

SURAT TUGAS

Nomor: 206-R/UNTAR/PENELITIAN/VII/2026

Rektor Universitas Tarumanagara, dengan ini menugaskan kepada saudara:

1. **SAWIDJI WIDOATMODJO, Prof. Dr. S.E., M.M., MBA.**
2. **HALIM PUTERA SISWANTO, S.E., M.M.**

Untuk melaksanakan kegiatan penelitian/publikasi ilmiah dengan data sebagai berikut:

Judul	:	Pengaruh Literasi Keuangan melalui Media Sosial terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z: Financial Self-Efficacy sebagai Mediator
Nama Media	:	Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan
Penerbit	:	Universitas Tarumanagara
Volume/Tahun	:	Vol. 8 / No. 2 / 2026
URL Repository	:	https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/37412

Demikian Surat Tugas ini dibuat, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan melaporkan hasil penugasan tersebut kepada Rektor Universitas Tarumanagara

07 Juli 2026

Rektor



Prof. Dr. Amad Sudiro, S.H., M.H., M.Kn., M.M.

Print Security : fb2fe1ef1a58aa5ed1a2595721028002

Disclaimer: Surat ini dicetak dari Sistem Layanan Informasi Terpadu Universitas Tarumanagara dan dinyatakan sah secara hukum.

OFFICE
Jl. Letjen S. Parman No 1, Jakarta Barat 11440

PHONE
+62 21-5671 747 (Hunting)
+62 21-5695 8723 (Admission)

EMAIL
humas@untar.ac.id

WEBSITE
untar.ac.id

   
Untar Jakarta



COVER JURNAL (SAAT INI SUDAH MENDAPAT AKREDITASI SINTA 3)

Browser tabs: Inbox, LINTA, SINTA, Pengantar, Vol. 8 No. 2, Pengantar, Editoria, Combin, Ask Gemini

Address bar: journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/issue/view/977

Navigation: SITE, HOME, CURRENT, ARCHIVES, ANNOUNCEMENTS, ABOUT

Search: Search

Home / Archives / Vol. 8 No. 2 (2026): Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan

Published: 2026-04-29



Front Matters



PROFILE MENU

- Contact
- Editorial Team
- Focus and Scope
- Indexing
- Reviewers

Taskbar: 30°, Search, File Explorer, Microsoft Edge, HP, ?

System tray: 19:32, 03/07/2026

SAAT INI SUDAH MENDAPAT AKREDITASI SINTA 3

Browser tabs: Inbox - halims@fe.untar.ac.id, LINTAR-SSO, SINTA - Science and Technology

Address bar: sinta.kemdiktisaintek.go.id/journals/profile/10183

Navigation: SINTA, Author, Subjects, Affiliations, Sources, FAQ, WCU, HALIM

Get More with SINTA Insight [Go to Insight](#)



JURNAL MANAJERIAL DAN KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
P-ISSN : 0 <> E-ISSN : 26570025 Subject Area : Economy, Social

2.42076
Impact

9550
Google Citations

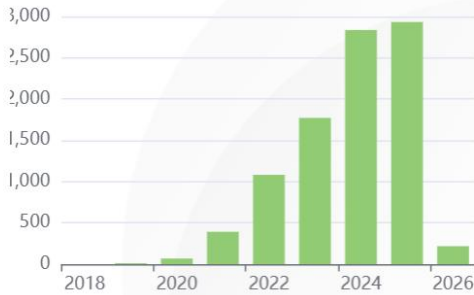
Sinta 3
Current Accreditation

[Google Scholar](#) [Garuda](#) [Website](#) [Editor URL](#)

History Accreditation

Year	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Impact	2.42076							

Citation Per Year By Google Scholar



Year	2018	2020	2022	2024	2026
Citation	0	~100	~1,000	~2,800	~2,900

Journal By Google Scholar

Category	All	Since 2021
Citation	9550	9369

32° Search hp ? 12:21 06/07/2026

SERTIFIKAT SINTA (SAAT INI SUDAH MENDAPAT AKREDITASI SINTA 3)

SERTIFIKAT

Kementerian Riset dan Teknologi/
Badan Riset dan Inovasi Nasional



Petikan dari Keputusan Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Nomor: 230/E/KPT/2022

Peringkat Akreditasi Jurnal Ilmiah Periode I Tahun 2022
Nama Jurnal Ilmiah

Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan

E-ISSN: 26570025

Penerbit: Universitas Tarumanagara

Ditetapkan sebagai Jurnal Ilmiah

TERAKREDITASI PERINGKAT 5

Akreditasi Berlaku selama 5 (lima) Tahun, yaitu
Volume 2 Nomor 3 Tahun 2020 sampai Volume 7 Nomor 2 Tahun 2025

Jakarta, 30 December 2022
Menteri Riset dan Teknologi/
Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional
Republik Indonesia,

Prof. Ir. Nizam, M.Sc., DIC, Ph.D., IPU, ASEAN Eng
NIP 196107061987101001

TIM EDITORIAL (SAAT INI SUDAH MENDAPAT AKREDITASI SINTA 3)

Browser tabs: Inbox - halims, LINTAR DOSI, SINTA | Author, Pengaruh Bias, Pengaruh Liter, Editorial Team, Ask Gemini

Address bar: journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/about/editorialTeam

Navigation: SITE, HOME, CURRENT, ARCHIVES, ANNOUNCEMENTS, ABOUT

Search: [Search]

Home / Editorial Team

Editorial Team

Editor in Chief

Dr. Keni Keni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara Indonesia

Logos: Google Scholar, SINTA Science and Technology Index, Scopus

PROFILE MENU

- Contact
- Editorial Team
- Focus and Scope
- Indexing
- Reviewers

System tray: 30°, Search, Taskbar icons (File Explorer, Microsoft Edge, etc.), 19:28, 03/07/2026

DAFTAR ISI

Inbox

x

LINTA

x

SINTA

x

Pengaru

x

Vol. 8 N

x

Pengaru

x

Editoria

x

Combin

x

+

Ask Gemini

—

📄

×

←

→

↻

🔍 journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/issue/view/977

☆

Verify it's you

⋮

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi

Dea Novera, Arifin Djakasaputra
447-455

 <https://doi.org/10.24912/jmk.v8i2.37266>

 Abstract : 54 |  PDF : 76

[PDF](#)

Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z: Financial Self-Efficacy sebagai Mediator

Monica Chandra, Sawidji Widoatmodjo, Halim Putera Siswanto
456-464

 <https://doi.org/10.24912/jmk.v8i2.37412>

 Abstract : 22 |  PDF : 46

[PDF](#)

Pengaruh Service Quality, Perceived Price Fairness, dan Customer Satisfaction sebagai Mediasi terhadap Customer Loyalty Grabfood

Natalia Natalia, Galuh Mira Saktiana
465-475

 <https://doi.org/10.24912/jmk.v8i2.37413>

 Abstract : 17 |  PDF : 43

[PDF](#)

30°





Q

Search



































19:37
03/07/2026

PENGARUH LITERASI KEUANGAN MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN GENERASI Z: *FINANCIAL SELF-EFFICACY* SEBAGAI MEDIATOR

Monica Chandra¹, Sawidji Widoatmodjo^{2*}, Halim Putera Siswanto³

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: monica.115220352@stu.untar.ac.id

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: sawidjiw@pps.untar.ac.id

³Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: halims@fe.untar.ac.id

*Penulis Korespondensi

Masuk: 11-01-2026, revisi: 14-01-2026, diterima untuk diterbitkan: 30-04-2026

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital menjadikan media sosial sebagai salah satu sumber informasi utama bagi Generasi Z, termasuk upaya memperoleh pengetahuan yang terkait dengan keuangan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z, serta menguji peran *financial self-efficacy* sebagai variabel mediasi. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Jumlah sampel sebanyak 158 responden dan analisis data dilakukan dengan metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari literasi keuangan melalui media sosial terhadap *financial self-efficacy* dan pengelolaan keuangan Generasi Z. Selain itu, *financial self-efficacy* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Dan yang terakhir, *Financial Self-Efficacy* dapat memediasi pengaruh dari literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Dengan demikian, semakin tinggi literasi keuangan yang diperoleh melalui media sosial, maka semakin tinggi pula tingkat *Financial Self-Efficacy* dan kemampuan Generasi Z di dalam mengelola keuangannya.

Kata Kunci: literasi keuangan, media sosial, pengelolaan keuangan, generasi Z, *financial self-efficacy*

ABSTRACT

The development of digital technology has made social media as one of the main sources of information for Generation Z, including the effort to acquire the knowledge related to finance. This study aimed to examine the effect of financial literacy through social media on Generation Z's financial management, as well as to examine the role of financial self-efficacy as a mediating variable. The method used in this study was quantitative method using questionnaire distributed to Generation Z who are active in using social media as respondents. The sample size used was 158 respondents, and data analysis was performed using *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). This study indicate that there is a positive and significant effect of financial literacy through social media on Financial Self-Efficacy and Generation Z's financial management. In addition, Financial Self-Efficacy was proven to have a positive and significant effect on Generation Z's financial management. Finally, Financial Self-Efficacy has a positive and significant mediating effect of the influence of financial literacy through social media on Generation Z's financial management. Therefore, the higher the financial literacy obtained through social media, the higher the level of Financial Self-Efficacy and the ability of Generation Z to manage their financial matters.

Keywords: financial literacy, social media, financial management, generation Z, *financial self-efficacy*

1. PENDAHULUAN

Latar belakang

Generasi Z, yang biasa disebut sebagai "generasi digital" atau "*I generation*" adalah kelompok demografis yang sangat terikat pada teknologi digital. Perkembangan teknologi digital telah

mempengaruhi aspek kehidupan manusia, termasuk dalam pola pikir dan perilaku finansial generasi muda. Generasi muda yang lahir dalam rentang waktu 1995 hingga 2012 disebut dengan generasi Z (Sitepu dan Fadila, 2023). Berdasarkan laporan *We Are Social* pada Januari 2021, dari hampir 275 juta penduduk Indonesia, sebanyak 73,7% telah menggunakan internet dan 61,8% merupakan pengguna aktif media sosial. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial mencapai sekitar tiga jam per hari. Selain itu, TikTok tercatat sebagai aplikasi media sosial yang paling banyak diunduh, sebagaimana dikemukakan oleh Sari dan Paramita (2022).

Karakteristik utama dari Generasi Z adalah tingkat keterlibatan yang tinggi dengan teknologi dan media sosial. Mereka dibesarkan dalam lingkungan digital, di mana internet dan perangkat *mobile* menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, Generasi Z cenderung memiliki keterampilan yang sangat baik dalam penggunaan teknologi serta memiliki harapan yang tinggi terhadap konektivitas dan akses informasi.

Generasi Z dinilai sebagai kelompok usia dengan tingkat literasi keuangan terendah dibandingkan kelompok umur lainnya. Kondisi ini membuat mereka lebih berisiko terjebak dalam pinjaman online. Fakta tersebut berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 hasil kerja sama Badan Pusat Statistik (BPS) dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Survei ini mencakup responden berusia 15–17 tahun, 18–25 tahun, 26–35 tahun, dan 51–79 tahun. Hasilnya menunjukkan bahwa kelompok usia 15–17 tahun memiliki tingkat literasi keuangan paling rendah. Sementara itu, kelompok usia 26–35 tahun, 36–50 tahun, dan 18–25 tahun mencatat indeks literasi keuangan komposit tertinggi masing-masing sebesar 74,82%, 71,72%, dan 70,19%. Rendahnya literasi keuangan tersebut menyebabkan Generasi Z menjadi kelompok yang paling rentan menghadapi permasalahan keuangan (Sari dan Paramita, 2022).

Menurut studi terbaru oleh Yukianti dan Nuryasman (2024), kegiatan *live streaming shopping* di TikTok berpotensi merusak perilaku keuangan Generasi Z. Individu dengan literasi keuangan yang kuat cenderung lebih cakap dalam mengelola dana, menghindari konsumsi berlebihan, dan lebih siap menghadapi ketidakpastian finansial di kemudian hari. Fenomena ini mendorong pembelian impulsif dan tidak terencana, yang pada akhirnya menghambat kemampuan generasi muda untuk mengelola keuangan mereka secara mandiri dan bertanggung jawab. Membangun kemandirian finansial bagi Generasi Z sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam manajemen keuangan pribadi.

Indikator utama kemandirian ini adalah kapasitas untuk merencanakan, mengelola, dan mengendalikan keuangan secara efektif. Sayangnya, banyak studi mengindikasikan bahwa sebagian besar generasi muda masih kurang terampil dalam aspek manajemen keuangan ini. Ida *et al.* (2020) lebih lanjut menyoroti bahwa manajemen keuangan yang efektif sangat dipengaruhi oleh tingkat literasi keuangan dan pandangan seseorang terhadap uang.

Financial self efficacy mengacu pada tingkat kepercayaan individu dalam mengelola keuangan secara efektif dan membuat keputusan finansial yang tepat. Menurut Setyawan *et al.* (2022) menemukan bahwa literasi keuangan dapat menjadi mediator yang efektif bagi faktor-faktor penentu keputusan manajemen keuangan, yang pada akhirnya meningkatkan *Financial Self-Efficacy*.

Rumusan masalah

Sugiyono (2021) menggarisbawahi bahwa rumusan masalah merupakan jembatan antara identifikasi masalah dengan tujuan penelitian. Jika perumusan masalah tidak tepat, maka tujuan

penelitian menjadi kabur, sehingga hasilnya tidak dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang ilmiah dan valid dalam konteks pendidikan. terdapat beberapa perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z?
- b. Apakah literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh terhadap *Financial Self-Efficacy* Generasi Z?
- c. Apakah *financial self-efficacy* berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pada Generasi Z?
- d. Apakah *financial self-efficacy* mampu memediasi pengaruh literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui kuesioner. Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menguji pengaruh antarvariabel secara statistik dan mengukur sejauh mana literasi keuangan yang diperoleh melalui media sosial mampu mempengaruhi pengelolaan keuangan Generasi Z, yang dimediasi oleh *financial self-efficacy*. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada individu yang termasuk dalam kategori Generasi Z.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang tergolong dalam Generasi Z di Indonesia, yaitu mereka yang lahir pada rentang tahun tahun 1995 hingga 2012 dan saat ini berusia antara 13 hingga 30 tahun, dikenal sebagai Generasi Z (Sitepu & Fadila, 2023).

Sampel

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini mengacu pada pendapat dari Sugiyono (2021) yang menyatakan bahwa untuk penelitian kuantitatif dengan metode analisis statistik sederhana seperti regresi linier, ukuran sampel minimal adalah 75 responden, dan dianggap cukup memadai jika model penelitian tidak terlalu kompleks. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan minimal 75 responden yang harus memenuhi kriteria, yaitu Generasi Z yang berusia 13 hingga 30 tahun, aktif menggunakan media sosial minimal 1 jam per hari, dan pernah mengakses atau melihat konten keuangan di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Seluruh data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan Google Forms yang disebarkan secara daring melalui media sosial. Hasil pengumpulan data mendapatkan keseluruhan responden sebanyak 158 responden, namun hanya 152 responden yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan metode *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (SEM) melalui *software* SmartPLS 4. Kuesioner berisi tentang profil responden berupa nama, jenis kelamin, usia, media sosial yang sering digunakan, rata-rata penggunaan media sosial per harinya, pengalaman pribadi dalam mengetahui literasi keuangan dan pengelolaan keuangan, pernyataan tentang literasi keuangan melalui media sosial dengan menggunakan skala *likert* sebanyak 5 pernyataan, pernyataan tentang pengelolaan keuangan Generasi Z dengan menggunakan skala *likert* sebanyak 5 pernyataan dan pernyataan tentang *financial self-efficacy* sebagai mediasi dengan menggunakan skala *likert* sebanyak 4 pernyataan. Tabel 1 menunjukkan indikator variabel yang digunakan untuk mengukur variabel yang dikaji dalam penelitian ini.

Tabel 1. Indikator variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Kode	Skala	Sumber
Literasi Keuangan melalui Media Sosial	Penggunaan media sosial sebagai sumber informasi keuangan yang berdampak pada pengetahuan seseorang mengenai konsep dasar keuangan serta kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi	Saya sering mendapatkan informasi keuangan dari media sosial.	LK 1	Likert (1-5)	Akbar dan Armansyah (2023), Aflaha (2025), Kusumawar dhani <i>et al.</i> (2025)
		Saya merasa media sosial membantu saya memahami cara mengatur keuangan pribadi.	LK2		
		Saya pernah menerapkan tips atau strategi keuangan yang saya lihat di media sosial.	LK3		
		Saya memiliki prioritas belajar pengelolaan keuangan yang baik.	LK4		
		Saya sulit membedakan keinginan dan kebutuhan.	LK5		
Pengelolaan Keuangan Generasi Z	Kemampuan merencanakan, mengatur, mengawasi, dan menilai keuangannya guna mencapai tujuan finansial pada Generasi Z yang berusia 13 sampai 30 tahun.	Saya rutin menabung setiap bulan.	PK1	Likert (1-5)	Humaidi <i>et al.</i> (2020)
		Saya menghindari penggunaan utang konsumtif (utang untuk gaya hidup).	PK2		
		Saya rutin mencatat pemasukan dan pengeluaran saya setiap bulan.	PK3		
		Saya mampu mengendalikan keinginan untuk tidak melakukan pembelian di media sosial.	PK4		
		Saya memiliki dana darurat yang saya simpan secara terpisah dari rutin.	PK5		
Self-Efficacy	Keyakinan dalam mengelola keuangan, kemampuan untuk mengendalikan pengeluaran, dan rasa percaya diri dalam membuat keputusan finansial.	Saya percaya diri dalam mengambil keputusan keuangan pribadi.	FSE1	Likert (1-5)	Widiawati (2020) dan Ida <i>et al.</i> (2021)
		Saya mampu menahan diri untuk tidak membeli barang yang tidak saya butuhkan.	FSE2		
		Saya yakin bisa mengatur pemasukan dan pengeluaran saya.	FSE3		
		Saya memiliki kepribadian yang tidak gampang putus asa.	FSE4		

Berikut ini adalah hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z dengan *financial self-efficacy*.

Tabel 2. Hasil analisis *loading factor*

Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Indikator	<i>Financial Self-Efficacy</i>	Literasi Keuangan	Pengelolaan Keuangan
FSE1	0,765		
FSE3	0,823		
FSE4	0,699		
LK1		0,760	
LK2		0,730	
LK3		0,693	
LK4		0,727	
PK1			0,842
PK3			0,813
PK5			0,805

Nilai *loading factor* > 0,5 masih dapat diterima dapat dilihat pada Tabel 2. Namun nilai *loading factor* < 0,5 harus dihilangkan dari model. Oleh sebab itu, indikator LK 2 dihapus karena mendapatkan nilai < 0,5 karena masih mendapatkan hasil yang belum maksimal, sehingga perlu untuk membuang beberapa indikator lagi yang memiliki nilai lebih kecil diantara nilai lainnya,

yaitu FSE2, PK2, PK4. Dengan demikian, dapat diartikan bahwa tidak semua indikator dinyatakan valid atau dapat diterima berdasarkan validitas konvergen.

Tabel 3. Hasil analisis *Average Variance Extracted*
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Status
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,584	Valid
Literasi Keuangan	0,530	Valid
Pengelolaan Keuangan	0,673	Valid

Berdasarkan Tabel 3, nilai AVE lebih dari 0,5 yang berarti semua variabel pada penelitian ini dinyatakan valid secara konvergen, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan telah memenuhi syarat.

Berdasarkan Tabel 4, nilai *cross loading* setiap indikator memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai *cross loading* indikator variabel lain, sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan yang diukur dengan nilai *cross loading*.

Tabel 4. Hasil analisis *cross loading*
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Indikator	<i>Financial Self-Efficacy</i>	Literasi Keuangan	Pengelolaan Keuangan	Status
FSE1	0,765	0,456	0,514	Valid
FSE3	0,823	0,507	0,572	Valid
FSE4	0,699	0,419	0,401	Valid
LK1	0,373	0,760	0,387	Valid
LK2	0,435	0,730	0,392	Valid
LK3	0,422	0,693	0,423	Valid
LK4	0,511	0,727	0,441	Valid
PK1	0,542	0,467	0,842	Valid
PK3	0,596	0,498	0,813	Valid
PK5	0,461	0,424	0,805	Valid

Berdasarkan Tabel 5, nilai Fornell-Larcker yang menunjukkan setiap variabel harus memiliki nilai yang lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dan konstruk lainnya. Sehingga dapat dilihat masing-masing indikator telah layak uji.

Tabel 5. Hasil analisis Fornell-Larcker
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Variabel	<i>Financial Self-Efficacy</i>	Literasi Keuangan	Pengelolaan Keuangan
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,764		
Literasi Keuangan	0,605	0,728	
Pengelolaan Keuangan	0,656	0,568	0,820

Berdasarkan Tabel 6, nilai *Cronbach's alpha* yang menunjukkan setiap variabel memiliki nilai > 0,60 sehingga dapat dinyatakan reliabel dan telah memenuhi kriteria.

Tabel 6. Hasil analisis *Cronbach's alpha*
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,644
Literasi Keuangan	0,705
Pengelolaan Keuangan	0,759

Berdasarkan Tabel 7, nilai *composite reliability* yang menunjukkan setiap variabel memiliki nilai > 0,60 sehingga dapat dinyatakan valid atau nilai reliabilitas yang baik.

Tabel 7. Hasil analisis *composite reliability*
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Variabel	<i>Composite Reliability (rho_a)</i>	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
<i>Financial Self-Efficacy</i>	0,658	0,807
Literasi Keuangan	0,704	0,818
Pengelolaan Keuangan	0,764	0,861

Berdasarkan Tabel 8, variabel *financial self-efficacy* terhadap variabel pengelolaan keuangan Generasi Z menunjukkan nilai 0,293 artinya memiliki tingkat pengaruh yang lemah. Selanjutnya, variabel literasi keuangan melalui media sosial terhadap variabel pengelolaan keuangan Generasi Z menunjukkan nilai 0,088 artinya memiliki tingkat pengaruh yang lemah. Di sisi lain, variabel literasi keuangan melalui media sosial terhadap variabel *financial self-efficacy* menunjukkan nilai 0,576 artinya memiliki tingkat pengaruh yang tinggi.

Tabel 8. Hasil uji *f-square*
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Variabel	<i>Financial Self-Efficacy</i>	Literasi Keuangan	Pengelolaan Keuangan
<i>Financial Self-Efficacy</i>			0,293
Literasi Keuangan	0,576		0,088
Pengelolaan Keuangan			

Berdasarkan perhitungan di bawah ini, variabel literasi keuangan melalui media sosial *dan financial self-efficacy* memiliki pengaruh terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z sebesar 0,668, yang berarti model ini menunjukkan dalam kategori kuat dan model ini memiliki *predictive relevance* karena nilainya lebih besar dari 0.

$$\begin{aligned}
 Q_2 &= 1 - (1 - R^2_1)(1 - R^2_2) \dots (R^2_n) \\
 &= 1 - (1 - 0,366)(1 - 0,476) \\
 &= 1 - (0,634)(0,524) \\
 &= 1 - 0,332216 \\
 &= 0,667884 \approx 0,668
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengolahan data, *Goodness of Fit* memiliki nilai sebesar 0,46 yang artinya nilai GoF dalam penelitian ini adalah besar.

$$\begin{aligned}
 \text{GoF} &= \sqrt{\text{AVE} \times R^2} \\
 &= \sqrt{0,596 \times 0,360} \\
 &= 0,46
 \end{aligned}$$

Tabel 9. Hasil pengujian hipotesis
Sumber: Hasil pengolahan data dengan menggunakan *software* SmartPLS 4

Hipotesis	<i>Original Sample (O)</i>	<i>t-statistics O/STDEV </i>	<i>p-value</i>
Literasi Keuangan → Pengelolaan Keuangan	0,270	2,691	0,007
Literasi Keuangan → <i>Financial Self-Efficacy</i>	0,605	10,545	0,000
<i>Financial Self-Efficacy</i> → Pengelolaan Keuangan	0,492	6,457	0,000
Literasi Keuangan → <i>Financial Self-Efficacy</i> → Pengelolaan Keuangan	0,298	5,008	0,000

Berdasarkan Tabel 9, hasil pengujian hipotesis dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, nilai *t-statistics* lebih dari 1,96, yaitu sebesar 2,691, dan *p-value* kurang dari 0,5, yaitu 0,007. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis pertama diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Lestari dan Yuliana (2021), yang menunjukkan bahwa dengan adanya literasi keuangan yang tinggi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengelolaan pribadi.
- b. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, nilai *t-statistics* lebih dari 1,96, yaitu sebesar 10,545, dan *p-value* kurang dari 0,5, yaitu 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh signifikan terhadap *financial self-efficacy*. Dengan demikian, hipotesis kedua diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawati *et al.* (2018), yang menjelaskan hasil penelitiannya bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh positif terhadap *financial self-efficacy*. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Iswana dan Fatimah (2024) bahwa pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z dapat dipengaruhi oleh *Financial Self Efficacy*.
- c. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang ketiga, nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96, yaitu sebesar 6,457, dan *p-value* lebih kecil dari 0,5, yaitu 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Financial Self-Efficacy* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Dengan demikian, hipotesis ketiga diterima. Temuan serupa juga diungkapkan oleh Iswana dan Fatimah (2024) bahwa pengelolaan keuangan pribadi Generasi Z dapat dipengaruhi oleh *Financial Self-Efficacy*.
- d. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat, nilai *t-statistics* lebih besar dari 1,96, yaitu sebesar 5,008, dan *p-value* lebih kecil dari 0,5, yaitu 0,000. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *financial self-efficacy* mampu memediasi (secara parsial) pengaruh dari literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z. Hal ini didukung oleh studi dari Ramadhani dan Lestari (2022), yang menyatakan bahwa *Financial Self-Efficacy* dapat meningkatkan kepercayaan diri generasi muda dalam mengambil keputusan keuangan, yang pada akhirnya berdampak positif pada pengelolaan keuangan pribadi. Oleh karena itu, membangun literasi keuangan sekaligus menumbuhkan efikasi diri merupakan langkah strategis untuk menciptakan generasi yang terampil dalam mengelola keuangannya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.
- b. Literasi keuangan melalui media sosial berpengaruh positif terhadap *financial self-efficacy*.
- c. *Financial Self-Efficacy* berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.
- d. *Financial Self-Efficacy* memediasi (secara parsial) pengaruh dari literasi keuangan melalui media sosial terhadap pengelolaan keuangan Generasi Z.

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Generasi Z diharapkan dapat lebih selektif di dalam memilih sumber informasi keuangan atau pemahaman tentang keuangan yang ada di sosial media, mengikuti media sosial yang dapat membantu dalam mengatur pengelolaan keuangan, serta memberikan kepercayaan diri dalam mengambil keputusan secara finansial.
- b. Generasi Z diharapkan dapat meningkatkan literasi keuangan, karena literasi keuangan sangat berguna untuk menghindari masalah finansial di kemudian hari, yaitu dengan cara menabung atau menyisihkan uang setiap bulan atau rutin.

- c. Generasi Z, diharapkan dapat terus mengelola keuangannya, baik dengan pendapatan yang tinggi ataupun rendah. Selain itu, diperlukan juga pencatatan secara rutin perihal pemasukan dan pengeluaran setiap bulan. Generasi Z juga perlu untuk mengendalikan diri untuk tidak bersifat boros.
- d. Generasi Z diharapkan dapat bersikap percaya diri di dalam mengambil keputusan keuangan, yakin dapat mengatur pemasukan maupun pengeluaran, dan harus memiliki kepribadian yang tidak gampang putus asa.
- e. Untuk penelitian selanjutnya, kiranya dapat memasukkan variabel tambahan diluar dari model penelitian ini, menambah jumlah responden, serta memperluas wilayah pengumpulan data.

REFERENSI

- Aflaha, V. A. (2025). Pengaruh literasi keuangan, pembelajaran keuangan, dan media sosial terhadap perilaku keuangan Gen Z. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 4494-4502. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1260>
- Akbar, R. P., & Armansyah, R. F. (2023). Perilaku keuangan Generasi Z berdasarkan literasi keuangan, efikasi diri, dan gender. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 107-124. <https://doi.org/10.24034/jimbis.v2i2.5836>
- Herawati, N. T., Candiasa, I. M., Yadnyana, I. K., & Suharsono, N. (2018). Pengaruh kualitas pembelajaran keuangan dan literasi keuangan terhadap financial self efficacy mahasiswa akuntansi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Manajemen dan Keuangan*, 2(2), 115-128. <https://doi.org/10.26740/jpeka.v2n2.p115-128>
- Humaidi, A., Khoirudin, M., Adinda, A. R., & Kautsar, A. (2020). The Effect of Financial Technology, Demography, and Financial Literacy on Financial Management Behavior of Productive Age in Surabaya, Indonesia. *International Journal of Advances in Scientific Research and Engineering*, 6(1), 77–81. <https://doi.org/10.31695/IJASRE.2020.33604>
- Ida, I., Zaniarti, S., & Ayuningtyas, N. (2021). Faktor Prediktor *Financial Management Behavior* Generasi X. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 179-190. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i1.11439>
- Ida, I., Zaniarti, S., & Wijaya, G. E.. (2020). Financial Literacy, Money Attitude, dan Financial Management Behavior Generasi Milenial. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 406-413. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v4i2.9144>
- Iswana, M. D., & Fatimah. (2024). Dampak gaya hidup, fintech payment dan Financial Self-Efficacy terhadap pengelolaan keuangan pribadi generasi Z di DKI Jakarta. *Prosiding Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen*, 5(2).
- Kusumawardhani, R., Mubarakah, S., Prihatin, W., & Hartono, A. (2025). Examining the impact of socioeconomic status and digital financial literacy on financial behavior among Indonesian Gen Z. *Global Business & Finance Review*, 30(5), 26-42. <https://doi.org/10.17549/gbfr.2025.30.5.26>
- Lestari, M., & Yuliana, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Generasi Z. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 87–96. <https://doi.org/10.31219/osf.io/abcd1>
- Ramadhani, S., & Lestari, I. (2022). Pengaruh financial self-efficacy, pengetahuan keuangan, dan pengalaman keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 1-12.
- Sari, W. P., & Paramita, S. (2022). Viral marketing di media sosial sebagai gaya baru komunikasi pemasaran. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(2), 309–319.
- Setyawan, I. R., Ekadjaja, M., & Salim, A. (2022). Dapatkah financial literacy berfungsi sebagai mediasi yang baik untuk faktor-faktor penentu financial management decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 6(1), 137-149. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.16187>

- Sitepu, G. A., & Fadila, A. (2023). Analisis Pemanfaatan Layanan *Paylater* di Era Keuangan Digital Oleh Generasi Z. *Journal of Education Research*, 3(1), 57–70.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Widiawati, M. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan, Locus of Control, Financial Self-Efficacy, dan Love of Money Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi. *PRISMA (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 97–108.
- Yukianti, C. R., & Nuryasman, M. N. (2024). Apakah TikTok live streaming shopping memperburuk perilaku keuangan Generasi Z? *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 526-542. <https://doi.org/10.24912/jmieb.v8i2.32698>