perilaku menabungnya. Semakin tinggi tingkat materialistis seseorang maka perilaku menabungnya juga cenderung semakin buruk.

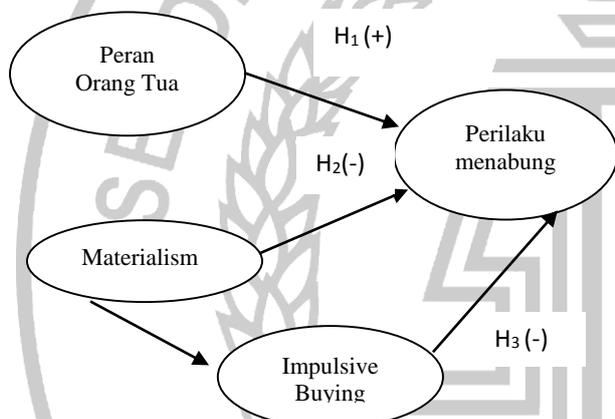
Hipotesis 2: Materialisme berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z.

Impulsive Buying Memediasi Pengaruh Materialisme Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Pete Nye dan Hillyard (2013) menyatakan bahwa dampak materialisme terhadap perilaku keuangan sebagai dimediasi oleh pembelian *impulsive* yang artinya seseorang atau konsumen yang sangat materialisme lebih cenderung untuk terlibat dalam pembelian *impulsive* dan tidak terencana. Untuk mendukung pembelian ini

seseorang akan membuat finansial yang mendukung pembelian *impulsive*. Orang yang melakukan pembelian *impulsive* cenderung menghabiskan uangnya begitu saja tanpa berfikir manfaat pada jangka panjang untuk pengelolaan keuangannya yang dimiliki. Pembelian yang *impulsive* juga berdampak pada perencanaan keuang yang sudah dibuat tidak sesuai dengan apa yang direncanakan. Semakin tinggi tingkat materialisme dan pembelian *impulsive* seseorang maka perilaku menabung juga cenderung semakin buruk karena tidak adanya uang yang ditabung.

Hipotesis 3: *Impulsive Buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi.



Gambar 1
Kerangka pemikiran

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Berdasarkan tujuannya Penelitian ini merupakan studi kausal yang menjelaskan hubungan sebab akibat atau menjawab pertanyaan apakah dan mengapa (Kuncoro:2009), menjelaskan hubungan antara variabel peran orang tua dan materialisme terhadap perilaku menabung dengan *impulsive buying* sebagai variabel mediasi. Berdasarkan jenis data dan metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari survey melalui kuesioner yang

disebarkan kepada responden yang menjadi sampel (Sanuasi,2011).

Identifikasi Variabel

variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: (1) Variabel Independen atau variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari peran orang tua dan materialisme. (2) Variabel dependen atau variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku menabung (3) Variabel mediasi adalah *impulsive buying*.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel

Perilaku Menabung

Perilaku menabung adalah Tindakan pribadi seseorang untuk menyisihkan uang untuk digunakan dalam satu periode waktu tertentu (Yasid,2009). Variabel ini diukur dengan skala Likert melalui lima item pernyataan terkait bagaimana tingkat seseorang dalam bidang ini. Skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5 antara lain (1) Tidak Pernah, (2) Kadang-kadang, (3) Sering, (4) Sangat Sering, (5) Selalau. Indikator untuk mengukur perilaku menabung adalah *Investing Behaviour, Spending Behaviour* (Widyastuti, et al 2016).

Peran Orang Tua

Pengaruh orang tua terletak pada cara sosialisasi kepada anaknya tentang pengelolaan keuangan. Praktik pengasuhan yang kuat seperti pengajaran, dapat mempengaruhi pengetahuan anak dari usia muda melalui usia remaja, dan peran orang tua dapat memiliki pengaruh lebih besar dari pada pengaruh dari teman sebayanya (Brown et al., 1993).

Indikator untuk mengukur peran orang tua menggunakan rujukan dari penelitian Jorgensen, (2007) sebagai berikut:

1. Kebiasaan menabung yang diajarkan orang tua
2. Kebiasaan berderma yang diajarkan orang tua
3. Kepercayaan orang tua kepada anak untuk melakukan pembayaran sendiri

4. Berdiskusi bersama anak mengenai masalah keuangan
5. Komunikasi orang tua mengenai pembelajaran keuangan

Variabel ini diukur dengan skala Likert melalui lima item pernyataan terkait bagaimana tingkat seseorang dalam bidang ini. Skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5, antara lain (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) kurang setuju, (4) setuju (5) sangat setuju.

Materialisme

Materialisme adalah sikap seseorang dengan gaya kehidupan yang menganggap penting kepemilikan suatu barang guna memenuhi kebutuhan dalam jangka pendek. Biasanya barang yang telah dimiliki mempunyai nilai belanja yang cukup fantastis, dengan pola belanja yang tidak terencana.

Indikator untuk mengukur materialisme menggunakan rujukan dari Richins dan Dawson (1992) sebagai berikut:

1. Menganggap materi sangat penting dalam hidup
2. Menganggap materi sumber kebahagiaan
3. Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan

Variabel ini diukur dengan skala Likert melalui lima item pernyataan terkait bagaimana tingkat seseorang dalam bidang ini. Skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5, antara lain (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Kurang Setuju, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju.

Impulsive Buying

Impulsive buying adalah dorongan untuk membeli barang secara tiba-tiba, berkeinginan untuk membeli sesuatu dengan segera sehingga pembelian apapun tanpa adanya perencanaan terlebih dahulu sehingga mengakibatkan pola berbelanja yang tidak terencana. (Assael, 2000).

Indikator untuk mengukur *Impulsive buying* menggunakan rujukan dari Pete Nye Hillyard (2013) sebagai berikut:

1. Cara berbelanja.

2. Motivasi berbelanja.

3. Perencanaan berbelanja.

Variabel ini diukur dengan skala Likert melalui lima item pernyataan terkait bagaimana tingkat seseorang dalam bidang ini. Skala pengukurannya dimulai dari angka 1 sampai 5, yaitu (1) Tidak Pernah, (2) Kadang-kadang, (3) Sering, (4) Sangat Sering (5) Selalu.

populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Z yang berada di Wilayah Jawa Timur. generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2010. Namun sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2000 yang berada di Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini termasuk *purposive sampling* dimana merupakan teknik pengambilan sampel sesuai dengan responden yang memenuhi kriteria (Syofian: 2012). Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi : Generasi Z pada tahun 1995-2000, belum bekerja, belum menikah, di wilayah Jawa Timur.

Data Dan Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data yang bersifat kuantitatif dikarenakan dapat diukur dalam skala likert. Penelitian ini mengambil sampel pada Generasi Z di wilayah Jawa Timur. Sumber data yang dipakai pada penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner. Variabel peran orang tua, materialisme, *impulsive buying* dan perilaku menabung menggunakan skala likert yang berupa skala interval. Metode pengumpulan data dimulai dari kuesioner dalam sampel kecil dengan jumlah sebanyak 47 responden. Nantinya responden ini pada saat uji sampel besar tidak di gunakan kembali. Kemudian data kuesioner yang telah diisi dengan benar sesuai dengan yang dibutuhkan peneliti akan diolah dan dianalisis untuk mendapatkan hasil yang

akurat mengunkan uji validitas dan realibitas, setelah hasil yang didapat dinyatakan layak maka dilakukan penyebaran kuesioner pada sampel besar.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh yang diberikan oleh peran orang tua, materialisme, dan *impulsive buying* terhadap perilaku menabung generasi Z. Adapun kuesioner yang disebar sebanyak 521, yang mana hard copy berjumlah 170 kuesioner. Kuesioner hard copy yang kembali sebanyak 163 dan google form yang kembali sebanyak 351 kuesioner. Kuesioner yang tidak kembali sebanyak 7 dan kuesioner yang tidak dapat diolah sebanyak 113 yang terdiri dari hard copy sebanyak 21 kuesioner *hard copy* dan 92 kuesioner *google form*. Kuesioner yang tidak bisa diolah oleh peneliti dikarenakan tidak lengkapnya data dan belum memenuhi kriteria serta ada beberapa item pernyataan yang tidak diisi, sehingga hanya terdapat 401 kuesioner yang dapat diolah lebih lanjut.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam pengolahan data digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti yaitu terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perilaku menabung, peran orang tua, materialisme dan *impulsive buying*.

Perilaku Menabung

Tanggapan responden terhadap variabel perilaku menabung dapat mencerminkan bahwa mayoritas responden atau generasi Z sudah memiliki kesadaran akan pentingnya perilaku menabung yang baik. Hal ini sesuai dengan hasil rata-rata pernyataan PM1 hingga PM6 adalah sebesar 3.59. Hasil ini menunjukkan bahwa responden atau generasi Z diwilayah Jawa Timur mampu merencanakan pengeluaran sehingga hasil perilaku menabungnya baik. Berikut ini adalah tabel hasil analisis diskriptif variabel perilaku menabung .

Tabel 2
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Perilaku Menabung

Indikator	Item	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skore Mean	Ket
		TP	KK	S	SS	SL		
<i>Investing Behaviour</i>	PM 1	2,74	17,71	21,19	30,42	27,93	3,39	Cukup Memiliki Perilaku Menabung
	PM 2	2,49	15,21	22,94	34,41	24,93		
	PM 3	13,46	27,43	26,18	20,69	12,21		
<i>Spending Behaviour</i>	PM 5	0,99	13,46	21,94	27,93	35,66	3,75	Memiliki Perilaku menabung
	PM 6	1,74	10,47	27,18	31,92	28,67		
RATA-RATA						3,59	Memiliki Perilaku menabung	

Sumber : Data diolah

Materialisme

Tanggapan responden terhadap variabel materialisme mencerminkan bahwa mayoritas responden atau generasi Z terbilang cukup materialistis. Hal ini sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan MA 1 hingga MA 6 yaitu 2,78. Hasil tersebut

menunjukkan bahwa generasi Z tidak selalu menganggap materi sangat penting dalam kehidupannya, tidak menganggap baik materi merupakan sumber kebahagiaan, tidak mengukur kepemilikan suatu barang sebagai sumber kesuksesan apabila

berlangsung secara terus menerus akan berdampak pada pengelolaan keuangan dan akan berdampak pada perilaku menabung

menjadi lebih baik. Berikut ini adalah tabel hasil analisis deskriptif variabel materialisme.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Materialisme

Indikator	Item	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skore Mean	Ket
		STS	TS	R	S	SS		
Menganggap materi sangat penting dalam hidup	MA 1	7,23	16,7	25,68	28,42	21,94	3,08	Cukup materialistis
	MA 2	13,71	31,17	28,43	18,7	7,98		
Menganggap materi sumber kebahagiaan	MA 3	14,46	29,92	30,92	17,7	6,98	2,69	Cukup materialistis
	MA 4	22,19	25,93	24,93	17,2	9,73		
Menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan	MA 5	15,46	23,44	26,68	25,18	9,22	2,56	Agak materialistis
	MA 6	35,91	27,93	19,45	9,97	6,73		
Rata-Rata							2,78	cukup materialistis

Sumber : Data diolah

Impulsive Buying

Tanggapan responden terhadap variabel *impulsive buying* mencerminkan bahwa responden atau generasi Z terbilang cukup impulsif. Hal tersebut sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan IB 1- IB 4 yaitu sebesar 2,66. Hasil tersebut menunjukkan bahwa generasi Z tidak menyukai belanja

selama berjam-jam dan juga generasi tidak selalu menghibur diri dengan melakukan pembelian yang berlebih apabila berlangsung secara terus menerus akan berdampak pada pengelolaan keuangan dan akan berdampak pada perilaku menabung menjadi lebih baik. Berikut ini adalah tabel hasil analisis deskriptif variabel *impulsive buying*.

Tabel 4
Hasil Analisis Deskriptif Variabel *Impulsive Buying*

Indikator	Item	Presentase Tanggapan Responden (%)					Skore Mean	Ket
		TP	KK	S	SS	SL		
Cara Berbelanja	IB 1	21,19	33,16	20,69	16,45	8,47	2,75	Cukup Impulsif
	IB 2	8,72	30,17	28,67	22,19	9,4		
Motivasi Berbelanja	IB 3	27,43	30,17	21,19	13,46	7,73	2,56	Agak Impulsif
	IB 4	18,95	28,42	26,18	16,95	9,47		
Rata-rata								Cukup Impulsif

Sumber : Data diolah

Peran Orang tua

Tanggapan responden terhadap variabel peran orangtua mencerminkan bahwa mayoritas responden atau generasi Z mampu untuk melakukan apa yang telah diajarkan oleh orangtua. Hal ini sesuai dengan nilai rata-rata pernyataan PO1 hingga PO7 yaitu 3,71 yang berarti “Orang tua Mengajarkan Menabung”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peran orangtua sangatlah berpengaruh terhadap perilaku menabung generasi Z, yang

artinya responden mampu untuk melakukan apa yang telah diajarkan oleh orang tua dan bahkan sering melakukan diskusi dengan orang tua mengenai menabung dan seperti halnya menerapkan kebiasaan berderma yang diajarkan orang tua nya , melakukan transaksi pembayaran sendiri sehingga itu membuat responden atau generasi Z dalam penelitian ini sudah memahami tentang pengelolaan keuangan yang diajarkan oleh orang tuannya sehingga akan berdampak pada perilaku yang menabung yang baik.

Tabel 5
Hasil Analisis Deskriptif Variabel Peran Orang Tua

Indikator	Item	Presentase Tanggapan Responden (%)					skore Mean	ket
		STS	TS	R	S	SS		
Kebiasaan menabung yang diajarkan orang tua	PO 1	0,65	2,39	10,21	31,73	55	4,17	orang tua mengajarkan
	PO 2	0,65	7,6	19,56	40,21	31,96		
Kebiasaan berderma yang diajarkan orang tua	PO 3	9,13	10,4	19,13	34,13	27,17	3,97	orang tua mengajarkan
	PO 4	0,86	1,73	12,17	33,26	51,95		
Kepercayaan orang tua untuk melakukan transaksi sendiri	PO 5	0,43	5	16,3	36,95	41,3	4,14	orang tua mengajarkan
Diskusi bersama anak mengenai masalah keuangan	PO 6	15,9	21,1	21,95	26,08	15	3,03	cukup mengajarkan
Komunikasi orang tua mengenai pembelajaran keuangan	PO 7	8,91	17,6	28,04	29,13	16,3	3,26	cukup mengajarkan
Rata-Rata Means							3,71	orang tua mengajarkan

Sumber : Data diolah

Pengujian Hipotesis

Analisis Statistik

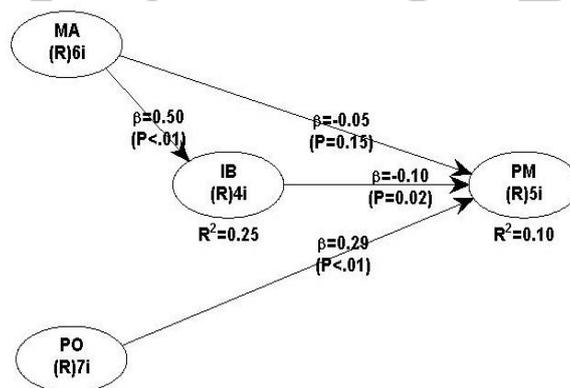
Analisis yang digunakan untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini dengan menggunakan alat uji statistik hasil

pengelohan data setelah dilakukan pengujian model dengan program Warp PLS 6.0 maka dapat dianalisis tingkat validitas dan reliabilitas. Berikut hasil dari pengujian hipotesis dengan menggunakan Warp PLS :

Tabel 6
Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Uji Validitas		Uji Reliabilitas		Kesimpulan	
		Loading Faktor	P-Value	Composite Reliability	Cronbach Alpha	Reliabel	Valid
Perilaku menabung	PM 1	0.836	<0.001	0.862	0.798	Reliabel	Valid
	PM 2	0.830	<0.001				Valid
	PM 3	0.640	<0.001				Dipertimbangkan
	PM 5	0.729	<0.001				Valid
	PM 6	0.608	<0.001				Dipertimbangkan
Materialisme	MA 1	0.621	<0.001	0.884	0.842	Reliabel	Dipertimbangkan
	MA 2	0.770	<0.001				Valid
	MA 3	0.775	<0.001				Valid
	MA 4	0.805	<0.001				Valid
	MA 5	0.760	<0.001				Valid
	MA 6	0.751	<0.001				Valid
Impulsive Buying	IB 1	0.806	<0.001	0.888	0.831	Reliabel	Valid
	IB 2	0.776	<0.001				Valid
	IB 3	0.832	<0.001				Valid
	IB 4	0.845	<0.001				Valid
Peran Orangtua	PO 1	0.557	<0.001	0.795	0.699	Reliabel	Dipertimbangkan
	PO 2	0.599	<0.001				Dipertimbangkan
	PO 3	0.682	<0.001				Dipertimbangkan
	PO 4	0.584	<0.001				Dipertimbangkan
	PO 5	0.533	<0.001				Dipertimbangkan
	PO 6	0.598	<0.001				Dipertimbangkan
	PO 7	0.587	<0.001				Dipertimbangkan

Sumber :Data Diolah



Gambar 2
Hasil Estimasi Model

Berdasarkan gambar hasil estimasi model diatas dapat diperoleh *output* Warp PLS yang akan menjelaskan hasil hipotesis yang

diajukan pada penelitian ini, berikut adalah analisisnya:

Tabel 4.7
Hasil Pengujian

Variabel	B	P-Value	Keterangan
MA → PM	-0.05	0.15	H1 Ditolak
MA → IB → PM	-0.10	<0.02	H2 Diterima
PO → PM	0.20	<0.01	H3 Dierima
R ² = 0,24	MA → IB, MA memiliki pengaruh terhadap IB sebesar 25%		
R ² = 0,13	MA, IC ,PO memiliki penagruh terhadap PM sebesar 10%		

Sumber : Diolah

Berdasarkan hipotesis dan gambar 2 dengan hipotesis pertama yang telah dirumuskan menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z maka hasil menunjukkan bahwa H₁ ditolak, H₀ diterima. Materialisme memiliki nilai beta positif sebesar 0.05 dengan nilai signifikansi P sebesar lebih dari 0.15. hal ini menunjukkan bahwa tingga rendahnya sikap materialistis generasi Z tidak mempengaruhi perilaku menabungnya.

Berdasarkan hipotesis dan gambar 2 dengan hipotesis kedua yang telah dirumuskan peneliti bahwa *impulsive buying* memediasi penuh pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi Z. Hasil pengujian menunjukkan bahwa materialisme berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku menabung dengan tingkat signifikansi lebih dari 0,15. Materialisme berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying* dengan beta 0,50 dan tingkat signifikansi sebesar kurang dari 0,01. *Impulsive buying* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung dengan beta -0,10 dan tingkat signifikan sebesar kurang dari 0,02. Berdasarkan hipotesis dan gambar 2 dengan hipotesis ketiga yang telah dirumuskan peneliti bahwa Peran Orang tua berpengaruh langsung positif signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. maka hasil menunjukkan bahwa H₃ diterima, H₀ ditolak. Peran orang tua memiliki nilai koefisien beta positif sebesar

0.20 dan nilai P kurang dari 0.01. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat peran orang tua responden maka semakin baik pula perilaku menabungnya.

Nilai R² sebesar 0,10 yang berarti bahwa variabel *financial knowledge*, *locus of control* eksternal dan peran orangtua memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku menabung sebesar 10% dan sisanya sebesar 90% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pembahasan berikut ini dijelaskan mengenai analisis yang telah diuraikan sebelumnya dalam rangka mencari pemecahan masalah –masalah yang terdapat pada penelitian sehingga dapat tergambar dengan jelas bawa tujuan peneliti dapat tercapai.

Hasil pembahasan terkait perumusan masalah dan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut :

Pembahasan Hipotesis Pertama (H1): Pengaruh Materialisme terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Hipotesis pertama menguji tentang pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung generasi Z. Hasil menunjukkan gambar 2 hasil estimasi model yang dilakukan oleh penelitian menunjukkan bahwa hasil materialisme berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap materialisme individu maka tidak

mempengaruhi perilaku menabungnya, begitu juga sebaliknya jika nilai materialisme seseorang rendah maka tidak mempengaruhi perilaku menabungnya. Artinya bahwa individu yang berorientasi pada kebendaan akan memberi perhatian pada masalah duniawi sebagai hal yang penting, pada tingkatan yang tinggi, kepemilikan akan suatu hal atau benda dapat diasumsikan sebagai tempat yang sentral dalam kehidupan individu tersebut dan menjadi sumber kepuasan terbesar jika terpenuhi. Materialisme dipandang sebagai kepentingan seseorang yang berorientasi pada kepemilikan barang duniawi. Kepemilikan barang duniawi dapat diasumsikan sebagai pusat dalam kehidupan seseorang yang mungkin akan menimbulkan perasaan puas dan tidak puas terhadap standar hidup (Belk, 1985: 265-280). Sehingga wajar pada penelitian sekarang bahwa materialisme memiliki pengaruh negatif tidak signifikan pada perilaku menabung, karena pada masing-masing individu memiliki pengeluaran yang berbeda. Hal ini terbukti dari responden yang menjadi sampel penelitian ini terbanyak adalah pengeluaran per-bulan sebesar kurang dari Rp.1.000.000 sebanyak 240 responden dan pengeluaran perbulan Rp.1.000.000-1999.999 sebanyak 135 responden. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa generasi Z yang memiliki sikap materialistis yang tinggi maupun rendah tidak mempengaruhi perilaku menabung generasi Z.

Hal ini juga di perkuat variabel materialisme pada indikator yang menganggap materi sangat penting dalam hidup terbilang cukup materialistis hal tersebut membuktikan bahwa generasi Z percaya bahwa harta sangat penting bagi kehidupannya dan menganggap barang-barang yang dimiliki adalah segalanya bagi kehidupan dalam hal ini generasi Z. Selanjutnya pada indikator yang menganggap materi sebagai sumber kehidupan terbilang bahwa generasi Z cukup materialistis hal tersebut membuktikan bahwa generasi Z masih menganggap materi sebagai sumber

kebahagiaan hidup dan juga generasi Z merasa bangga ketika bisa membeli barang mahal hal ini. Terakhir pada indikator menganggap materi sebagai ukuran kesuksesan terbilang agak materialistis artinya bahwa generasi Z menganggap harta adalah lambang kesuksesan dan juga membeli barang branded agar dianggap sukses.

Hasil penelitian ini sangat berbeda dari Pete Nye dan Hillyard (2013) yang menyatakan bahwa materialisme berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh perbedaan karakteristik responden, yang dimana PeteNye dan Hillyard (2013) menggunakan responden mahasiswa di Amerika sedangkan penelitian ini menggunakan responden generasi Z yang berada di Jawa Timur.

Pembahasan Hipotesis Kedua (H2): *Impulsive Buying* Memediasi Pengaruh Materialisme Terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh materialisme terhadap perilaku menabung dimediasi oleh *impulsive buying* secara penuh karena materialisme berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap perilaku menabung dan juga materialisme berpengaruh positif signifikan *impulsive buying* dan *impulsive buying* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung. Berdasarkan gambar 2 menunjukkan hasil bahwa *materialisme* berpengaruh positif signifikan terhadap *impulsive buying*. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat materialisme seseorang maka semakin tinggi pula perilaku *impulsive buying* dari seseorang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa orang yang memiliki sikap materialistis yang tinggi cenderung lebih suka berbelanja meskipun tidak ada rencana sebelumnya, implikasinya dengan berbelanja akan mempunyai banyak harta kekayaan dan barang material adalah kunci hidup yang baik. Seseorang tersebut tidak akan ada habisnya mengumpulkan barang-barang

material, kemewahan, kekayaan, serta menghamburkan uang untuk membeli barang demi menjalin hubungan sosial di lingkungannya. Pola hidup yang materialisme akan mengakibatkan masalah keuangan. Masalah-masalah mengenai pengelolaan keuangan akan berdampak buruk pada perilaku menabung menjadi buruk. Seseorang yang memiliki sikap materialisme yang tinggi juga akan berperilaku mengkonsumsi terhadap barang yang lebih banyak. Akibatnya seseorang akan mengalokasikan uangnya hanya untuk membeli barang-barang berharga sehingga investasi untuk jangka panjang tidak terencana.

Pada gambar 2 juga menunjukkan bahwa *impulsive buying* berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku menabung. Artinya bahwa semakin tinggi *impulsive buying* seseorang maka semakin rendah perilaku menabungnya. Hal ini menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki perilaku *impulsive buying* sangat termotivasi pada kegiatan belanja, apabila berlangsung secara terus menerus tidak dapat dikendalikan akan berdampak pada perilaku menabung yang buruk. Perkembangan jaman pada era globalisasi seperti saat ini juga bisa menjadi semakin memudahkan seseorang untuk mempunyai ataupun melakukan pembelian tanpa disertai perencanaan yang matang. Seseorang tidak perlu repot lagi berjalan untuk membeli suatu barang, karena saat ini sudah sangat banyak aplikasi ataupun situs belanja online yang memanjakan orang untuk berbelanja. Bahkan pada beberapa situs belanja online bisa membandrol dengan harga yang lebih murah daripada harus datang langsung ke tokonya, hal inilah menyebabkan seseorang semakin tertarik untuk berbelanja tanpa perencanaan terlebih dahulu karena tertarik dengan harga yang lebih murah tersebut. Jika dikaitkan dengan tanggapan dari responden atas pernyataan mengenai *impulsive buying* yang ada dalam kuesioner pada indikator cara berbelanja, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden cukup *impulsive* yang

mana dapat diartikan bahwa responden masih tertarik untuk melakukan belanja berjam-jam dan mudah tertarik pada barang. Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nye, P dan Hillyard, C (2013) yang menyatakan bahwa *impulsive buying* memediasi pengaruh materialisme terhadap perilaku pengelolaan keuangan. Kesimpulan secara keilmuan pengaruh materialisme, *impulsive buying* dan perilaku menabung dengan makna mediasi penuh yaitu bahwa tingginya konsumen untuk berbelanja maka akan meningkatkan rasa ketertarikan seseorang terhadap sikap materialisme, karena hal tersebut bisa menjadi motivasi seseorang untuk berbelanja dengan pola yang tidak terencana atau disebut dengan pembelian *impulsive*, tingginya konsumen berbelanja dengan pola tidak terencana maka akan menyebabkan dampak buruk terhadap perilaku menabung.

Pembahasan Hipotesis Ketiga (H3): Pengaruh Peran Orang Tua terhadap Perilaku Menabung Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran orang tua berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh peran orang tua, maka akan semakin tinggi perilaku menabungnya dan sebaliknya, semakin rendah peran orang tua maka semakin rendah perilaku menabung generasi Z. Hal tersebut diperkuat dengan indikator dari peran orang tua seperti keputusan dalam menabung, mengajarkan untuk menabung, mengajarkan berderma kepada orang yang membutuhkan, memberikan kepercayaan kepada anak untuk melakukan pembayaran sendiri, berdiskusi bersama anak mengenai masalah keuangan, komunikasi orang tua mengenai pembelajaran keuangan seperti memperkenalkan menabung sejak kecil sehingga membuat perilaku menabung anak menjadi baik. Hal tersebut didukung dengan indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu kebiasaan menabung yang diajarkan orang tua sebesar 4,17 yang

berarti “orang tua mengajarkan menabung” dengan hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa Semakin sering orang tua berdiskusi tentang pengelolaan keuangan, semakin baik anak-anaknya dalam mengelola keuangan (Sam Yet Huat et al, 2010). Penelitian ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Penelitian yang dilakukan oleh Sirine & Utami,(2016), menunjukkan hasil bahwa sosialisasi orang tua dan pengalaman orang tua memberikan pengaruh terhadap perilaku menabung siswa. Membudayakan menabung memang harus diterapkan sejak dini, peran orang tua menjadi sangat penting mengingat pendidikan yang pertama dan utama. Dengan memberikan uang saku bulanan akan membuat anak memiliki tanggung jawab terhadap uang. Peran orang tua juga dapat mempengaruhi perilaku menabung masing-masing individu. Otto (2009); Furnham (1999), yang menyatakan bahwa sosialisasi orang tua mengenai dampak positif menabung dan pentingnya membudayakan perilaku menabung adalah faktor penunjang perilaku anak dalam keputusan investasi dan konsumsi. Orang tua yang memberi pengetahuan dan skill menabung akan memengaruhi perilaku menabung seorang anak. Dapat disimpulkan bahwa pentingnya mengajarkan pendidikan tentang keuangan dalam keluarga, merupakan cara bagaimana orang tua dapat memberikan sosialisasi keuangan yang baik kepada anaknya. Semakin baik orang tua mengajarkan arti mengelola keuangan dengan baik

KESIMPULAN, IMPLIKASI, SARAN

Berdasarkan uji yang telah dilakukan, hasil untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Materialisme berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z . Dengan demikian hipotesis pertama ditolak
2. *Impulsive Buying* memediasi penuh pengaruh materialisme terhadap

perilaku menabung generasi Z. Dengan demikian hipotesis kedua diterima.

3. Peran orang tua berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z. Dengan demikian hipotesis ke tiga diterima.

Penelitian ini dalam pelaksanaannya, peneliti menyadari bahwa terdapat beberapa keterbatasan penelitian yaitu sebagai berikut:1)Variabel dalam penelitian kolaborasi terlalu banyak, sehingga responden jenuh dalam mengisi kuesioner.Kuesioner yang tidak bisa diolah oleh peneliti karena tidak lengkapnya data dan tidak dapat dikonfirmasi kembali dikarenakan tahun kelahiran yang belum memenuhi kriteria serta ada beberapa item pernyataan yang tidak diisi. 2) Pengukuran pada variabel *impulsive buying* yaitu cara berbelanja dan motivasi belanja tidak dapat keduanya di gabung namun harus dilakukan pengujian per dimensi variabel. 3) Hasil penelitian ini memiliki nilai R^2 yang masih rendah yaitu 0,10, sehingga perlu di eksplorasi lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain.Bagi Masyarakat Memperluas penelitian selain diwilayah Jawa Timur dan informasi yang didapatkan lebih lengkap.

Beberapa saran yang perlu disampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: 1)Penelitian selanjutnya diharapkan menabah variabel lain yang berhubungan dengan perilaku menabung agar mendapatkan hasil R^2 yang lebih besar. 2)Mendampingi responden dalam pengisian kuesioner agar responden dapat mengerti pertanyaan-pertanyaan yang diajukan apabila responden kurang memahaminya.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrea, B., Gabriella, H.-C. & Tímea, J., 2016. Y and Z Generations at Wokrplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3), pp. 90-106.
- Assael, H., 2000. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. 6th penyunt. Jakarta: Salemba Empat.

- Dittmar, H., 2005. Compulsive Buying - A Growing Concern? An Examination of Gender, Age, and Endorsement of Materialistic Values as Predictors. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 24(6), pp. 832-859.
- Ghozali, I., 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. 7th penyunt. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gupta, M., Brantley, A. & Jackson, V. P., 2010. Product Involvement as a Predictor of Generation Y Consumer Decision Making Styles. *The Business Review*, 14(2), pp. 28-33.
- Hanzaee, K. H. & Aghasibeig, S., 2010. Iranian Generation Y Female Market Segmentation. *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), pp. 165-176.
- Jamal, A. A. A. et al., 2015. The Effects of Social Influence and Financial Literacy on Savings Behavior. *International Journal of Business and Social Science*, 6(11).
- Jorgensen, B. L., 2007. Financial Literacy of College Students: Parental and Peer Influence.
- Kuncoro, M., 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. 3th penyunt. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, M., 2013. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lester, D. H., Forman, A. M. & Lloyd, D., 2005. Internet Shopping Behavior of College Students. *Services Marketing Quarterly*, 27(2), pp. 123-138.
- Noble, S. M., Haytko, D. L. & Philips, J., 2009. What Drives College-age Generation Y Consumers?. *Journal of Business Research*, 62(6), pp. 617-628.
- Nye, P. & Hillyard, C., 2013. Personal Financial Behavior: The Influence of Quantitative Literacy and Material Values. 6(1).
- Otto, A. M. C., 2009. *The Economic Psychology of Adolescent Saving*. Exeter: University of Exeter.
- Rendra, R. P., 2012. Dinamika Pengambilan Keputusan Menabung pada Pedagang Kecil di Pasar Gede Surakarta. p. 117.
- Richins, M. L. & Dawson, S., 1992. A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*, 19(3), pp. 303-316.
- Sanusi, A., 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sholihin, M. & Ratmono, D., 2013. *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 3.0*. Yogyakarta: ANDI.
- Siregar, S., 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sirine, H. & Utami, D. S., 2016. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Menabung di Kalangan Mahasiswa.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Thung, C. M. et al., 2012. Determinants of Saving Behaviour Among The University Students in Malaysia.
- Wahana, A., 2014. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa dalam Menabung. *Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro*.
- Warneryd, K. E., 1999. *The Psychology of Saving: A Study on Economic Psychology*. UK: Edward Elgar.
- Widyastuti, U., Suhud, U. & Sumiati, A., 2016. The Impact of Financial Literacy on Student Teachers' Saving Intention and Saving Behaviour. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(6), p. 41.
- Yasid, M., 2009. Perilaku Menabung Ibu Rumah Tangga Keluarga Miskin Peserta Program Ikhtiar Lembaga Keuangan Mikro Syariah Berbasis Kelompok di Bogor, Jawa Barat. *Tazkia Islamic Finance and Business Review*, 4(1), pp. 90-100.