



Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram

Yul Safirah¹, Muslihun², Pongky Arie Wijaya³

¹²³Universitas Islam Negeri Mataram | yul.safirah.s@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara Generasi Z di Kota Mataram mengatur keuangan mereka, cenderung menggunakan layanan online dan aplikasi keuangan. Namun pemahaman mereka tentang konsep keuangan dasar masih perlu ditingkatkan. Gaya hidup yang dipengaruhi tren dan media sosial juga mendorong perilaku konsumtif, menghambat kebiasaan menabung dan perencanaan keuangan jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram. Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang menerapkan metode analisis pengaruh dengan mengukur indikator menggunakan teknik survei terhadap responden. Kuisisioner disebarikan untuk mengumpulkan data dari nasabah generasi Z yang tinggal di Kota Mataram, yang dianggap sebagai populasi tak terbatas, dengan penerapan teori Lemeshow untuk menentukan sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi (X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung, literasi keuangan syariah (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung, dan gaya hidup (X3) tidak memiliki pengaruh signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pentingnya peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan generasi Z dalam konteks menabung. Kesimpulan ini memberikan arahan bagi lembaga keuangan dan pendidikan untuk fokus pada upaya meningkatkan pemahaman keuangan nasabah generasi Z sebagai strategi efektif dalam mendorong kebiasaan menabung. Dengan demikian, literasi keuangan dapat dianggap sebagai kunci utama dalam membentuk perilaku keuangan yang positif pada generasi Z.

Kata-kata Kunci: Digitalisasi; Literasi Keuangan; Gaya Hidup; Perilaku Menabung.

The Influence of Digitalization, Financial Literacy and Lifestyle on the Saving Behavior of Generation Z in Mataram City

Abstract

The development of digital technology has changed the way Generation Z in Mataram City manage their finances, tending to use online services and financial applications. However, their understanding of basic financial concepts still needs to be improved. Lifestyles influenced by trends and social media also encourage consumptive behavior, hindering saving habits and long-term financial planning. This study aims to evaluate the impact of digitalization, financial literacy, and lifestyle on the saving behavior of generation Z customers in Mataram City. This research is a quantitative study that applies the influence analysis method by measuring indicators using survey techniques on respondents. Questionnaires were distributed to collect data from generation Z customers living in Mataram City, which is considered an infinite population, with the application of Lemeshow's theory to determine the sample. The results showed that digitalization (X1) has no significant influence on saving behavior, Islamic financial literacy (X2) has a significant influence on saving behavior, and lifestyle (X3) has no significant influence. The results of this study indicate that it is important to increase Islamic financial literacy among generation Z in the context of saving. This conclusion provides direction for financial and educational institutions to focus on efforts to improve the financial understanding of generation Z customers as an effective strategy in encouraging saving habits. Thus, financial literacy can be considered as the main key in shaping positive financial behavior in generation Z.

Keywords: *Digitalization; Financial Literacy; Lifestyle; Saving Behavior.*

PENDAHULUAN

Keberhasilan pembangunan suatu negara merupakan salah satu hasil positif dari stabilitas sistem perekonomiannya. Tingginya tingkat tabungan di suatu negara akan mendorong pertumbuhan ekonominya. Pertumbuhan ekonomi suatu negara menjadi indikator penting dari kesuksesan tersebut. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), konsumtifitas yang semakin meningkat di antara warga Indonesia mengakibatkan kecenderungan untuk menghabiskan uang tanpa menabung. Hal ini berpotensi memberikan dampak negatif

terhadap pertumbuhan ekonomi negara (Sekarwati & Susanti, 2020). Pengelompokan generasi muncul Pengelompokan generasi dalam dunia kerja terbentuk berdasarkan faktor sumber daya manusia. Setiap generasi memiliki karakteristik kebiasaan masing-masing yang sesuai dengan perkembangan zamannya (Zis et al., 2021). Badan pusat statistik (BPS) mengelompokkan masyarakat Indonesia ke dalam enam generasi. Mereka adalah Pre-Boomer (sebelum 1945), Baby Boomer (1946-1964), Generasi X (1965-1980), Generasi Milenial (1981-1996), Generasi Z (1997-2012), dan Post Generasi Z

(2013-sekarang) (Sugiarti, 2023). Namun, penelitian ini berfokus pada Generasi Z, yang lahir pada masa di mana teknologi mengalami perubahan besar-besaran.

Sejak dini, Generasi Z telah terbiasa dengan teknologi dan sangat terampil dalam menggunakan ponsel pintar. Mereka dikenal sebagai generasi yang kreatif, tertarik pada startup, mampu melakukan multitasking, dan memiliki kecintaan yang besar terhadap teknologi. Mereka juga peduli terhadap isu lingkungan dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar terkait produk atau merek tertentu. Generasi Z dianggap cerdas dan cepat dalam menyerap informasi (Rosyidta et al., 2023). Perilaku menabung tersebut juga memiliki implikasi pada tingkat kesejahteraan individu, karena menabung dapat membantu meningkatkan kesejahteraan dalam jangka panjang, sedangkan mengkonsumsi dapat menimbulkan ketergantungan pada pendapatan sekarang (Rohman & Widjaja, 2018). Oleh karena, itu salah satu faktor yang diduga memengaruhi perilaku menabung generasi Z adalah digitalisasi, yaitu proses mengubah informasi dari format analog ke digital untuk mempermudah produksi, penyimpanan, pengelolaan, dan distribusi (Nusaibah, 2023).

Pada masa sekarang, teknologi digital telah berkembang dengan sangat cepat dan mudah diakses melalui berbagai platform. Dengan berbagai kebutuhan dan konsep media digital

yang berbeda-beda, masyarakat memiliki akses yang luas untuk berkolaborasi. Dengan menggunakan aplikasi gawai, semua kebutuhan dapat diakses dengan mudah, menurut Schwab digitalisasi memiliki bentuk yang sangat beragam (Satata & Nopriyanto, 2023). Kemajuan teknologi yang mengubah perilaku konsumen mendorong industri perbankan untuk terus meningkatkan kualitas dan pelayanannya. Saat ini, industri perbankan bersaing dalam mengembangkan produk dan layanan berbasis teknologi digital (Salmah & Murti, 2020).

Literasi keuangan syariah merujuk pada pemahaman atau pengetahuan tentang keuangan syariah, terutama dalam konteks perbankan syariah. Salah satu faktor yang menyebabkan rendahnya pemahaman masyarakat terhadap perbankan syariah adalah kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh lembaga perbankan syariah mengenai prinsip-prinsip dan sistem ekonomi syariah (Nurrohmah & Purbayati, 2020). Literasi keuangan syariah merupakan kemampuan menguasai konsep serta prinsip keuangan syariah, termasuk produk dan layanan yang sesuai. Ini mencakup pemahaman tentang riba, gharar, maysir, serta produk seperti tabungan, investasi, dan asuransi syariah. Literasi ini memungkinkan individu membuat keputusan keuangan yang bijak dan memanfaatkan produk keuangan syariah secara efektif (Menne, 2023). Rencana Pengembangan Literasi

Keuangan Islam bertujuan untuk memperluas dan meningkatkan pengetahuan, pemahaman, serta partisipasi masyarakat dalam menggunakan produk dan layanan keuangan Islam (Ruwaidah, 2020).

Menurut OJK, pada Juli 2023, jumlah investor di Pasar Modal mencapai 11,42 juta orang, setara dengan sekitar 4,5% dari populasi Indonesia. Sekitar 80,44% dari jumlah tersebut adalah investor dari Generasi Milenial dan Gen Z. Hal ini menunjukkan potensi investasi di pasar keuangan Indonesia di masa depan berasal dari generasi muda yang memiliki kesadaran berinvestasi. (OJK, 2023). Literasi keuangan memainkan peran krusial bagi Generasi Z, terutama mengingat mereka akan menghadapi tantangan finansial yang semakin kompleks di masa depan. Maka, tingkat literasi keuangan dapat memiliki peran sentral dalam membentuk perilaku keuangan individu.

Gaya hidup juga diyakini memengaruhi perilaku menabung dari generasi Z. Profil individu juga sering disebut sebagai gaya hidup atau pola hidup. Gaya hidup menghasilkan keunikan atau perbedaan antara individu satu dengan yang lainnya (Maulida, 2023). Gaya hidup merupakan cara hidup yang dimiliki oleh individu yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pengeluaran uang serta penggunaan waktu mereka (Hasanah et al., 2023). Gaya hidup adalah faktor utama yang memengaruhi sikap dan kebutuhan individu. Saat ini,

gaya hidup sering dikaitkan dengan kelas sosial ekonomi dan mencerminkan citra seseorang. Ini merupakan pola hidup yang mencakup cara seseorang menghabiskan waktu dan uang. (Khairunnisa, 2023) Dengan mempertimbangkan beberapa isu yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti akan melakukan penelitian dengan judul, "Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung pada Nasabah Generasi Z di Kota Mataram."

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah kausal komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah generasi Z yang tinggal di Kota Mataram. Dalam penelitian ini, kuesioner akan disebarakan kepada nasabah Generasi Z di Kota Mataram, berisi pertanyaan seputar digitalisasi, literasi keuangan, gaya hidup, dan perilaku menabung. Sampel akan dipilih dengan hati-hati dan mendapatkan izin terlebih dahulu. Penyebaran kuesioner akan dilakukan secara online.

Untuk menentukan ukuran sampel, penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow. Berikut adalah perhitungan yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel: (Muharsyah & Ekawati, 2022).

$$N = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$

$$N = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$$

Metode Analisa data dilakukan setelah metode pengumpulan data. Di mana peneliti sudah mendapatkan data terkait kuesioner yang sebelumnya disebarkan. Perangkat lunak SPSS yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan langkah yang dilakukan untuk menguji isi (konten) dari suatu instrumen. Tujuannya adalah untuk mengukur ketepatan instrumen yang akan digunakan (Al Hakim et al., 2021). Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Sugiono, 2011). Reliabilitas, yang berasal dari kata reliability, merujuk pada sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Ida & Musyarofah, 2021). Uji reliabilitas merupakan instrumen penelitian yang akan diujikan setelah diketahui validitasnya, kemudian dilakukan pengujian reliabilitas soal keterampilan berbicara dengan menggunakan rumus Alpha (Zainal, 2016).

Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik pada regresi linear berganda diperlukan untuk memastikan bahwa koefisien statistik yang diperoleh benar-benar akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini, pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik mencakup uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas (Rinaldi & Nanang Prayudyanto, 2021).

Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan variabel respons (variabel dependen) dengan menggunakan beberapa variabel input (variabel independen). Regresi linear berganda akan memungkinkan peneliti untuk memeriksa pengaruh bersama-sama dari variabel digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup terhadap perilaku menabung. Persamaan regresi ganda di notasikan sebagai berikut: (Sufyati HS & Alvi Lestari, 2022)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Dalam konteks ini, uji hipotesis akan digunakan untuk menentukan apakah hubungan antara digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup dengan perilaku menabung memiliki signifikansi statistik atau tidak.

1. Uji t

Penggunaan uji t bertujuan untuk mengevaluasi apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan secara individual terhadap variabel dependen (Prayanto, 2013).

2. Uji f

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel independen secara kolektif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Prayanto, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Dibawah ini disajikan hasil analisis regresi linier yang dilakukan dalam penelitian ini.

Tabel 1 Hasil Uji Analisis Regresi

Coefficients ^a					
Model	B	Std. Error	Beta	T	Sig.
Digitalisasi	.151	.114	.130	1.332	.186
Literasi keuangan	.476	.158	.362	3.017	.003
Gaya_hidup	.243	.123	.208	1.967	.052

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan analisis pada tabel di atas dengan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6.844 + 0,151X_1 + 0,476X_2 + 0,243X_3 + e$$

Penjelasan singkat mengenai persamaan tersebut adalah:

- 1) Konstanta (a) 6.844 menunjukkan nilai Y jika X₁, X₂, dan X₃ tetap.
- 2) Koefisien digitalisasi (b₁) 0,151 menandakan kenaikan Y jika X₁ naik satu satuan.
- 3) Koefisien literasi keuangan (b₂) 0,476 menggambarkan kenaikan Y jika X₂ naik satu satuan.
- 4) Koefisien gaya hidup (b₃) 0,243 menjelaskan kenaikan Y jika X₃ naik satu satuan.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t

Tabel 2 Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Beta	T	sig.
	B	std. error			
1 (constant)	6.844	2.662		2.571	.012
Digitalisasi	.151	.114	.130	1.332	.186
literasi_keuangan	.476	.158	.362	3.017	.003
gaya_hidup	.243	.123	.208	1.967	.052

a. dependent variable: perilaku_menabung

Sumber: data primer diolah, Januari 2024

Hasil uji statistik menunjukkan:

- a) Variabel digitalisasi (X₁) tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram, karena t hitung < t tabel (1,332 < 1,661) dengan tingkat signifikansi α = 5%. Sig untuk X₁ adalah 0,186 (> 0,05), sehingga Ha₁ ditolak, menunjukkan bahwa digitalisasi tidak memiliki dampak positif dan signifikan pada perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.
- b) Literasi keuangan (X₂) berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram, karena t hitung > t tabel (3,017 > 1,661) dengan tingkat signifikansi α = 5%. Sig untuk X₂ adalah 0,003 (< 0,05), sehingga Ha₂ diterima, menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki dampak

positif dan signifikan pada perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.

- c) Gaya hidup (X3) memiliki dampak positif tetapi tidak signifikan pada perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram, karena t hitung > t tabel (1,967 > 1,661) dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Sig untuk X3 adalah 0,052 (< 0,05), sehingga Ha3 ditolak, menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif namun tidak signifikan pada perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.

b. Uji f

Tabel 3 Uji f

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
1	Regres	199.697	3	66.566	16.023
	Residu	398.813	96	4.154	.000
	Total	598.510	99		

a. Dependent Variable: Perilaku_Menabung

b. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Digitalisasi , Literasi_Keuanan

Berdasarkan hasil output SPSS yang terdapat dalam tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai Signifikansi (Sig.) adalah 0,000. Karena nilai Signifikansi (Sig.) 0,000 < 0,05, maka hipotesis dapat diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi (X1), literasi keuangan (X2), dan gaya hidup (X3) secara bersama-

sama berpengaruh terhadap perilaku menabung generasi Z di Kota Mataram.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Digitalisasi terhadap Perilaku Menabung Nasabah Generasi Z di Kota Mataram

Digitalisasi adalah konsep yang berkaitan dengan kemajuan teknologi digital serta pemanfaatan data digital untuk mengubah, menciptakan, menyimpan, dan mengirimkan informasi dengan cepat, dengan kualitas yang baik, dan secara efisien (Nusaibah, 2023). Pengaruh digitalisasi cenderung mempengaruhi cara generasi Z menyimpan dan mengelola uang mereka. Dengan akses mudah ke layanan perbankan digital seperti aplikasi perbankan dan dompet digital, generasi Z cenderung lebih condong untuk melakukan transaksi secara elektronik, termasuk menabung secara daring. Dalam konteks ini, penting bagi lembaga keuangan untuk terus berinovasi dan mengadaptasi layanan mereka agar sesuai dengan preferensi dan kebutuhan digital generasi Z, sambil tetap memperhatikan keamanan dan perlindungan data nasabah.

Berdasarkan hasil uji nilai t hitung untuk variabel digitalisasi (X1) sebesar 1,332 sedangkan t tabel sebesar 1,661, jadi dapat disimpulkan bahwa digitalisasi tidak berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z, karena t hitung < t tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis Ha1 yang menyatakan “Diduga ada pengaruh digitalisasi terhadap perilaku menabung

nasabah generasi Z di Kota Mataram” di tolak.

Penelitian sebelumnya oleh Iva Hidayatul Khasanah (2021) menegaskan bahwa digitalisasi produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan jasa keuangan di lembaga keuangan syariah oleh generasi milenial mahasiswa STAIM Nglawak Kertosono (Khasanah, 2021). Namun, temuan dari penelitian ini berbeda. Meskipun generasi Z di Kota Mataram memiliki akses ke teknologi perbankan digital, digitalisasi tidak ditemukan berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku menabung mereka. Hal ini mungkin disebabkan oleh faktor-faktor lokal tertentu.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram

Literasi keuangan syariah adalah bagian dari pemahaman dan keyakinan yang memengaruhi sikap serta perilaku dalam meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan untuk mencapai kesejahteraan (HERISKA, 2022). Bagi generasi Z yang memiliki sensitivitas terhadap nilai-nilai agama, literasi keuangan syariah dapat menjadi pendorong utama dalam keputusan menabung mereka.

Berdasarkan hasil uji nilai t hitung untuk variabel literasi keuangan (X2) sebesar 3,017 sedangkan t tabel sebesar 1,661, jadi dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z, karena t hitung > t tabel. yang artinya

hipotesis Ha2 yang menyatakan “Diduga ada pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram” diterima.

Penelitian ini memperkuat bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung generasi Z di Kota Mataram. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa nilai t hitung (3,017) secara jelas melebihi nilai t tabel (1,661), menegaskan bahwa literasi keuangan memiliki dampak yang nyata terhadap kecenderungan menabung pada generasi Z tersebut. Sebaliknya, studi sebelumnya menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berkontribusi signifikan terhadap sikap menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UAD yang terbatas secara finansial dan masih bergantung pada pendapatan orangtua mereka (Tina Sulistiyani, Rai Rake Setyawan, 2023).

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram

Gaya hidup, pada dasarnya, adalah pola yang seseorang gunakan untuk mengatur waktu dan uangnya, yang memengaruhi perilaku individu dan akhirnya menentukan pola konsumsi mereka (Afrizama et al., 2022). Gaya hidup yang hedonis dan konsumtif cenderung mengarahkan generasi Z untuk lebih mengutamakan pengeluaran yang instan dan konsumtif daripada menabung untuk masa depan. Mereka mungkin cenderung memprioritaskan belanja untuk kebutuhan sehari-hari atau gaya hidup yang dianggap trendi

dari pada menyisihkan uang untuk menabung. Di sisi lain, gaya hidup yang mandiri dan bertanggung jawab dapat membantu memperkuat perilaku menabung Generasi Z. Faktor-faktor seperti pola konsumsi yang bijaksana dan kesadaran akan tujuan keuangan jangka panjang juga dapat memengaruhi keputusan mereka dalam menabung.

Dari hasil analisis statistik, didapati bahwa nilai t hitung untuk variabel gaya hidup (X3) adalah 1,967, sedangkan nilai t tabelnya adalah 1,661. Ini menunjukkan bahwa ada pengaruh dari gaya hidup terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel.

Studi yang dilakukan oleh Mega Krisdayanti menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki keterkaitan dengan minat menabung (Krisdayanti, 2020). Penelitian terbaru ini melanjutkan temuan tersebut dengan meneliti pengaruh gaya hidup terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.

Keterkaitan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa keduanya mengidentifikasi bahwa gaya hidup memainkan peran penting dalam bagaimana individu mengelola dan menyimpan uang mereka. Temuan terbaru ini memperluas pemahaman kita tentang bagaimana gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan finansial generasi Z, khususnya di Kota Mataram. Dengan mempertimbangkan temuan-temuan ini bersama-sama, kita dapat

melihat bahwa gaya hidup bukan hanya mempengaruhi minat menabung, tetapi juga perilaku nyata dalam menabung, menambah kompleksitas dalam studi perilaku keuangan generasi muda.

Pengaruh Digitalisasi, Literasi Keuangan, Dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Menabung Generasi Z di Kota Mataram

Perilaku menabung adalah kebiasaan atau tindakan rutin seseorang untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya dan menyimpannya dengan tujuan mencapai sesuatu di masa depan (Raszad & Purwanto, 2021). Keterkaitan antara digitalisasi, literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan perilaku menabung nasabah Generasi Z menciptakan suatu ekosistem yang saling memengaruhi. Digitalisasi memfasilitasi akses terhadap layanan keuangan, sedangkan literasi keuangan memberikan pemahaman yang diperlukan untuk membuat keputusan keuangan yang cerdas. Sementara itu, gaya hidup membentuk preferensi pengeluaran, yang akhirnya memengaruhi apakah mereka akan menyisihkan uang untuk menabung atau tidak.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa digitalisasi (X1), literasi keuangan (X2), dan gaya hidup (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku menabung generasi Z di Kota Mataram. Nilai Signifikansi (Sig.) adalah 0,000. Karena nilai Signifikansi (Sig.) $0,000 < 0,05$, maka berdasarkan kriteria pengambilan

keputusan dalam uji f. Dengan demikian, hipotesis dapat diterima karena hasil analisis statistik menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap perilaku menabung generasi Z adalah signifikan. Hasil ini menekankan pentingnya faktor-faktor seperti digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup dalam membentuk perilaku keuangan generasi Z terkait dengan menabung di Kota Mataram.

Dengan demikian, hasil ini memberikan kontribusi penting dalam memperdalam pemahaman kita tentang bagaimana faktor-faktor kontemporer seperti digitalisasi dan gaya hidup, bersama dengan literasi keuangan yang kuat, saling berinteraksi dalam membentuk kebiasaan menabung generasi Z di konteks lokal seperti Kota Mataram. Hal ini juga menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam memeriksa perilaku keuangan, di mana faktor-faktor eksternal dan internal berperan dalam membentuk pilihan finansial individu.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku menabung. Hal ini didukung oleh nilai t hitung untuk variabel digitalisasi (X1) sebesar 1,332, yang lebih rendah dari t tabel sebesar 1,661. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa digitalisasi tidak mempengaruhi perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram. Selain itu, variabel digitalisasi (X1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,186 ($0,186 > 0,05$), yang menunjukkan bahwa X1 tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan (X2) berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram, dengan nilai t hitung 3,017 yang melebihi t tabel 1,661. Selain itu, nilai signifikansi variabel literasi keuangan (X2) adalah 0,003 ($0,003 < 0,05$), menunjukkan pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup tidak memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap perilaku menabung. Hal ini didukung oleh nilai t hitung untuk variabel gaya hidup (X3) adalah 1,967, melebihi t tabel 1,661, sehingga gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku menabung nasabah generasi Z. Namun, nilai signifikansi 0,052 untuk variabel ini lebih besar dari alpha (0,05), menunjukkan pengaruhnya tidak signifikan.
4. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor digitalisasi, literasi keuangan, dan gaya hidup secara bersamaan mempengaruhi perilaku menabung nasabah generasi Z di Kota Mataram. Hal ini dibuktikan oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih rendah dari 0,05, sehingga mengonfirmasi dampak

simultan dari variabel-variabel tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizama, C., Melina, A., Pendidikan, J., & Bangko, Y. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Stkip Yayasan Pendidikan Merangin. *Jurnal Ekopendia*, 7(1), 39–46.
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263.
- Hasanah, N., Anggraini, T., Daim Harahap, R., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara Medan. *MES Management Journal*, 2(1), 1–13.
- HERISKA, P. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kepercayaan, Dan Pelayanan Syariah Terhadap Preferensi Tabungan Bsi. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 345–359.
- Ida, F. F., & Musyarofah, A. (2021). Validitas dan Reliabilitas dalam Analisis Butir Soal. *Al-Mu'Arrib: Journal of Arabic Education*, 1(1), 34–44.
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 37.
- Khasanah, I. H. (2021). Pengaruh Digitalisasi Produk, Brand Imagedan Lokasiterhadap Intensi Generasi Millennial Menggunakan Jasa Keuangan Di Lembaga Keuangan Syariah. *Journal of Economic and Business.*, 01(03), 261–294.
- Krisdayanti, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Uang Saku, Teman Sebaya, Gaya Hidup, Dan Kontrol Diri Terhadap Minat Menabung Mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(2), 79–91.
- Maulida, U. (2023). Sustainable Lifestyle Throught Project Of. *Jurnal Pemikiran Dan Pendidikan Dasar*, 14–21.
- Menne, F. (2023). Inovasi dan Literasi keuangan Syariah bagi Pelaku UMKM. *Jesya*, 6(1), 1111–1122.
- Muharsyah, A., & Ekawati, R. K. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Tokopedia Dengan Model Delone And Mclean Di Kota Palembang. *JuSiTik: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 4(2), 20–27.
- Nurrohmah, R. F., & Purbayati, R. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Minat Menabung di Bank Syariah. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 3(2), 140–153.
- Nusaibah, U. (2023). *Digitalisasi Ekonomi Syariah Di Kalangan Generasi Z Untuk Peningkatan Literasi Keuangan Syariah (Studi Kasus Mbanking BSI)*. 3(1), 12–22.

- Raszad, S. E. F., & Purwanto, E. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Menabung (Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Di Kota Surabaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 51.
- Rinaldi, M., & Nanang Prayudyanto, M. (2021). Persepsi Masyarakat Terhadap Tingkat Kepuasan Pelayanan Bus Transjabodetabek Dengan Metode Uji Asumsi Klasik Dan Uji Regresi Linear Berganda. *Seminar Nasional Ketekniksipilan*, 1(1), 2021.
- Rohman, A. A., & Widjaja, S. U. M. (2018). Analisis Perilaku Konsumtif Dan Perilaku Menabung Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 107–117.
- Rosyidta, A., Octasyilva, P., & Khasanah, R. D. (2023). Analisis Komparatif Literasi Keuangan Berdasarkan Usia , Jenis Kelamin dan Tingkat Pendidikan. 8(2), 31–41.
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna : Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79.
- Salmah, S., & Murti, A. (2020). Dampak Digitalisasi Terhadap Peran Front Office Dalam Bisnis Perbankan. *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 6(2), 145–156.
- Satata, D. B. M., & Nopriyanto, R. (2023). Digitalisasi Sebagai Media Pembelajaran Sosial Psikologi Era Society 5.0. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 86.
- Sekarwati, M. A., & Susanti. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Modernitas Individu Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri Surabaya. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen*, 16(2), 268–275.
- Sufyati HS, & Alvi Lestari. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Keuangan Pada Generasi Milenial. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(5), 2415–2430.
- Sugiarti, D. (2023). Literasi Keuangan Syariah Generasi Z Dan Minatnya Pada Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 766–772.
- Tina Sulistiyani, Rai Rake Setyawan, A. P. S. (2023). Dampak Literasi Keuangan Terhadap Sikap Menabung Dengan Self-Control Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Ahmad Dahlan, *Srikandi: Journal of Islamic Economics and Banking*, xx(xx).
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.