

PENGARUH LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI PADA POLA MENABUNG MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS DENGAN KECENDERUNGAN KONSUMSI BARANG BRANDED SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Eka Putri Zuliana^{1*}, & Dedi Rusdi²

¹Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung

²Universitas Islam Sultan Agung

*e-Mail: ekaprzz46@gmail.com

Submit Tgl: 16-April-2026

Diterima Tgl: 20-April-2026

Diterbitkan Tgl: 24-April-2026

Abstract: *This study examines the influence of financial literacy and self-control on the saving patterns of students in the Faculty of Economics and Business, with the tendency to consume branded goods as a mediating variable. The background is the rising consumerism among students, where branded products function as status symbols but often lead to impulsive spending and weakened saving habits. The research aims to test the significant effects of financial literacy and self-control on saving behavior, the mediating role of branded consumption tendency, and the dominant determinant of financial allocation between prestige and future planning. A quantitative survey design was used, with a population of 1,280 students and a purposive sample of 64 respondents. Data were collected using a 5-point Likert-scale questionnaire measuring financial literacy, self-control, saving pattern, and branded consumption tendency, then analyzed through validity and reliability tests, classic assumption tests, multiple regression, and Sobel mediation tests. The results show that financial literacy, self-control, and branded consumption tendency jointly influence saving behavior significantly, with an R^2 of 0.990. Financial literacy and branded consumption tendency have negative significant effects, while self-control has a positive significant effect on saving. Mediation analysis indicates that branded consumption tendency partially mediates the relationship between financial literacy and saving but does not effectively mediate the effect of self-control. The conclusion is that, although self-control strengthens saving behavior, higher financial literacy and stronger branded consumption tendency are associated with lower saving among students, warranting structured financial education and behavioral interventions.*

Keywords: *Branded Consumption; Financial Literacy; Saving Behavior; Self Control; Student Finance*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap pola menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, dengan kecenderungan konsumsi barang branded sebagai variabel mediasi. Latar belakangnya adalah meningkatnya gaya konsumtif di kalangan mahasiswa, di mana barang bermerek menjadi simbol status tetapi kerap mendorong pembelian impulsif dan menurunkan kebiasaan menabung. Tujuan penelitian adalah menguji pengaruh signifikan literasi keuangan dan kontrol diri terhadap pola menabung, peran mediasi kecenderungan konsumsi barang branded, serta penentu dominan alokasi keuangan antara kebutuhan status dan perencanaan jangka panjang. Pendekatan kuantitatif dengan desain survei digunakan;

populasi sebanyak 1.280 mahasiswa dan sampel purposif 64 responden. Instrumen berupa kuesioner skala Likert 5 poin untuk mengukur literasi keuangan, kontrol diri, pola menabung, dan kecenderungan konsumsi barang branded, yang dianalisis dengan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi berganda, dan uji mediasi Sobel. Hasil menunjukkan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, serta kecenderungan konsumsi barang branded secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pola menabung dengan R^2 0,990. Literasi keuangan dan kecenderungan konsumsi barang branded berpengaruh negatif signifikan, sedangkan kontrol diri berpengaruh positif signifikan terhadap pola menabung. Uji mediasi menunjukkan bahwa kecenderungan konsumsi barang branded berperan sebagai mediator parsial antara literasi keuangan dan pola menabung, namun tidak berfungsi kuat sebagai mediator untuk pengaruh kontrol diri. Kesimpulannya, kontrol diri merupakan faktor paling penting dalam memperkuat pola menabung mahasiswa, sementara literasi keuangan dan dorongan konsumsi barang branded justru berkorelasi dengan penurunan tabungan, sehingga perlu dikelola melalui program edukasi keuangan dan pembiasaan perilaku finansial yang terdisiplin.

Kata kunci: Konsumsi Bermerek; Literasi Keuangan; Perilaku Menabung; Pengendalian Diri; Keuangan Mahasiswa

Cara mengutip Zuliana, E. P., & Rusdi, D. (2026). Pengaruh Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri pada Pola Menabung Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan Kecenderungan Konsumsi Barang Branded sebagai Variabel Mediasi. *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(2), 499–515. <https://doi.org/10.71456/sur.v4i2.1700>

PENDAHULUAN

Di tengah masyarakat Indonesia yang semakin terpengaruh tren konsumsi, khususnya di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, produk-produk bermerek telah menjadi simbol prestise, kualitas unggul, dan penanda status sosial tinggi, mendorong pengeluaran berlebih meskipun berdampak negatif pada kebiasaan menabung dan pertumbuhan ekonomi nasional melalui stimulasi pasar impor (Wicaksari, 2025; Susilawati, 2025). Antusiasme ini sering memicu pembelian impulsif yang tidak sesuai kebutuhan riil atau kemampuan finansial, menyebabkan masalah keuangan pribadi seperti utang serta mengurangi tabungan secara keseluruhan, sementara pada skala luas menghambat modal lokal karena dominasi produk asing seperti pakaian bekas ilegal yang menekan konsumsi tekstil domestik hingga 22,73% pada 2022 (Wicaksari, 2025; Rizki et al., 2025).

Masuknya produk impor dengan harga terjangkau dan persepsi kualitas superior semakin menyulitkan barang lokal bersaing, memperburuk pola konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa yang melihat merek sebagai identitas sosial (Wicaksari, 2025; Nabilah, 2024). Literasi keuangan menjadi kunci solusi, sebagaimana didefinisikan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) sebagai pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan untuk keputusan finansial bijak yang meningkatkan kesejahteraan, terbukti relevan bagi pelajar dalam mengelola pengeluaran di tengah godaan merek (OJK, 2025; Susilawati, 2025). Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025 oleh OJK dan BPS mencatat peningkatan indeks literasi menjadi 66,46% dan inklusi 80,51% dibanding tahun sebelumnya, dengan pengumpulan data dari 10.800 responden usia 15-79 tahun di 34 provinsi, termasuk opsi syariah pada 43,42% literasi (OJK & BPS, 2025; OJK, 2025).

Kontrol diri juga krusial sebagai kemampuan mengatur emosi dan dorongan impulsif untuk prioritaskan tabungan atas konsumsi bermerek, didukung penelitian yang menunjukkan gaya hidup berpengaruh negatif signifikan terhadap menabung sementara literasi keuangan positif (Utami & Sirine, 2016; Rizki et al., 2025). Rendahnya literasi keuangan menyebabkan ketidakstabilan prioritas antara tabungan dan gaya hidup, ditambah kelemahan kontrol diri dalam meredam pembelian demi prestise, dengan kecenderungan konsumsi barang branded sebagai mediator negatif yang mengintervensi hubungan literasi serta kontrol diri terhadap pola menabung konsisten (Hendra & Afrizal, 2020; Hajar & Isbanah, 2023).

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh signifikan literasi keuangan dan kontrol diri terhadap pola menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang, peran mediasi kecenderungan konsumsi barang branded, serta determinan dominan alokasi keuangan antara prestise dan perencanaan masa depan. Urgensinya terletak pada kebutuhan program edukasi keuangan di institusi pendidikan untuk cegah konsumsi impulsif di era digital, sementara kebaruan penelitian ini pada integrasi kemajuan teknologi digital sebagai variabel pengaruhi interaksi ketiga faktor tersebut, melengkapi studi sebelumnya yang terbatas pada literasi dan kontrol diri saja (OJK & BPS, 2025; Nabilah, 2024).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif sebagai fondasi utama untuk menguji pengaruh literasi keuangan, kontrol diri, dan peran mediasi kecenderungan konsumsi barang bermerek terhadap pola menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Menurut Sugiyono (2023), penelitian kuantitatif merupakan proses pengumpulan data melalui observasi sistematis dan pengujian empiris pada populasi atau sampel tertentu, yang memungkinkan generalisasi hasil secara statistik melalui analisis deskriptif dan inferensial untuk menguji hipotesis kausalitas antarvariabel (Sugiyono, 2023; Creswell & Creswell, 2023). Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya mengukur variabel secara numerik dan objektif, sesuai dengan rumusan masalah yang menekankan hubungan sebab-akibat, seperti pengaruh literasi keuangan terhadap pola tabungan di tengah tren konsumsi berlebih (Sudaryono, 2021; Emzir, 2022).

Instrumen dan Teknik Analisis Data

Instrumen utama penelitian adalah kuesioner dengan skala Likert 5 poin untuk mengukur indikator literasi keuangan, kontrol diri, pola menabung, serta kecenderungan konsumsi barang bermerek, yang disebarluaskan secara daring melalui Google Forms, Instagram, TikTok, Twitter, dan tatap muka di kelas guna memastikan presisi pengukuran. Teknik analisis data meliputi statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi variabel dan inferensial seperti regresi mediasi untuk menguji hipotesis pengaruh langsung, tidak langsung, serta mediasi negatif kecenderungan konsumsi branded, dengan bantuan perangkat lunak seperti SmartPLS atau SPSS guna memverifikasi signifikansi pada level 0,05 (Creswell & Creswell, 2023; Sudaryono, 2021).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian mencakup seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang sebanyak 1.280 orang, terdiri dari 793 mahasiswa S1 Manajemen, 445 mahasiswa S1 Akuntansi, dan 42 mahasiswa D3 Akuntansi, yang menjadi dasar generalisasi temuan terkait perilaku finansial di kalangan pelajar ekonomi. Sampel diambil sebanyak 64 responden atau 5% dari populasi menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria: (1) mahasiswa aktif minimal semester 2, (2) memiliki pengalaman menabung atau pengelolaan keuangan pribadi minimal 1 tahun, dan (3) bersedia mengisi kuesioner tentang variabel penelitian, sehingga memastikan relevansi dan representativitas data primer (Sugiyono, 2023; Creswell & Creswell, 2023). Pendekatan ini menjamin sampel mencerminkan karakteristik populasi yang terpapar tren konsumsi bermerek, sebagaimana dijelaskan dalam latar belakang fenomena (Sudaryono, 2021; Emzir, 2022).

Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian dimulai dengan penyusunan instrumen kuesioner berdasarkan indikator variabel dari literatur terkini, diikuti uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas data primer yang diperoleh langsung dari responden tanpa perantara. Pengumpulan data dilakukan secara bertahap melalui distribusi daring dan offline kepada sampel purposive selama periode penelitian, kemudian diolah dengan teknik statistik deskriptif untuk ringkasan data dan inferensial untuk pengujian hipotesis mediasi serta pengaruh signifikan (Sugiyono, 2023; Emzir, 2022). Seluruh proses mengikuti etika penelitian dengan informed consent responden, diakhiri interpretasi hasil untuk memberikan rekomendasi praktis bagi pengelolaan keuangan mahasiswa, selaras dengan tujuan penelitian mengenai keseimbangan konsumsi dan tabungan (Creswell & Creswell, 2023; Sudaryono, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Literasi Keuangan

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.845**	.782**	.736**	.925**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	.845**	1	.840**	.713**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	.782**	.840**	1	.788**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	.736**	.713**	.788**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
TotalX1	Pearson Correlation	.925**	.931**	.924**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

Tabel 1 menunjukkan bahwa keempat indikator kuesioner variabel literasi keuangan (X1.1 hingga X1.4) memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0,138, yaitu 0,925; 0,931; 0,924; dan 0,880, sehingga seluruhnya dinyatakan **valid**.

Tabel 2. Uji Validitas Kontrol Diri

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TotalX
X2.1	Pearson Correlation	1	.675**	.771**	.332**	.886**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.2	Pearson Correlation	.675**	1	.729**	.481**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.3	Pearson Correlation	.771**	.729**	1	.526**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
X2.4	Pearson Correlation	.332**	.481**	.526**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
TotalX	Pearson Correlation	.886**	.874**	.914**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

Tabel 2 menunjukkan bahwa keempat indikator kuesioner variabel kontrol diri (X2.1 hingga X2.4) memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0,138, yaitu 0,886; 0,874; 0,924; dan 0,914, sehingga seluruhnya dinyatakan **valid**.

Tabel 3. Uji Validitas Pola Menabung Mahasiswa

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	.715**	.662**	.699**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Y2	Pearson Correlation	.715**	1	.670**	.831**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Y3	Pearson Correlation	.662**	.670**	1	.674**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Y4	Pearson Correlation	.699**	.831**	.674**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
TotalY	Pearson Correlation	.877**	.901**	.854**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

Tabel 3 menunjukkan bahwa keempat indikator kuesioner variabel pola menabung mahasiswa (Y1.1 hingga Y1.4) memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0,138, yaitu 0,877; 0,901; 0,854; dan 0,903, sehingga seluruhnya dinyatakan **valid**.

Tabel 4. Uji Validitas Kecenderungan Barang Branded

		Correlations				
		Z1	Z2	Z3	Z4	TotalZ
Z1	Pearson Correlation	1	.909**	.872**	.891**	.983**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Z2	Pearson Correlation	.909**	1	.728**	.870**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Z3	Pearson Correlation	.872**	.728**	1	.719**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	64	64	64	64	64
Z4	Pearson Correlation	.891**	.870**	.719**	1	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	64	64	64	64	64
TotalZ	Pearson Correlation	.983**	.939**	.885**	.931**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64

Tabel 4 menunjukkan bahwa keempat indikator kuesioner variabel **kecenderungan konsumsi barang bermerek** (Z1.1 hingga Z1.4) memiliki nilai korelasi Pearson di atas 0,138, yaitu 0,886; 0,939; 0,885; dan 0,931, sehingga seluruhnya dinyatakan **valid**.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Literasi Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.933	4

Tabel 5 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel literasi keuangan secara keseluruhan sebesar 0,933, yang melebihi ambang batas 0,6, sehingga kuesioner tersebut dinyatakan **reliabel**.

Tabel 6. Reliabilitas Kontrol Diri

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	4

Tabel 6 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel kontrol diri secara keseluruhan sebesar 0,840, yang melebihi ambang batas 0,6, sehingga kuesioner tersebut dinyatakan **reliabel**.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Pola Menabung Mahasiswa

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.903	4

Tabel 7 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel pola menabung mahasiswa secara keseluruhan sebesar 0,903, yang melebihi ambang batas 0,6, sehingga kuesioner tersebut dinyatakan **reliabel**.

Tabel 8. Uji Reliabilitas Kecenderungan Barang Branded

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	4

Tabel 8 menunjukkan nilai Cronbach's Alpha variabel kecenderungan konsumsi barang branded secara keseluruhan sebesar 0,952, yang melebihi ambang batas 0,6, sehingga kuesioner tersebut dinyatakan **reliabel**.

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 9. Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Literasi_Keuangan	64	8	18	12.31	2.719
Kontrol_diri	64	8	18	12.34	2.727
Pola_menabung_mahasiswa	64	8	18	12.33	2.702
Kecenderungan_barang_branded	64	5	19	11.39	4.100
Valid N (listwise)	64				

Hasil uji analisis deskriptif menunjukkan: (1) literasi keuangan memiliki rentang minimum 8–18, rata-rata 12,31 (SD=2,719); (2) kontrol diri minimum 8–18, rata-rata 12,34 (SD=2,727); (3) pola menabung minimum 8–18, rata-rata 12,33 (SD=2,702); serta (4) kecenderungan barang branded minimum 5–19, rata-rata 11,39 (SD=4,100).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 10. Uji Normalitas Literasi Keuangan

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.08520766
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.057
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Tabel 10 pengujian normalitas menunjukkan nilai Asymptotic Sig. pola menabung terhadap literasi keuangan sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga variabel tersebut berdistribusi normal.

Tabel 11. Uji Normalitas Kontrol Diri

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.06057269
Most Extreme Differences	Absolute		.079
	Positive		.079
	Negative		-.045
Test Statistic			.079
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Tabel 11 pengujian normalitas menunjukkan nilai **Asymptotic Sig.** pola menabung terhadap kontrol diri sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga variabel tersebut **berdistribusi normal**.

Tabel 12. Uji Normalitas Kecenderungan Barang Branded

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.06057269
Most Extreme Differences	Absolute		.079
	Positive		.079
	Negative		-.045
Test Statistic			.079
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200 ^{c,d}

Tabel 12 pengujian normalitas menunjukkan nilai **Asymptotic Sig.** pola menabung terhadap kecenderungan barang branded sebesar 0,200 ($>0,05$), sehingga variabel tersebut **berdistribusi normal**.

2. Multikolonieritas

Tabel 13. Uji Multikolonieritas Literasi Keuangan

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta				Tolerance VIF
1 (Constant)	8.386	3.770			2.224	.030	
X1	.137	.222	.078		.618	.539	1.000 1.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 13 pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai **VIF** 1,000 (<10) dan **Tolerance** 1,000 ($>0,1$) untuk pola menabung terhadap literasi keuangan, sehingga **tidak terjadi multikolonieritas**.

Tabel 14. Uji Multikolonieritas Kontrol Diri

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.744	2.539			3.050	.003		
	X2	.189	.161	.148		1.179	.243	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 14 pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai **VIF** 1,000 (<10) dan **Tolerance** 1,000 (>0,1) untuk pola menabung terhadap kontrol diri, sehingga **tidak terjadi multikolonieritas**.

Tabel 15. Uji Multikolonieritas Kecenderungan Mahasiswa

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.819	3.003		1.938	.057		
	Z	.302	.184	.204	1.640	.106	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y

Tabel 15 pengujian multikolinearitas menunjukkan nilai **VIF** 1,000 (<10) dan **Tolerance** 1,000 (>0,1) untuk pola menabung terhadap kecenderungan barang branded, sehingga **tidak terjadi multikolonieritas**.

3. Heteroskedastisitas

Tabel 16. Uji Multikolonieritas Literasi Keuangan

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-4.646	2.058		-2.258	.028
X1	.053	.154	.053	.344	.732
X2	.191	.107	.261	1.780	.080
Z	.197	.119	.231	1.656	.103

Tabel 16 pengujian heteroskedastisitas menunjukkan nilai **Sig.** pola menabung terhadap literasi keuangan (0,732), kontrol diri (0,080), dan kecenderungan barang branded (0,103), semuanya >0,05, sehingga **tidak terjadi heteroskedastisitas** pada ketiga variabel.

Uji intervening**1. Uji Sobel****Tabel 17. Uji Sobel****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.723	.872	32.937	.000
	Kontrol Diri (X2)	.086	.752	.057	.909
	Literasi Keuangan (X1)	-1.494	.754	-.991	.052
a. 1	(Constant)	19.342	.361	53.566	.000
	KecenderunganKonsumsi Barang Branded (Z)	-.616	.030	-.934	.000

a. Dependent Variable: Pola Menabung Mahasiswa (Y)

Uji Hipotesis**1. Uji R****Tabel 18. Uji R**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.995 ^a	.990	.989	.282

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Kecenderungan Konsumsi Barang Branded (Z), Literasi Keuangan (X1)

Hasil uji R menunjukkan koefisien korelasi (R) sebesar 0,995, yang mengindikasikan hubungan sangat kuat antara variabel literasi keuangan (X1), kontrol diri (X2), kecenderungan konsumsi barang branded (Z), dan pola menabung mahasiswa (Y). Nilai R Square 0,990 berarti 99,0% variasi pola menabung dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sementara 1,0% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model.

2. Uji F**Tabel 19. Uji F****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	455.322	3	151.774	1902.347	.000 ^b
	Residual	4.787	60	.080		
	Total	460.109	63			

a. Dependent Variable: Pola Menabung Mahasiswa (Y)

b. Predictors: (Constant), Kontrol Diri (X2), Kecenderungan Konsumsi Barang Branded (Z), Literasi Keuangan (X1)

Hasil uji F menunjukkan F hitung 1902,347 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga model regresi layak dan signifikan secara statistik. Variabel literasi keuangan (X1), kontrol diri (X2), dan kecenderungan konsumsi barang branded (Z) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pola menabung mahasiswa (Y).

3. Uji T

Tabel 20. Uji T Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.633		3.679	.001
	Kecenderungan Konsumsi Barang Branded (Z)	-.084	-.128	-3.471	.001
	Literasi Keuangan (X1)	-.658	-.663	-4.471	.000
	Kontrol Diri (X2)	1.520	1.534	10.675	.000

a. Dependent Variable: Pola Menabung Mahasiswa (Y)

Berdasarkan hasil uji t, variabel kecenderungan konsumsi barang branded (Z) memiliki koefisien -0,084 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, menunjukkan pengaruh negatif signifikan terhadap pola menabung mahasiswa (Y)—semakin tinggi kecenderungan tersebut, semakin rendah pola menabung. Literasi keuangan (X1) dengan koefisien -0,658 (sig. $0,000 < 0,05$) juga berpengaruh negatif signifikan, di mana peningkatan literasi justru menurunkan pola menabung. Sementara itu, kontrol diri (X2) memiliki koefisien 1,520 (sig. $0,000 < 0,05$), yang menandakan pengaruh positif signifikan—semakin baik kontrol diri, semakin meningkat pola menabung. Secara parsial, ketiga variabel terbukti berpengaruh signifikan terhadap Y.

PEMBAHASAN

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pola Menabung Mahasiswa

Berdasarkan temuan dalam studi ini, terungkap bahwa pemahaman finansial memiliki dampak krusial terhadap kebiasaan menyimpan uang di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Melalui analisis uji t, didapatkan angka signifikansi sebesar 0,000 (di bawah ambang batas 0,05), yang menegaskan bahwa literasi keuangan secara nyata menentukan bagaimana mahasiswa mengelola tabungan mereka. Menariknya, koefisien regresi menunjukkan angka negatif -0,658. Hal ini mengindikasikan fenomena unik pada subjek penelitian ini, di mana peningkatan pengetahuan finansial justru dibarengi dengan penurunan intensitas menabung, yang menunjukkan adanya faktor situasional lain yang memengaruhi keputusan keuangan mereka.

Dalam konteks riset ini, literasi keuangan dimaknai sebagai perpaduan antara wawasan mendalam dan keterampilan praktis dalam menyusun strategi keuangan yang efektif. Hal ini mencakup kemahiran mahasiswa dalam mengelola uang saku, menyusun anggaran bulanan, hingga kesadaran akan pentingnya dana cadangan. Secara teoretis, kecakapan finansial seharusnya menjadi pilar bagi mahasiswa dalam mengambil keputusan yang bijak guna menjaga stabilitas ekonomi pribadi dan membentengi diri dari perilaku konsumtif, terutama terkait daya tarik produk-produk bermerek.

Temuan ini selaras dengan observasi yang dilakukan oleh Ervina Sri Rizki dkk. (2025) serta Pratama dkk. (2023), yang menyimpulkan bahwa penguasaan materi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pola tabungan. Senada dengan itu, penelitian dari Raihan dkk. (2024) serta Suari & Julianto (2024) memperkuat argumen bahwa edukasi keuangan merupakan pendorong utama terbentuknya budaya menabung. Namun, perspektif berbeda

ditunjukkan oleh Subaidi & Liyanto (2024) serta Hajar & Isbanah (2023), di mana dalam amatan mereka, tingkat literasi keuangan tidak serta-merta mengubah perilaku menabung pada kelompok responden yang diteliti.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Pola Menabung Mahasiswa

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri memberikan kontribusi positif yang sangat berarti terhadap kebiasaan menabung mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji t yang menghasilkan koefisien regresi sebesar 1,520 dengan tingkat signifikansi 0,000 (jauh di bawah ambang batas 0,05). Secara statistik, fenomena ini mengisyaratkan bahwa semakin kuat kapasitas individu dalam mengelola dirinya, maka kecenderungan untuk menyisihkan uang dalam bentuk tabungan akan semakin meningkat.

Dalam kajian ini, kontrol diri diposisikan sebagai kemampuan psikologis seseorang untuk menyelaraskan perilakunya dengan standar sosial demi mencapai tujuan yang lebih bermanfaat. Kapasitas ini berperan layaknya "kendali internal" yang membantu mahasiswa meredam keinginan belanja impulsif serta menolak kepuasan instan demi stabilitas finansial di masa depan. Mahasiswa yang memiliki kematangan dalam aspek ini umumnya lebih konsisten dalam tata kelola keuangan, seperti mendahulukan alokasi tabungan sebelum menggunakan sisa dana untuk kebutuhan sekunder.

Temuan tersebut selaras dengan prinsip manajemen perilaku yang memandang kontrol diri sebagai elemen vital dalam memprioritaskan akumulasi aset di atas perilaku konsumtif. Pengendalian diri yang baik memungkinkan mahasiswa tetap teguh pada perencanaan keuangan meski di tengah tekanan gaya hidup atau tren sosial. Hal ini membuktikan bahwa disiplin personal memiliki peran strategis dalam membangun fondasi keuangan yang kuat dan berkelanjutan bagi kelompok usia produktif.

Hasil riset ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh Raihan dkk. (2024), Suari & Julianto (2024), serta Hajar & Isbanah (2023), yang secara konsisten menemukan bahwa efikasi kendali diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Sejalan dengan itu, penelitian dari Pratama dkk. (2023) turut menegaskan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang baik menunjukkan sikap yang lebih proaktif dan terukur dalam merencanakan masa depan keuangan mereka.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kecenderungan Barang Branded

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kemampuan pengendalian diri memberikan kontribusi positif yang sangat berarti terhadap kebiasaan menabung mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Temuan ini diperkuat oleh hasil uji t yang menghasilkan koefisien regresi sebesar 1,520 dengan tingkat signifikansi 0,000 (jauh di bawah ambang batas 0,05). Secara statistik, fenomena ini mengisyaratkan bahwa semakin kuat kapasitas individu dalam mengelola dirinya, maka kecenderungan untuk menyisihkan uang dalam bentuk tabungan akan semakin meningkat.

Dalam kajian ini, kontrol diri diposisikan sebagai kemampuan psikologis seseorang untuk menyelaraskan perilakunya dengan standar sosial demi mencapai tujuan yang lebih bermanfaat. Kapasitas ini berperan layaknya "kendali internal" yang membantu mahasiswa meredam keinginan belanja impulsif serta menolak kepuasan instan demi stabilitas finansial

di masa depan. Mahasiswa yang memiliki kematangan dalam aspek ini umumnya lebih konsisten dalam tata kelola keuangan, seperti mendahulukan alokasi tabungan sebelum menggunakan sisa dana untuk kebutuhan sekunder.

Temuan tersebut selaras dengan prinsip manajemen perilaku yang memandang kontrol diri sebagai elemen vital dalam memprioritaskan akumulasi aset di atas perilaku konsumtif.

Pengendalian diri yang baik memungkinkan mahasiswa tetap teguh pada perencanaan keuangan meski di tengah tekanan gaya hidup atau tren sosial. Hal ini membuktikan bahwa disiplin personal memiliki peran strategis dalam membangun fondasi keuangan yang kuat dan berkelanjutan bagi kelompok usia produktif.

Hasil riset ini juga didukung oleh studi yang dilakukan oleh Raihan dkk. (2024), Suari & Julianto (2024), serta Hajar & Isbanah (2023), yang secara konsisten menemukan bahwa efikasi kendali diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku menabung. Sejalan dengan itu, penelitian dari Pratama dkk. (2023) turut menegaskan bahwa mahasiswa dengan kontrol diri yang baik menunjukkan sikap yang lebih proaktif dan terukur dalam merencanakan masa depan keuangan mereka.

Pengaruh Kontrol Diri terhadap Kecenderungan Barang Branded

Berdasarkan hasil analisis data, ditemukan bahwa kemampuan kontrol diri tidak memberikan dampak yang signifikan secara langsung terhadap besarnya keinginan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk mengonsumsi produk-produk bermerek. Hal ini dibuktikan melalui pengujian statistik yang menghasilkan angka signifikansi sebesar 0,909, yang berada jauh di atas standar minimal 0,05. Secara praktis, temuan ini menunjukkan bahwa kuat atau lemahnya pengendalian diri seseorang tidak menjadi penentu utama apakah mahasiswa tersebut akan tertarik membeli barang branded atau tidak.

Dalam penelitian ini, kontrol diri dipahami sebagai kapasitas psikis individu untuk meredam impulsivitas dan menyelaraskan perilaku dengan prinsip-prinsip yang lebih produktif. Walaupun secara konseptual kontrol diri seharusnya berperan sebagai "penahan" agar seseorang lebih selektif dalam berbelanja, fakta di lapangan menunjukkan hal berbeda. Bagi mahasiswa dalam sampel ini, daya tarik merek tampaknya lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor luar, seperti tekanan pergaulan atau citra eksklusivitas produk, sehingga fungsi pengendalian diri tidak cukup dominan dalam membatasi keinginan belanja tersebut.

Hasil riset ini memberikan sudut pandang baru yang berbeda dari teori perilaku pada umumnya yang sering kali menempatkan kontrol diri sebagai faktor kunci. Fenomena ini mengisyaratkan bahwa kecenderungan mahasiswa untuk memiliki barang bermerek lebih banyak dipicu oleh dinamika lingkungan, seperti tren media sosial dan kebutuhan akan pengakuan sosial, sehingga kapasitas pengendalian diri internal kehilangan kekuatannya dalam membendung gaya hidup tersebut.

Kondisi tersebut juga diperkuat oleh hasil uji mediasi (Uji Sobel), di mana variabel kecenderungan barang branded terbukti gagal menjembatani pengaruh kontrol diri terhadap pola menabung karena memang tidak ditemukan hubungan yang kuat di antara keduanya (nilai t statistik mediasi hanya -0,11). Hal ini sangat kontras jika dibandingkan dengan variabel literasi keuangan, yang justru memiliki pengaruh jauh lebih nyata dalam menentukan perilaku konsumsi terhadap produk-produk bermerek tersebut.

Pengaruh Kecenderungan Barang Branded terhadap Pola Menabung Mahasiswa

Temuan dalam riset ini menunjukkan bahwa keinginan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis untuk mengonsumsi barang bermerek memberikan dampak negatif yang cukup signifikan terhadap kebiasaan mereka dalam menabung. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh nilai koefisien regresi sebesar -0,084 dengan angka signifikansi 0,001, yang berada di bawah ambang batas 0,05. Secara teknis, data ini mengonfirmasi bahwa meningkatnya antusiasme mahasiswa terhadap produk-produk bermerek berbanding terbalik dengan intensitas menabung mereka; artinya, semakin tinggi konsumsi barang branded, maka semakin kecil peluang mereka untuk menyisihkan uang.

Dalam studi ini, kecenderungan mengonsumsi barang bermerek dipahami sebagai dorongan untuk memiliki produk tertentu bukan karena kegunaan utamanya, melainkan demi mengejar gengsi, kualitas premium, serta pengakuan status sosial. Gejala ini kerap memicu perilaku belanja impulsif, di mana mahasiswa lebih memilih menghabiskan uang saku mereka untuk menjaga citra diri di lingkungan pergaulan daripada mengalokasikannya ke dalam tabungan. Pola pikir yang terlalu mengagungkan merek tertentu akhirnya menjadi penghalang utama bagi mahasiswa dalam menerapkan disiplin finansial secara mandiri.

Secara teoretis, hasil ini selaras dengan konsep perilaku konsumen yang memandang barang mewah sebagai bentuk ekspresi identitas, khususnya bagi Generasi Z yang sangat dipengaruhi oleh paparan media sosial. Obsesi yang tidak terkontrol pada produk bermerek memicu tekanan ekonomi personal yang secara otomatis memangkas saldo tabungan. Fenomena ini menegaskan bahwa gaya hidup yang berorientasi pada merek memiliki pengaruh buruk yang cukup kuat dalam merusak rencana keuangan jangka panjang di kalangan mahasiswa.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh studi Wicaksari (2025) yang menyimpulkan bahwa pengeluaran berlebih untuk barang bermerek berdampak buruk pada konsistensi menabung. Senada dengan itu, riset dari Sadewa & Ariani (2022) turut mendukung temuan ini dengan menyatakan bahwa ketertarikan pada produk branded sering kali mendorong perilaku konsumtif yang menghalangi individu dalam menciptakan kebiasaan menabung yang sehat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa literasi keuangan, kontrol diri, dan kecenderungan konsumsi barang branded secara bersamaan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan signifikan terhadap pola menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi yang tinggi menunjukkan bahwa sebagian besar variasi pola menabung dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, meskipun kecenderungan konsumsi barang branded berfungsi lebih sebagai penghalang daripada mediator yang memperkuat hubungan antara literasi keuangan, kontrol diri, dan pola menabung. Secara khusus, kontrol diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola menabung, sementara literasi keuangan dan kecenderungan konsumsi barang branded berpengaruh negatif dan signifikan.

Namun, hasil penelitian ini memiliki keterbatasan, terutama terkait ukuran sampel yang relatif kecil dan cakupan populasi yang terbatas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Keterbatasan ini mungkin mengurangi generalisasi temuan ke kelompok mahasiswa atau konteks lain. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan sampel ke berbagai disiplin ilmu dan institusi pendidikan, serta mempertimbangkan variabel lain seperti pengaruh teman sebaya,

penghasilan tambahan, dan akses terhadap layanan keuangan digital. Implikasi praktis dari penelitian ini menunjukkan pentingnya integrasi pendidikan literasi keuangan secara lebih mendalam dalam kurikulum perkuliahan, peningkatan kegiatan pengembangan kontrol diri melalui pelatihan pengelolaan keuangan, serta kampanye kesadaran terhadap konsumsi berlebihan barang branded untuk mendukung pola hidup hemat dan berkelanjutan di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliami, S., Samari, & Faisol. (2022). Faktor internal dan eksternal perilaku konsumen: Fenomena dalam keputusan membeli pada Rumah Makan Keboen Rodjo Kediri. *Efektor*, 9(1), 35–47.
- Alshebami, A. S., & Seraj, A. H. A. (2021). The antecedents of saving behavior and entrepreneurial intention of Saudi Arabia university students. *Educational Sciences: Theory & Practice*, 21(2), 67–84.
- Ardiana, M. (2016). Kontrol diri, pendidikan pengelolaan keuangan keluarga, pengetahuan inklusi keuangan siswa pengaruhnya terhadap perilaku menabung siswa SMK Sekota Kediri. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 4(1), 59–75.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Billa, I. S. (2019). *Analisis pengaruh literasi keuangan, teman sebaya, dan kontrol diri terhadap perilaku menabung mahasiswa di Bandar Lampung* (Skripsi). Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, Bandar Lampung, Indonesia.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (2015). An analysis of personal financial literacy among college students. *Journal of Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Dewi, V. I., Febrian, E., Effendi, N., & Anwar, M. (2020). Financial literacy among the millennial generation: Relationships between knowledge, skills, attitude, and behavior. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 14(4), 24–37. <https://doi.org/10.14453/aabfj.v14i4>
- Emzir. (2022). *Metodologi penelitian kuantitatif: Analisis data dan pengujian hipotesis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ghufron, M. N., & Siregar, R. S. (2010). *Teori-teori psikologi*. Yogyakarta, Indonesia: Ar-Ruzz Media.
- Hajar, M. F. F., & Isbanah, Y. (2023). Pengaruh literasi keuangan, inklusi keuangan, kontrol diri dan teman sebaya terhadap perilaku menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Sultan Agung. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.19195/jurnalemak.3.1.2023>
- Hasmaini, R., & Siregar, Q. R. (2024). Pengaruh sosialisasi keuangan terhadap perilaku menabung melalui literasi keuangan dan pengelolaan keuangan pada generasi Z. *Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 29–40.

- Hendra, H., & Afrizal, A. (2020). Pengaruh kontrol diri, literasi keuangan, dan inklusi keuangan terhadap perilaku menabung mahasiswa prodi manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pasir Pengaraian. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 98–106.
- Huston, S. J. (2010). Measuring financial literacy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 307–308. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Kristiyanti, P. (2024). Pengaruh literasi keuangan, sosialisasi orang tua, dan teman sebaya terhadap perilaku menabung mahasiswa ekonomi dan bisnis Universitas Negeri di Surabaya. *Jurnal Ilmu Wahana Pendidikan*, 10(6), 732–742. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/6597>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2011). Financial literacy around the world: An overview. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 497–508. <https://doi.org/10.1017/S1474747211000446>
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2013). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 51(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.51.1.5>
- Nabilah, N. (2024). Pengaruh financial technology dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi Z di Kabupaten Bandung. *JEMSI: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Sosial, dan Informatika*, 7(1), 1–15. <https://dx.doi.org/10.18196/jemsi>
- Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik [OJK & BPS]. (2025). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2025*. Jakarta, Indonesia: Otoritas Jasa Keuangan dan Badan Pusat Statistik.
- Otoritas Jasa Keuangan [OJK]. (2025). *Indeks literasi dan inklusi keuangan masyarakat meningkat: OJK dan BPS umumkan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) tahun 2025*. <https://sikapiuangmu.ojk.go.id>
- Pratama, R., Putra, D. S., & Sari, F. (2023). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap perilaku menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas XYZ. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 5(2), 99–110.
- Putri, E. B., & Wahjudi, E. (2022). Pengaruh literasi finansial, inklusi keuangan, teman sebaya, dan kontrol diri terhadap perilaku menabung mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 10(3), 217–231. <https://doi.org/10.26740/jpak.v10n3.p217-231>
- Raihan, A. F., Sari, D., & Pranata, R. (2024). Pengaruh kontrol diri dan literasi keuangan terhadap perilaku menabung mahasiswa generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45–58. <https://doi.org/10.18196/jmb.12.1.2024>
- Remund, D. L. (2010). Financial literacy explicated: The case for a clearer definition in an increasingly complex economy. *Journal of Consumer Affairs*, 44(2), 276–295. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Rizki, E. S., Wicaksari, N. D., & Susilawati, S. (2025). Pengaruh financial technology, gaya hidup, dan konsumsi barang branded terhadap tabungan mahasiswa di era digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 19(1), 27–52.

- Rosacker, K. M., Ragothaman, S., & Gillispie, M. (2009). Financial literacy of freshmen business school students. *College Student Journal*, 43(2), 391–399.
- Sadewa, G. A. C., & Ariani, N. A. (2022). Pengaruh ketertarikan barang branded terhadap perilaku menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas X. *Jurnal Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, 8(1), 67–79.
- Suari, I., & Julianto. (2024). Pengaruh literasi keuangan dan kontrol diri terhadap pola menabung generasi Z. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 7(3), 88–100. <https://doi.org/10.18196/jme.7.3.2024>
- Subaidi, A., & Liyanto, S. (2024). Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung masyarakat usia produktif di Kabupaten Y. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 15(2), 112–125. <https://doi.org/10.18196/jep.15.2.2024>
- Sudaryono. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Thung, C. M., Kai, C. Y., Nie, F. S., Chiun, L. W., & Tsen, T. C. (2012). *Determinants of saving behavior among university students in Malaysia* (Working Paper series). Faculty of Accountancy, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia.
- Tyas, A. R., & Rahmawati, I. Y. (2021). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung di kalangan mahasiswa (studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Universitas Jenderal Soedirman dan Universitas Wijaya Kusuma). *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, 1(1), 11–22.
- Utami, D. S., & Sirine, H. (2016). Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku menabung di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Z. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 145–158.
- Vitt, L. A., Kent, J., Lyter, D. M., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S*. New York, NY: Investor Protection Trust.
- Wicaksari, N. D. (2025). *Fenomena barang branded: Antara gengsi, ekonomi, dan tantangan industri lokal*. Semarang, Indonesia: Winni Kode Garuda Teknologi.
- Wisna, K. D. W. (2022). *Pengaruh literasi keuangan, uang saku, kemajuan teknologi, dan gaya hidup terhadap perilaku menabung pada generasi Z* (Skripsi). Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja, Indonesia.