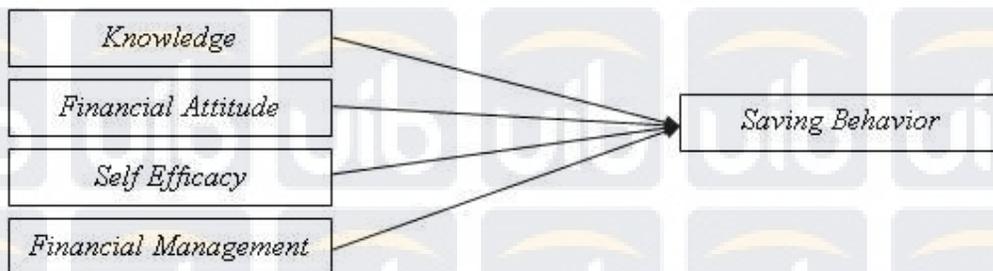


BAB II KERANGKA TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Model Penelitian Terdahulu

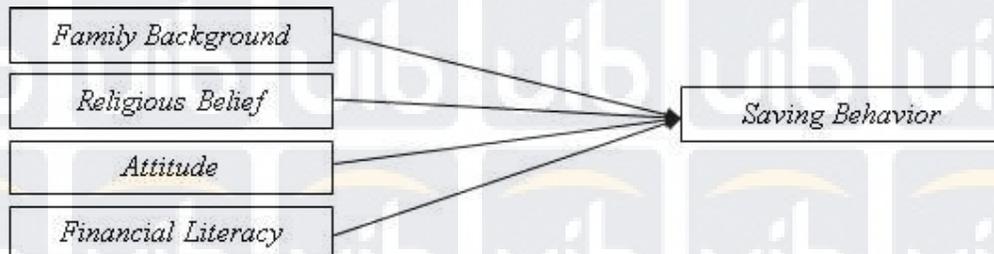
Penelitian yang dilakukan oleh Ismail *et al.* (2020) berjudul *Saving Behavior Determinants in Malaysia: An Empirical Investigation* bertujuan untuk meneliti faktor-faktor yang memiliki pengaruh dengan *Saving Behavior* sebagai variabel dependen. Penelitian ini memeriksa bagaimana hubungan empat faktor variabel independen termasuk *Knowledge*, *Financial Attitude*, *Self Efficacy* dan *Financial Management*. Penelitian ini terdapat sebanyak 150 responden dari pegawai pemerintah di Kuala Lumpur, Malaysia. Validitas konten diuji menggunakan uji reliabilitas, *Cronbach's alpha* serta hipotesis diuji menggunakan analisis regresi dan data diolah menggunakan perangkat lunak SPSS 21.



Gambar 2.1 Model Penelitian tentang *Saving Behavior Determinants in Malaysia: An Empirical Investigation*, Sumber: Ismail *et al.* (2020)

Penelitian oleh Kassim *et al.* (2019) dengan judul *Personal Saving Behavior among Muslim Employees* bertujuan untuk meneliti hubungan *Family Background*, *Religious Belief*, *Attitude* dan *Financial Literacy* sebagai variabel independen terhadap *Saving Behavior* (variabel dependen). Sampel penelitian

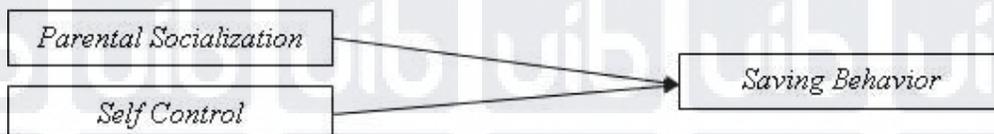
terkumpul sebanyak 539 namun 8 kuesioner tidak lengkap dan meninggalkan 531 sebagai kuesioner yang dapat digunakan.



Gambar 2.2 Model Penelitian tentang Personal Saving Behavior among Muslim Employees, Sumber: Kassim et al. (2019)

Saving Behavior : Financial Socialization and Self-Control merupakan penelitian oleh Manfrè (2019) bertujuan meneliti peran *parental socialization* dan *self control* (variabel independen) pada *saving behavior* (variabel dependen).

Sebanyak 6.394 responden mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Peneliti tidak mengumpulkan informasi tentang semua anggota dalam rumah tangga, hal ini dilakukan untuk mengeluarkan sampel yang tidak memiliki kekuatan dalam pengambilan keputusan terkait masalah keuangan. Sehingga menyisakan sub sample sebanyak 3.235 individu. Setelah menyisihkan beberapa responden dengan nilai yang hilang, sampel penelitian ini tersisa 2.854.



Gambar 2.3 Model Penelitian tentang Saving Behavior : Financial Socialization and Self-Control, Sumber: Manfrè (2019)

Penelitian dengan judul *Quality Product And Excellent Service: The Impact of Repeat Savings Decision* yang dilakukan oleh Kumalasari et al. (2019) meneliti bagaimana pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* sebagai

variabel independen memberi pengaruh terhadap *Saving Behavior* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variabel *mediating*. Obejk dalam penelitian ini merupakan nasabah yang mempunyai rekening tabungan di Bank Bukopin Semarang. Jumlah responden adalah 170 namun terdapat 45 kuesioner yang datanya tidak lengkap sehingga hanya 125 kuesioner yang diproses. Penelitian menggunakan data primer serta sumber data yang dikumpulkan adalah catatan atau *database* yang ada yang kemudian dikemas dalam bentuk kuesioner. Selain itu, sumber data responden lain yang diperoleh di penelitian ini juga merupakan jawaban responden melalui kuesioner yang terbagikan untuk nasabah tabungan di Bank Bukopin Cabang Semarang.



Gambar 2.4 Model Penelitian tentang Quality Product And Excellent Service: *The Impact of Repeat Savings Decision*, Sumber: Kumalasari et al. (2019)

Khatun (2018) meneliti studi berjudul *Effect of Financial Literacy and Parental Socialization on Students Savings Behavior of Bangladesh*. Sebanyak 130 sampel dikumpulkan dalam penelitian ini dan merupakan penelitian kuantitatif dimana data yang diolah adalah data primer. Sampel penelitian didapatkan melalui *interview* tatap muka menggunakan kuesioner terstruktur yang dikelola sendiri oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan *Saving Behavior* sebagai variabel terikat serta *Financial Literacy* dan *Parental Socialization* sebagai variabel bebas.



Gambar 2.5 Model Penelitian tentang *Effect of Financial Literacy and Parental Socialization on Students Savings Behavior of Bangladesh*, Sumber: Khatun (2018)

Ismail et al., (2018) melakukan penelitian dengan judul *An Empirical Analysis of Saving Behavior among Malaysian Employees* menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei kuesioner dan dilanjutkan dengan wawancara semi-terstruktur untuk menguji dalam skala yang lebih besar. Kuesioner terstruktur dibagikan kepada 150 responden dan wawancara semi-terstruktur dilakukan untuk memeriksa silang temuan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode campuran dalam pengumpulan data dengan manfaatnya untuk mengklarifikasi bahwa data mengomunikasikan apa yang ingin disampaikan terutama memperkuat integritas kesimpulan yang diambil dari data.

Peneliti menggunakan *Saving Behavior* sebagai variabel tetap dan *Service Quality*, *Religious Belief* serta *Knowledge* digunakan sebagai variabel independen.

Penelitian berjudul *Factor Affecting the Saving Behaviour of TAJ International College Students* oleh Kamarudin & Hashim (2018) bertujuan untuk menjelaskan tentang determinan perilaku menabung di antara siswa *TAJ International College*. Peneliti menggunakan metode kuantitatif sebagai penilaian empiris yang terdiri dari pengukuran dan analisis numerik. Penelitian ini menggunakan data primer dan juga sampel terdiri dari 200. Setiap kuesioner diperiksa kelengkapannya dan tidak ada perubahan yang diperlukan karena tidak ada data yang hilang. Analisis inferensial digunakan untuk menguji hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian dengan menyelidiki hubungan antara empat variabel independen yang mencakupi *financial literacy*, *peer influence*, *parental*

socialization, dan juga variabel dependen dalam penelitian ini adalah *saving behaviour*.

Religion, Economic Attitudes and Household Savings : Evidence from CGSS adalah penelitian yang dilakukan oleh Ma *et al.* (2018) bertujuan untuk meneliti bagaimana hubungan *Religious Belief* terhadap *Saving Behavior*. Penelitian ini menemukan bahwa umat beragama memiliki sikap ekonomi yang berbeda, kesadaran penghematan yang lebih kuat, dan penghindaran risiko.

Iqbal *et al.* (2018) melakukan studi dengan judul *Impact of Self-Service Technology (SST) Service Quality on Customer Loyalty and Behavioral Intention: The Mediating Role of Customer Satisfaction* dengan tujuan utamanya yaitu untuk menguji bahwa bagaimana *Service Quality* berdampak pada *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*, dan *Saving Behavior* di sektor jasa Pakistan. Data dikumpulkan melalui survei online dengan menggunakan email dan media sosial dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah total responden adalah 238 dari kota-kota besar Pakistan. Setelah mengumpulkan data, analisis statistik dilakukan untuk menguji hubungan hipotesis dalam model penelitian tersebut.

Penelitian oleh Tharanika & Andrew (2017) yang berjudul *Factors Influencing on Saving Behaviour among University Students* terdiri dari 55 sampel dari siswa fakultas perdagangan dan manajemen Eastern University Sri Lanka dan data diproses melalui SPSS versi 22. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri. Analisis statistik deskriptif seperti persentase, rata-rata, standar deviasi, Korelasi Pearson dan Analisis Regresi Berganda

digunakan untuk mengidentifikasi apakah *Financial Literacy* dan *Self Control* sebagai variabel independen memiliki hubungan dengan *Saving Behavior*.

Naradin et al. (2017) meneliti studi dengan judul *Determinants of the Saving Behaviour among Students of UiTM Terengganu* dengan memilih data primer dan untuk mendapatkan responden dalam jumlah besar, instrumen kuesioner yang diberikan secara pribadi disebarakan ke lebih dari jumlah sampel. Strategi ini memberi peluang bagi peneliti dalam mendapatkan respons 100 persen dari sampel yang ditargetkan. Pada dasarnya kuesioner terdiri dari lima (5) bagian, yaitu bagian A (*Financial Literacy*), bagian B (*Financial Management*), bagian C (*Financial Socialization*), bagian D (*Financial Literacy*), dan bagian E (*Saving Behavior*). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikelola dengan *online* serta *offline*. Sampel terdiri dari 267 dengan *convenience sampling method* dan data diolah menggunakan SPSS 20 untuk Windows.

Understanding and Responding to Youth Savings Behaviour: Evidence From Undergraduates in the War Torn Regions of Sri Lanka yang diteliti oleh Karunaanithy et al. (2017) bertujuan untuk mengeluarkan faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku menabung antara mahasiswa muda wilayah Sri Lanka. Sebagian besar data merupakan data primer. Peneliti mengumpulkan data untuk mendapat informasi dan pendapat mahasiswa dengan menggunakan teknik angket survei dengan menggunakan kuesioner yang dikelolanya sendiri. Total 257 sampel dikumpulkan dengan kuesioner dan data diolah menggunakan SPSS versi 17.

Penelitian yang dilakukan oleh Satsios & Hadjidakis (2017) yang berjudul *The Effect of Religiosity and Self Mastery on Saving Behaviour of Pomak Households in Thrace* menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala akademik untuk mengumpulkan data dari rumah tangga. Pemahaman tentang *Saving Behavior* di Pomak dapat memberikan panduan kepada otoritas ekonomi yang tertarik dalam mengejar kehidupan keuangan rumah tangga yang sehat. Variabel independen dalam penelitian ini berupa *Religious Belief*, *Self Mastery* dan variabel dependen adalah *Saving Behavior*.

Nugroho *et al.* (2017) melakukan penelitian dengan judul *The Influence of Religiosity and Self-Efficacy on The Saving Behavior of The Islamic Banks* menggunakan sampel sebanyak 220 dimana kuesioner diuji dan didistribusikan kepada 37 nasabah Bank Syariah sebelum melakukan survei aktual terhadap responden. Penelitian ini menggunakan *Attitude*, *Subjective Norms*, *Self Efficacy*, *Religious Belief* sebagai variabel independen, *Intention* sebagai variabel mediasi, dan *Saving Behavior* sebagai variabel dependen.

Relationship of Saving Habit Determinants among Undergraduate Students: A Case Study of UiTM Negeri Sembilan, Kampus Seremban merupakan penelitian yang dilakukan oleh Syahrom *et al.*, (2017) bertujuan untuk mencapai dua tujuan. Pertama, untuk mengetahui hubungan determinan kebiasaan menabung pada mahasiswa S1 UiTM Negeri Sembilan Kampus Seremban dan kedua adalah untuk menghasilkan model statistik berdasarkan determinan kebiasaan menabung. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.229 mahasiswa sarjana namun sampel yang terkumpul hanya sebanyak 344 mahasiswa

sarjana dan sudah dianggap representatif untuk populasi. Penyebaran kuesioner menggunakan teknik *stratified probability sampling* dan *cross-sectional method* dan ruang lingkupnya adalah mahasiswa sarjana UiTM Negeri Sembilan, Kampus Seremban.

Jamal *et al.* (2016) melakukan penelitian yang berjudul *Determinants of Savings Behavior among University Students in Sabah, Malaysia* mengambil sampel yaitu siswa universitas negeri dan swasta dan pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan *convenient sampling technique*. Kuesioner terstruktur sebanyak 1728 telah lengkap dan dapat digunakan untuk melanjutkan pengolahan data menggunakan perangkat lunak SMART-PLS versi 2.0. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menyelidiki faktor-faktor yang memberi pengaruh *Saving Behavior* di kalangan mahasiswa serta untuk menguji peran *Financial Attitude* dalam peran mediasinya dalam hubungan antara *Financial Literacy* dan *Saving Behavior*.

Customers' Savings Rate and Share of Wallet: The Moderating Role of Religion and Ethnicity/Immigrant Generation Vis-à-Vis Attitude as Mediator adalah penelitian yang dilakukan oleh Hamin *et al.* (2016) bertujuan untuk menguji apakah *Attitude*, *Income*, *Religious Belief* dan *Ethnicity* berpengaruh pada *Saving Behavior*. Penelitian ini mengambil sampel 755 konsumen dan menggunakan pemodelan persamaan struktural dan analisis multivariat untuk menguji mediasi efek sikap terhadap uang dan efek moderat agama dan generasi etnis / imigran. Untuk menguji hipotesis penelitian ini, kuesioner dirancang dan diberikan kepada konsumen di tiga negara, Australia, Kanada, dan Cina.

Penelitian berjudul *Determinant of Saving Behavior among Staff in International Islamic University College Selangor* yang dilakukan oleh Ahmad *etal.* (2015) menggunakan survei berbasis kuesioner untuk mendapatkan informasi tentang perilaku menabung. Responden penelitian ini adalah seluruh staf KUIS di departemen akademik dan administrasi. Sebanyak 103 karyawan menyelesaikan kuesioner dan data diolah menggunakan SPSS 20. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Financial Management, Financial Literacy, Financial Distress* serta *Saving Behavior* sebagai variabel dependen.

Factors Affecting Savings Habits within Millennials in Malaysia : Case Study on Students of Taylor ' s University yang diteliti oleh Alwi *et al.* (2015) untuk menyelidiki faktor utama yang mempengaruhi perilaku dan kebiasaan menabung dalam *Millennials* atau Gen Y di Malaysia. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan 70 kuesioner dibagikan kepada sampel yang dipilih secara acak. Populasi sasaran dalam survei ini terdiri dari mahasiswa S1 khususnya Akuntansi dan Keuangan, Keuangan dan Ekonomi, Perbankan dan Keuangan serta Administrasi Bisnis. Penelitian ini terdiri dari *Financial Literacy, Parental Socialization, Peer Influence* beserta *Self Dominance* sebagai variabel bebas dan *Saving Behavior* sebagai variabel terikat.

Jamal *et al.* (2015) dengan penelitian berjudul *The Effects of Social Influence and Financial Literacy on Savings Behavior: A Study on Students of Higher Learning Institutions in Kota Kinabalu, Sabah* secara khusus bermaksud untuk menyelidiki faktor-faktor penentu *Saving Behavior*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur. Sampel yang diambil dalam penelitian ini

merupakan siswa Kota Kinabalu. Peneliti membagi sebanyak 1500 kuesioner dan sebanyak 1124 telah lengkap dan dapat digunakan untuk analisa selanjutnya sehingga memberikan tingkat tanggapan sebesar 75% dan diolah menggunakan SMART-PLS, perangkat lunak *structural equation modelling* generasi kedua.

Variabel dependen penelitian ini adalah *Saving Behavior* dan variabel independen penelitian ini terdiri dari *Peer Influence*, *Family Influence*, *Financial Literacy* beserta *Financial Attitude* sebagai variabel mediasi antara *Financial Literacy* dan *Saving Behavior*.

Penelitian dengan judul *Factors Affecting Personal Financial Management Behaviors: Evidence from Vietnam* dilakukan pada tahun 2015 oleh

Mien & Thao bertujuan untuk menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi *Saving Behavior* di Vietnam. Data dikumpulkan menggunakan *convenience sample method* dengan kuesioner terstruktur. Sebanyak 400 kuesioner dibagi

langsung dan menyisakan sejumlah 307 kuesioner yang cocok. Data yang telah dikumpulkan diuji menggunakan uji reliabilitas oleh *Cronbach's alpha* yang selanjutnya dianalisa menggunakan SPSS dan AMOS. Penelitian ini menganalisis

bagaimana hubungan *Financial Attitude*, *Knowledge* dan *Locus of Control* sebagai variabel independen memberi pengaruh terhadap *Saving Behavior* sebagai variabel dependen.

Penelitian oleh Hidayat dan Akhmad (2015) berjudul *The Influence of Service Quality, Religious Commitment and Trust on The Customers' Satisfaction and Loyalty and Decision to Do the Transaction in Mandiri Sharia Bank of Jawa*

Timur dirancang untuk mengetahui hubungan antara *Service Quality*, *Customer*

Trust dan *Religious Belief* sebagai variabel independen, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* adalah variabel intervening, serta *Saving Behavior* sebagai variabel dependen. Jumlah sampel berkisar antara 105 hingga 210 responden dan responden dialokasikan di 10 cabang utama Mandiri Syariah Bank of Jawa Timur.

Jumlah responden dalam penelitian ini terkumpul sebanyak 160 responden.

Hinga (2014) dengan penelitian berjudul *Relationship of Financial Literacy on Individual Savings of Employees of Postal Corporation of Kenya Based In Nairobi* memilih data primer yang dikumpulkan dari kuesioner semi terstruktur. Sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 1.060 karyawan PCK khususnya di Nairobi. Data kemudian dikodekan dan dimasukkan ke dalam SPSS Versi 17.0.

Mahdzan dan Tabiani (2013) menyelesaikan sebuah penelitian mengenai pengaruh *Financial Literacy* terhadap *Saving Behavior* di Malaysia. Responden adalah orang-orang yang secara langsung atau tidak langsung kenal dengan para peneliti, dan terutama termasuk orang-orang yang bekerja yang menjalani kursus *Master of Business Administration* (MBA) di Universitas Malaya, dan orang-orang yang berlokasi di wilayah Lembah Klang, Malaysia. Sebanyak 200 lembar kuesioner dibagikan, dan 148 kuesioner dikembalikan. Namun, hanya 95 di antaranya yang lengkap dan dapat digunakan. Sementara itu, 2000 kuesioner dikumpulkan melalui *spread sheet online* dibagikan namun hanya 97 formulir yang dapat digunakan dan lengkap. Secara total, 192 kuesioner dapat digunakan dan data dianalisa menggunakan SPSS.

Studi berjudul *An Empirical Investigation on Determinants of Attitude towards Saving Behavior* yang diteliti oleh Ismail *et al.* (2013) memiliki maksud untuk mengenal faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku menabung. Data penelitian ini diperoleh dari tanggapan atas kuesioner pada survei aktual. Sebanyak 150 kuesioner disediakan dan menggunakan SPSS 20 untuk melakukan analisis frekuensi, analisis deskriptif, keandalan dan analisis regresi berganda. Prosedur pengumpulan sampel adalah *stratified random sampling*. Variabel independen yang digunakan adalah *Services Quality, Religious Belief, Knowledge, Social Influence, Media Advertisement* dan variabel dependen adalah *Saving Behavior*.

Penelitian yang dilakukan oleh León (2013) berjudul *Religion and Economic Outcomes – Household Savings Behavior in the USA* menemukan perbedaan mencolok dalam tingkat tabungan dan jumlah yang dihemat antara individu yang beragama dan yang tidak beragama serta lintas kelompok agama. Fokus dari penelitian ini adalah pada satu karakteristik demografis tertentu, sebagian besar diabaikan sebagai penjelasan untuk heterogenitas dalam tabungan rumah tangga: identitas budaya individu. Variabel independen dalam studi ini adalah *Religious belief* dan variabel dependen adalah *Saving Behavior*.

Balint dan Horvathne (2013) melakukan penelitian dengan judul *Saving Habits Of Hungarian College* bertujuan untuk memeriksa pengetahuan keuangan mahasiswa, dan untuk menganalisis lebih dalam tentang bagaimana mereka dapat mengelola kekayaan rumah tangga mereka. Kuesioner penelitian oleh Balint dan Horvathne (2013) telah di isi oleh 323 mahasiswa Hungaria dan pengembangan

kuesioner dilakukan secara *online*. Variabel independen yang dipakai dalam penelitian adalah *Knowledge* untuk mengukur apakah berpengaruh pada variabel dependen yaitu *Saving Behavior*.

Determinants of Saving Behaviour among the University Students in Malaysia merupakan penelitian yang dilakukan oleh Chai *et al.* (2012) memiliki maksud untuk memahami serta meneliti apakah *Financial Literacy, Parental Socialization, Peer Influence, Self-Control* berpengaruh signifikan terhadap *Saving Behavior* mahasiswa di Malaysia. Data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner yang dikelola sendiri. Sampel penelitian ini terdiri dari 420 siswa dari empat universitas negeri dan dua universitas swasta selanjutnya data diproses melalui SPSS versi 17.

2.2 Definisi Variabel Dependen

Variabel dependen (bebas) yang dipakai dalam penelitian ini merupakan perilaku menabung. Mengelola keuangan sangatlah penting bagi setiap individu dikarenakan menghasilkan uang lebih sulit daripada menghabiskannya. Hal tersebut mengharuskan setiap individu untuk lebih giat lagi dalam menabung dan mengelola keuangan mereka dengan bijak.

Definisi perilaku menabung menurut sudut pandang (Kamarudin & Hashim, 2018) gabungan dari persepsi keperluan di masa akan datang, keputusan menabung serta tindakan menabung dan menurut (Tharanika & Andrew, 2017) perilaku menabung adalah tindakan seorang individu dalam upaya mengurangi pengeluarannya serta cara mereka menunda dalam mengonsumsi sesuatu.

Tabungan terjadi ketika seseorang dapat menyimpan sejumlah uang dari

pendapatannya daripada membelanjakan uangnya dan menabung juga berarti mengorbankan beberapa konsumsi saat ini dalam upaya meningkatkan standar hidup mereka di masa yang akan datang (Ismail et al., 2020). Menurut Kassim *et al.* (2019), tingkat penghasilan pribadi akan meningkat di masa depan bagi orang yang mampu menabung lebih banyak sehingga mereka memiliki lebih sedikit tekanan finansial dan dapat menikmati kualitas hidup yang lebih baik.

Pengertian tabungan menurut kamus Bank Indonesia adalah simpanan yang dimana cara penarikannya hanya bisa dilakukan sesuai syarat-syarat yang telah ditentukan dan disepakati, tetapi tabungan tersebut tidak dapat ditarik menggunakan cara lain seperti cek, bilyet giro, atau cara lainnya yang dapat disamakan. Tabungan merupakan bagian dari pendapatan yang tidak dihabiskan atau dibelanjakan untuk pengeluaran saat ini karena seseorang tidak dapat memprediksi apa yang mungkin saja terjadi di masa depan, karena itu uang harus ditabung untuk situasi dan kejadian atau keadaan darurat yang tidak terduga (Nyarko et al., 2018). Kita ketahui bahwa kondisi ekonomi tidak dapat diprediksi dan seiring berjalannya waktu, kebutuhan masing-masing individu tentunya akan semakin meningkat dan oleh karena itu, kita harus menyisihkan sebagian dari pendapatan untuk ditabung. Hal tersebut dapat membantu memenuhi beberapa kebutuhan yang wajib terpenuhi maupun kebutuhan yang tidak terduga di masa mendatang.

Sebagian besar orang yang telah berlatih untuk menabung selama masa-masa sulit dan tidak berfoya-foya cenderung lebih dapat bertahan di masa depan.

Jika seseorang tidak menabung dan gagal dalam mengelola uang mereka dengan

benar, itu dapat menyebabkan masalah keuangan seperti kebangkrutan. Kebangkrutan ini terjadi karena kurangnya perencanaan keuangan dan juga kurangnya pengetahuan keuangan pada seorang individu sehingga mereka tidak memiliki tabungan dan pada saat yang sama mereka terlibat dalam hutang apa, itu akan mengarah pada perasaan malu dan stres (Ismail *et al.*, 2020). Hal tersebut mengingatkan kita untuk selalu menabung sehingga kita dapat menghindari masalah keuangan apa pun dan bebas melakukan investasi nantinya.

Pengertian perilaku menabung jika dilihat dari penjabaran definisi variabel di atas dapat disimpulkan sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang untuk menyimpan sebagian dari pendapatan mereka untuk kebutuhan yang harus dipenuhi maupun yang tidak terduga di masa yang akan datang sehingga dapat memperoleh keadaan ekonomi yang lebih stabil serta untuk menghindari keterlibatan dalam berhutang dan masalah keuangan seperti kebangkrutan.

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh *Financial Literacy* terhadap Perilaku Menabung

Menurut Otoritas Jasa Keuangan (2017), *financial literacy* dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keterampilan serta kepercayaan akan suatu kelembagaan, produk dan jasa, serta sikap dan perilaku mempengaruhi pertumbuhan pendidikan keuangan yang dapat mendorong terbentuknya kesejahteraan masyarakat. Hasil survei oleh OJK mengenai literasi keuangan masyarakat di Indonesia di tahun 2013 adalah pada angka 21,8%, dimana artinya hanya ada 22 orang yang termasuk golongan *well-literate* dari setiap 100 orang

penduduk. Namun pada tahun 2016, angka literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat menjadi 29,7%. Kita dapat lihat bahwa dalam kondisi seperti ini, masyarakat Indonesia masih belum mempunyai pengetahuan untuk menggunakan uang secara produktif serta memahami produk dan layanan jasa keuangan formal dengan baik. Masyarakat cenderung lebih tertarik terhadap tawaran investasi yang memiliki potensial untuk merugikan mereka.

Literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan atau pemahaman mengenai konsep dan resiko keuangan, motivasi, keterampilan serta kepercayaan diri dalam upaya menyesuaikan pengetahuan dan pemahaman tersebut untuk membuat keputusan dengan efektif di berbagai hubungan keuangan, untuk meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat juga untuk memungkinkan berpartisipasi dalam kehidupan ekonomi(OECD, 2020). Literasi keuangan seperti pemahaman yang lebih baik tentang manajemen kredit, pengetahuan investasi, kemampuan menyiapkan anggaran, dan lain-lain memiliki dampak kuat pada perilaku tabungan setiap orang. Tidak hanya itu, terkadang mahasiswa yang memiliki literasi keuangan dapat berperilaku seperti investor yang rasional(Khatun, 2018) dan literasi keuangan diperlukan untuk membuat keputusan keuangan sehingga keamanan finansial terwujud (Tharanika & Andrew, 2017). Mahasiswa yang khususnya hidup tanpa menggunakan uang dan tanpa pengawasan orang tua, mereka harus belajar bagaimana cara membuat anggaran belanja dan penggunaan uang yang tepat sehingga dapat membantu mereka dalam pengambilan keputusan keuangan di masa depan.

Individu yang tidak mengetahui mengenai literasi keuangan dapat membatasi mereka dalam mengelola keuangan yang baik serta kemampuan dalam membuat keputusan keuangan yang baik dan tepat. Mereka yang memiliki literasi keuangan yang lebih baik dapat memahami mekanisme untuk menghemat uang dan konsekuensi dari tidak memiliki tabungan (Kassim *et al.*, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh Kamarudin dan Hashim (2018) serta Karunaanithy *et al.* (2017) membuktikan bahwa *financial literacy* memiliki hubungan terkuat dengan perilaku menabung serta individu yang punya *financial literacy* lebih tinggi biasanya karena kegiatan menabung rentan memiliki kemampuan mengidentifikasi pentingnya dan ilmu mengenai tabungan.

Masyarakat yang memiliki literasi keuangan yang sehat menciptakan lebih banyak kesadaran dan kemampuan untuk merencanakan di mana uang harus dibelanjakan dan juga dapat menciptakan lebih banyak pendapatan dengan memiliki beberapa kegiatan investasi. Kassim *et al.* (2019); Khatun (2018); Tharanika & Andrew (2017) menyatakan bahwa *financial literacy* memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku menabung. Hal tersebut membuktikan bahwa jika seseorang memiliki tingkat *literasi keuangan* yang baik, maka mereka dapat membuat skala prioritas dalam mengelola penggunaan keuangan yang efektif serta memiliki pengetahuan dalam merencanakan dan mengelola keuangan yang baik dan benar. Selain itu, dengan literasi keuangan yang baik, mereka akan dapat memahami cara menginvestasikan uang dan selalu membuat pertimbangan untung rugi sebelum mengambil tindakan, sehingga mereka masih bisa menabung (Chalimah *et al.*, 2019). Satu pendapat dengan studi yang telah dilakukan oleh

Naradin *et al.* (2017), Jamal *et al.* (2016), Ahmad *et al.* (2015), Alwi *et al.* (2015), Mahdzan & Tabiani (2013) dan Chai *et al.* (2012) bahwa hasil penelitian mereka juga menunjukkan *financial literacy* memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku menabung.

2.3.2 Pengaruh *Parental Socialization* terhadap Perilaku Menabung

Parental socialization dapat diartikan sebagai proses sosialisasi dimana orang tua memberi pengertian serta cara interaksi sosial dengan sesama individu dalam lingkungan masyarakat. Orang tua dapat disebut sebagai objek yang paling dekat dengan seorang anak dalam kesehariannya dan mereka dapat membantu mengembangkan kebiasaan menabung yang baik dengan mendorong anak-anak untuk menggunakan produk keuangan saat tumbuh dewasa di rumah (Manfrè, 2019). Pendidikan mengenai tabung-menabung harus ditanamkan dalam diri anak sejak dini supaya mereka dapat lebih bijak dalam mengatur keuangannya. Menurut Kamarudin dan Hashim (2018), siswa yang berasal dari keluarga yang sering membahas tentang masalah keuangan dan memberikan lebih banyak nasihat keuangan memiliki keterampilan manajemen keuangan yang lebih baik.

Kebiasaan ekonomi dapat dengan mudah ditularkan oleh orang tua ke anaknya melalui mekanisme sosialisasi keuangan dan juga memainkan peran penting dalam mempengaruhi kebiasaan keuangan yang baik selama masa kanak-kanak, yang mungkin juga akan bertahan dalam diri anak kedepannya. Kata lain, anak-anak yang tumbuh besar dekat dan mempunyai hubungan sehat dengan keluarga mereka cenderung lebih memiliki orientasi masa depan dan mempunyai perilaku keuangan yang baik pula (Jamal *et al.*, 2016). Dukungan dari orang tua

sangatlah penting untuk membantu remaja mencapai kehidupan dewasa mereka dan orang tua yang berperilaku finansial positif dapat menjadi panutan bagi anak-anak mereka dalam masalah finansial dan akan memicu sikap beserta perilaku yang positif.

Orang tua adalah guru pertama dari setiap anak dan sebagian besar kebiasaan di antara anak-anak dan sosialisasi implisit terjadi melalui komunikasi bawah sadar norma-norma dan harapan, melihat atau meniru perilaku dan isyarat halus dari perilaku orang tua (Khatun, 2018). Hal tersebut berarti latar belakang, budaya, kebiasaan menabung, dan cara pandang mereka tentang menabung maupun pengeluaran memiliki efek pada perilaku anak-anak mereka. Menurut Jamal *et al.* (2016), orang tua yang memberikan pendekatan langsung dalam mengajar anak-anak mereka tentang pengelolaan uang, tunjangan dan rekening bank akan semakin memotivasi mereka untuk menurunkan penggunaan kartu kredit mereka di perguruan tinggi. Dalam penelitiannya menyatakan bahwa *parental socialization* memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku menabung siswa.

Manfrè (2019) serta Kamarudin & Hashim (2018) menyatakan bahwa ajaran orang tua memiliki dampak jangka panjang pada bagaimana individu berperilaku di masa depan dan mengkonfirmasi peran orang tua sebagai agen sosialisasi yang relevan serta penelitian menunjukkan bahwa *parental socialization* dan perilaku menabung berhubungan signifikan. Anak-anak yang menerima sosialisasi keuangan ketika tumbuh dewasa di rumah melalui pengajaran tentang uang atau paparan utama terhadap instrumen keuangan lebih

cenderung memiliki produk keuangan yang aman seperti asuransi atau rekening pension di kemudian hari. Sependapat dengan penelitian Karunaanithy *et al.* (2017), Syahrom *et al.* (2017), Jamal *et al.* (2016), Alwi *et al.* (2015) dan Chai *et al.* (2012) juga menyatakan bahwa *parental socialization* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku menabung.

2.3.3 Pengaruh *Service Quality* terhadap Perilaku Menabung

Service quality merupakan tingkat kinerja atau tindakan, manfaat dan fungsi karyawan dalam operasi perusahaan untuk melayani kebutuhan pelanggan secara tepat dan memuaskan serta sesuai dengan harapan pelanggan (Budianto, 2019). Kualitas layanan yang baik dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan maupun kepuasan bagi karyawannya. Hal tersebut dapat dikaitkan dengan ketersediaan pelayanan oleh bank. Contohnya adalah seberapa ramahkah karyawan bank yang melayani nasabahnya di loket, penawaran produk yang bagus dan bermanfaat serta lamanya waktu yang digunakan untuk melayani pelanggannya (Ismail *et al.*, 2018). Bank dan lembaga keuangan harus selalu aktif dalam mempromosikan dan mendorong pelanggan untuk menabung maupun menginvestasikan uang dalam organisasi mereka. Upaya yang dapat dilakukan untuk berkompetitif dan meningkatkan skala pasar adalah lembaga-lembaga ini harus memperbarui inovasi dalam layanan mereka dan mengikuti perubahan teknologi supaya tidak tertinggal di industri tersebut.

Di era ini, kita dapat melihat bahwa banyak orang lebih memilih untuk melakukan transaksi *online* karena kehidupan masing-masing individu yang sibuk sehingga inovasi pada tabungan, investasi atau layanan lain harus dilakukan oleh

lembaga keuangan apa pun untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan jelas lebih senang dengan kualitas pelayanan yang unggul dan ketika perusahaan memperoleh kepuasan pelanggan, maka keuntungan akan terjamin karena menilai hubungan baik antara bank maupun lembaga keuangan lainnya dengan pelanggannya dapat bermanfaat bagi manajemen di perusahaan. Kualitas layanan ialah skala yang menentukan perilaku klien karena kualitas layanan berasal dari hasil layanan penyedia layanan dalam sebuah organisasi (Assefa, 2019). Penjelasan tersebut dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan yang baik dapat memberi dampak terhadap perilaku menabung seseorang.

Kualitas didefinisikan sebagai sesuatu yang dicari konsumen dalam penawaran dan kelebihan karakteristik dari suatu layanan ataupun produk yang dapat mendukung dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan oleh pelanggan (Assefa, 2019). Memberikan layanan dan kualitas produk dianggap sebagai strategi penting untuk kesuksesan dan persaingan yang meningkat mendorong banyak bisnis untuk menyesuaikan langkah-langkah untuk membedakan diri dari saingan mereka (Moroder, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Kumalasari *et al.* (2019), Iqbal *et al.* (2018), Hidayat & Akhmad (2015), dan Ismail *et al.* (2013) menyatakan bahwa *service quality* memiliki hubungan signifikan terhadap variabel perilaku menabung dan pelayanan yang baik merupakan sesuatu yang dirasakan langsung oleh pelanggan sehingga jika mereka puas dengan pelayanan yang diberikan, hal tersebut akan mendorong mereka untuk menabung kembali.

2.3.4 Pengaruh *Religious Belief* terhadap Perilaku Menabung

Kota Batam adalah sebuah daerah di mana terdapat banyak pendatang, sehingga agama yang dianut oleh penduduk di kota ini juga beragam. Mayoritas agama yang di anut oleh masyarakat kota Batam per tahun 2019 adalah Islam dengan jumlah sebanyak 71,51% selanjutnya Kristen Protestan yaitu sebanyak 18,08%, Budha sebanyak 6,86%, Katolik sebanyak 3,29%, Hindu sebanyak 0,07%, serta yang Lainnya sebanyak 0,12% (Badan Pusat Statistik, 2020). Data tersebut membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat di kota Batam menganut agama dan agama cenderung memberi dorongan bagi pengikut mereka untuk tidak berfoya-foya (Ismail *et al.*, 2013) serta agama membentuk pengalaman emosional individu dan kesejahteraan psikologis, yang dapat mempengaruhi keputusan dan tindakan individu Kassim *et al.* (2019). Kebanyakan orang beragama sering memiliki kecenderungan materialistis yang rendah. Hal yang mereka sukai bukan barang mahal dan merek mewah namun mereka lebih suka mengurangi konsumsi barang fisik dan cenderung rasional dalam setiap pembelian yang mereka lakukan serta sangat berhati-hati dengan pengeluaran mereka dan itu memberi lebih banyak keuntungan untuk tabungan mereka.

Agama secara bertahap melangkah ke dalam semakin banyak kehidupan masyarakat, mempengaruhi mentalitas dan gaya hidup serta agama mereka, yang secara langsung mempengaruhi sikap ekonomi dan mempengaruhi perilaku ekonomi individu (Ma *et al.*, 2018). Ma *et al.* (2018) dalam penelitian sebelumnya menyatakan bahwa orang beragama memiliki kecenderungan menabung yang lebih tinggi daripada orang yang tidak beriman. Mereka yang beriman memiliki

penghematan yang lebih kuat dan penolakan risiko serta tanggung jawab finansial yang lebih lemah, namun, tanggung jawab sosial mereka yang lebih kuat, seperti sumbangan uang ekstra untuk kegiatan kesejahteraan masyarakat seperti perlindungan lingkungan. Penelitian tersebut menyatakan bahwa *religious belief* secara signifikan berkorelasi dengan perilaku menabung.

Religiusitas adalah komitmen dipegang seseorang yang terlihat dari aktivitas maupun perilaku yang dimiliki terkait dengan keyakinan agama, ataupun kepercayaan. Nugroho *et al.* (2017) menyatakan bahwa semakin besar tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi pula keinginan mereka dalam memakai produk disediakan oleh bank dan jika semakin kecil tingkat religiusitas, maka semakin rendah pula kemungkinan mereka menggunakan produk dari bank. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa *religious belief* memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku menabung dan pendapat yang sama dengan studi sebelumnya yang dilakukan oleh Ismail *et al.* (2018), Ma *et al.* (2018), Satsios & Hadjidakis (2017), Hamin *et al.* (2016) dan Ismail *et al.* (2013) menyatakan bahwa variabel *religious belief* memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel perilaku menabung.

2.3.5 Pengaruh *Knowledge* terhadap Perilaku Menabung

Pengetahuan mengenai konsepsi finansial, prosedur tentang keuangan dan juga penggunaan pemahaman ini dibutuhkan dalam menyelesaikan masalah finansial. Menurut Copur (2015), *financial knowledge* adalah kemampuan seseorang mengelola uang dalam penggunaan yang berbeda, termasuk memonitor masalah keuangan mereka dengan rutin dan membuat pilihan yang tepat untuk

kebutuhan masyarakat yang melek finansial. Jika seseorang memiliki *knowledge* yang baik dalam finansial maka kemampuan mereka dalam mengelola keuangan juga akan lebih baik. Kurangnya perencanaan keuangan dan pengetahuan keuangandapat menyebabkan kebangkrutan dan mereka yang tidak memiliki tabungan karena tidak memiliki pengetahuan untuk menabung bisa saja terlibat dalam hutang apa pun (Ismail *et al.*, 2020). Hal tersebut akan mengarah pada perasaan malu dan stres.

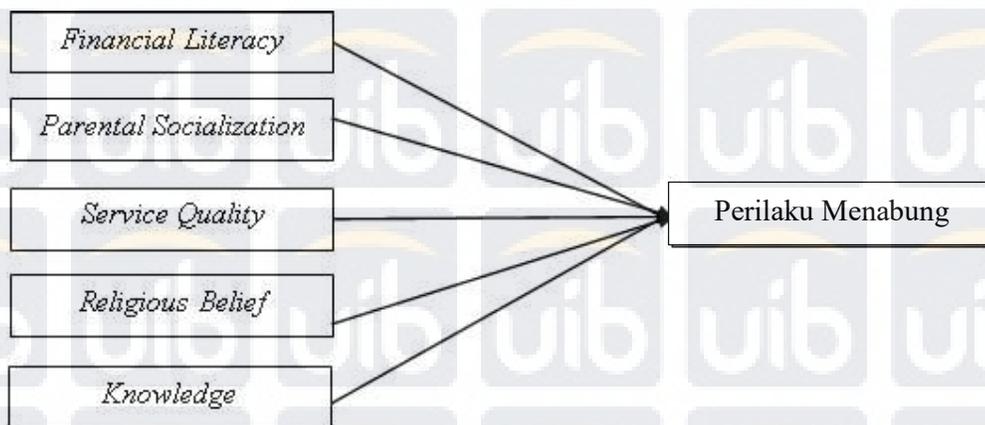
Semakin berkembangnya evolusi saat ini di pasar keuangan menjadi semakin penting bagi konsumen untuk menjadi lebih berpengetahuan dan mahir dalam mengelola keuangan mereka(Hinga, 2014). Penelitian yang dilakukan sebelumnya membuktikan bahwa seseorang yang memiliki ilmu keuangan yang lebih tinggi memiliki kemampuan lebih baik untuk mempersiapkan diri dalam merencanakan pensiun mereka melalui rencana tabungan dan asuransi yang lebih baik. Hasil tersebut telah meyakinkan para pembuat kebijakan di negara-negara berkembang dan maju untuk meningkatkan upaya dalam memajukan pendidikan keuangan, untuk memungkinkan peningkatan tabungan rumah tangga dan partisipasi di pasar keuangan, untuk meningkatkan kesejahteraan mereka dan pada akhirnya dapat membantu mengurangi kemiskinan.

Menabung diketahui memiliki dampak positif pada perekonomian secara keseluruhan. Oleh karena itu, pengetahuan tentang menabung harus ditanamkan sejak dini dalam diri seseorang. Penelitian yang dilakukan oleh (Ismail *et al.*, 2020) terbukti bahwa *knowledge* memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku menabung. Selanjutnya, Mien & Thao (2015), Ismail *et al.* (2013) dan Balint &

Horvathne (2013) memiliki hasil penelitian yang sependapat yaitu pengetahuan secara signifikan terkait dengan perilaku menabung. Rendahnya *knowledge* seseorang dapat mengakibatkan mereka tidak mengerti bagaimana cara mengelola keuangannya dengan benar dan memberi dampak kurangnya minat seseorang dalam menabung karena ketidaktahuannya mengenai pentingnya menabung.

2.4 Metode Penelitian dan Perumusan Hipotesis

Model penelitian dapat digambarkan seperti dibawah ini:



Gambar 2.6 Model Analisis Penelitian yang diusulkan oleh Peneliti, Sumber: Peneliti (2020)

Berdasarkan model penelitian dijabarkan di atas, peneliti mengusulkan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- H₁: *Financial literacy* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa di kota Batam.
- H₂: *Parental socialization* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa di kota Batam.
- H₃: *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa di kota Batam.

H₄: *Religious belief* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa di kota Batam.

H₅: *Knowledge* berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung mahasiswa di kota Batam.