

## PENGARUH *FINANCIAL LITERACY, MOTIVATION, DAN SOCIAL ENVIRONMENT* TERHADAP KEPUTUSAN MENABUNG

**Risti Gusmirah<sup>\*1</sup>, Rahmawati Azizah<sup>2</sup>, Syara Purnama Sari<sup>3</sup>, Shafitranata<sup>4</sup>**

1,2,3,4 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Al-Madani

E-mail: [ristikusmirah024@gmail.com](mailto:ristikusmirah024@gmail.com)<sup>\*1</sup>, [rahma.azizah@almadani.ac.id](mailto:rahma.azizah@almadani.ac.id)<sup>2</sup>,  
[syara.purnama@almadani.ac.id](mailto:syara.purnama@almadani.ac.id)<sup>3</sup>, [shafitranata@almadani.ac.id](mailto:shafitranata@almadani.ac.id)<sup>4</sup>

<sup>\*</sup>Coresponding Author

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received 15 July 2025

Revised 20 July 2025

Accepted 22 July 2025

#### Keywords

Financial Literacy

Motivation

Social Environment

Saving Decisions

#### Kata Kunci

Literasi Keuangan

Motivasi

Lingkungan Sosial

Keputusan Menabung

### ABSTRACT

*Saving is one of the main points for building a profitable economy, this is because it can be useful as an emergency fund or to avoid unexpected expenses. The decision to save is a choice for many people in allocating their finances to whom, meaning that saving can be done by anyone, including students. The aim of this research is to examine the influence of financial literacy, motivation and social environment on savings decisions made by students in Bandar Lampung City. This research uses quantitative data, with a questionnaire distributed via Google Form. The amount of data used was 130 respondents. The sampling technique is probability sampling using simple random sampling. Multiple linear regression data analysis method using SPSS 26 software. The research results show that motivation and social environment have a significant effect on the decision to save, while financial literacy has no effect on the decision to save for students in Bandar Lampung City.*

### ABSTRAK

Menabung menjadi salah satu poin utama untuk membangun perekonomian yang bermanfaat, hal ini dikarenakan dapat berguna sebagai dana darurat atau menghindari pengeluaran yang tidak diduga. Keputusan menabung menjadi pilihan bagi banyak orang dalam mengalokasikan keuangannya, artinya menabung dapat dilakukan oleh siapa pun termasuk mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *financial literacy, motivation, dan social environment* terhadap keputusan menabung yang dilakukan pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, dengan kuesioner yang disebar melalui google form. Jumlah data yang digunakan 130 responden. Teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan jenis simple random sampling. Metode analisis data regresi linier berganda dengan *software SPSS 26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *motivation* dan *social environment* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung, sedangkan *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

### PENDAHULUAN

Keadaan sistem perekonomian yang konsisten akan memberikan manfaat bagi banyak kalangan masyarakat, hal ini ditandai dengan terciptanya suatu keberhasilan pembangunan. Tingkat pertumbuhan tabungan yang meningkat dapat memberikan dorongan pertumbuhan

ekonomi suatu bangsa (Putri & Susanti, 2018). Menabung merupakan hal yang sudah banyak diajarkan terutama saat dibangku sekolah, penanaman akan budaya menabung ini diharapkan agar nantinya dapat menjadi kebiasaan yang terus berlanjut di masa depan dan dapat berpikir lebih antisipatif terhadap keadaan yang tidak terduga (Purnomo *et al.*, 2021).

Menabung dapat diartikan sebagai bentuk menyimpan dan menyisihkan uang yang dimiliki (Rahayu *et al.*, 2021). Menabung merupakan hal yang penting untuk dilakukan karena menabung adalah salah satu cara atau bentuk dalam mengelola sebuah keuangan. Dengan menabung seseorang dapat mengantisipasi kebutuhan yang tidak terduga di suatu hari, serta salah satu cara juga untuk belajar melakukan perencanaan keuangan. Pertumbuhan uang dan transaksi di masyarakat yang angkanya sangat tinggi saat ini, perlu dibarengi dengan kesadaran menabung sehingga dapat mengendalikan diri dalam memakai uang dengan baik. Bahkan, jika dilihat saat ini dari banyaknya *trend* gaya hidup yang tinggi, maka diperlukan juga kesadaran menabung agar bisa mengendalikan pengeluaran (Apriani & Faozan, 2023).

Keputusan menabung memiliki pengertian yang serupa dengan keputusan pembelian yaitu merupakan hasil dari banyaknya pilihan untuk mendapatkan solusi dan pilihan dinilai secara objektif serta sistematis terhadap kerugian dan keuntungan yang didapatkan (Febri, 2022). Perilaku keputusan menabung merupakan sebuah cara untuk tidak menghabiskan uang sekarang dan akan digunakan di masa yang akan datang. Perilaku menabung merupakan gabungan dari keputusan menabung, persepsi kebutuhan di masa yang akan datang, dan tindakan penghematan. Menabung tidak hanya dilakukan oleh orang yang hanya memiliki pendapatan namun dapat dilakukan oleh siapa pun termasuk mahasiswa. Akan tetapi, jika melihat keadaan saat ini mahasiswa sulit untuk melakukan saving money atau menabung. Hal ini dikarenakan masih sangat kurang dikarenakan mahasiswa memiliki banyak sekali kebutuhan, baik kebutuhan untuk makanan, bahkan pakaian. Jika kebutuhan mahasiswa yang semakin tinggi maka rasa untuk menabung mahasiswa akan semakin rendah.

Berdasarkan hal tersebut, terdapat beberapa faktor yang dapat memengaruhi seseorang untuk melakukan aktivitas menabung. Faktor Pertama, yang diduga berpengaruh adalah *financial literacy*. Jika terdapat pemahaman financial literacy yang benar maka membuat seseorang lebih mudah dalam mengetahui tujuan serta mengambil keputusan dalam bidang keuangan. Berdasarkan (Liputan6, 2022) populasi penduduk di Indonesia sebanyak 270 juta orang yang berada di lebih dari 17.000 pulau, Indonesia masih memiliki indeks literasi di bawah 50% pada tahun 2022. Mahasiswa berkaitan erat dengan financial literacy hal ini dikarenakan mahasiswa sering mengalami masalah keuangan. seperti belum bisa menentukan pilihan untuk satu kepentingan dan mengorbankan hal lain, mahasiswa juga ketika mengalami masalah keuangan biasanya berupa kesalahan dalam melakukan perincian dan perencanaan (Puri & Lisdiantara, 2023). Minimnya indeks literasi dan masalah terkait sebuah keuangan bagi seseorang, membuat sulitnya seseorang dalam membuat sebuah keputusan dalam hal mengelola keuangan.

Faktor kedua, yang diduga berpengaruh adalah *motivation*. Motivasi dikatakan penting dikarenakan motivasi merupakan suatu faktor yang dapat mendukung seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu, oleh karena itu motivasi diartikan sebagai faktor pendukung perilaku seseorang. Karena setiap aktivitas yang dilakukan seseorang pasti memiliki suatu faktor yang akan mendorong perilaku tersebut (Kusumaningrini & Sudibjo, 2021). Namun, motivasi tidak dapat diamati secara langsung akan tetapi dapat dilihat berdasarkan tingkah laku yang berupa rangsangan, dorongan, atau hal lain yang dapat membangkitkan suatu tindakan yang muncul dari perilaku seseorang (Gigih & Prasaja, 2023). Motivasi hadir karena adanya keperluan atau kebutuhan yang dirasakan seseorang saat melakukan tindakan untuk

memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam penelitian Rahayu *et al.*, (2021) Motivasi dapat menjadi peran penting bagi seseorang untuk membuat keputusan dalam menabung, jika seseorang semakin termotivasi dengan baik maka akan memengaruhi seseorang untuk menabung dan semakin kuat dorongan yang diberikan maka akan semakin tinggi seseorang untuk membuat keputusan dalam menabung. Pentingnya motivasi dalam diri seseorang mengakibatkan seseorang akan semakin berambisi dalam melakukan suatu hal.

Faktor ketiga, yang diduga berpengaruh adalah *social environment*. *Social environment* merupakan seluruh orang yang bisa memengaruhi kita, yang dimaksud dengan *social environment* yaitu orang-orang disekeliling yang mendukung seperti orang tua, saudara, dan teman (Angelina & Astuti, 2024). Lingkungan sosial juga menjadi faktor penentu bagi perubahan seseorang dalam melakukan suatu tindakan tertentu, karena jika lingkungan seseorang memilih untuk melakukan kegiatan menabung, maka memengaruhi seseorang untuk melakukan kegiatan menabung juga (Raihana & Aulia, 2020).

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh *financial literacy*, *motivation*, dan *social environment* terhadap keputusan menabung (studi pada Mahasiswa di Kota Bandar Lampung) hal ini dikarenakan terdapat gap penelitian, pada penelitian (Novianti *et al.*, 2024) *financial literacy* tidak berpengaruh pada keputusan menabung, pada penelitian (R. P. Pratama & Muljaningsih, 2023) *motivation* tidak berpengaruh pada keputusan menabung, dan pada penelitian (A. M. Pratama & Utami, 2024) *social environment* tidak berpengaruh pada keputusan menabung. Oleh karena itu, peneliti tertarik mengkaji ulang yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Penelitian ini juga memiliki keterbaruan dari penelitian sebelumnya, yaitu jika penelitian sebelumnya dilakukan objeknya berfokus satu kampus atau fakultas dan bank di suatu daerah, sementara pada penelitian ini dilaksanakan pada mahasiswa di beberapa kampus dan lokasi penelitiannya dilakukan di Kota Bandar Lampung dan Berdasarkan Pra Survei yang dilakukan peneliti terhadap 30 mahasiswa menggambarkan bahwa 88,4% responden banyak yang mengalokasikan dananya untuk memilih ditabung, 7% responden banyak yang mengalokasikannya untuk konsumsi, sedangkan 4,6% responden memilih untuk mengalokasikan dana ke hal yang lainnya. Artinya, tabungan menjadi pilihan bagi mahasiswa dalam mengalokasikan keuangan, mahasiswa memilih menabung dikarenakan dengan berbagai alasan ada yang beranggapan sebagai dana darurat ataupun mencegah biaya tak terduga, terutama bagi mahasiswa yang mengalami kesulitan keuangan, maka hendak lebih mudah baginya untuk meminimalisir kemungkinan yang di luar dugaan.

Tujuan melakukan pengujian pengaruh *financial literacy*, *motivation*, *social environment* terhadap keputusan menabung. Sehingga penelitian ini dapat bermanfaat bagi akademisi dengan harapan nantinya bisa menjadi acuan serta referensi bagi penulis berikutnya yang hendak meneliti gagasan yang serupa terkait *financial literacy*, *motivation* dan *social environment* untuk lebih meningkatkan pengembangan penelitian ini. Bagi instansi harapannya bisa jadi sebuah data serta pengetahuan tambahan khususnya pada *financial literacy* bagi lembaga keuangan untuk mengetahui hal serta faktor-faktor penyebab seseorang melakukan keputusan menabung. Serta bagi teoritis harapannya bisa jadi wadah dalam memberi wawasan dan meningkatkan ilmu pengetahuan terutama *terkait theory of planned behavior* (TPB) yang menggambarkan bagaimana seseorang bertindak sesuai dengan apa yang dia niatkan sebelumnya sehingga dapat memengaruhi keputusan menabung seseorang, khususnya pada mahasiswa.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Theory of Planned Behavior**

*Theory of planned behavior* ialah teori yang digunakan untuk menjelaskan seseorang bertindak sesuai dengan apa yang dia niatkan, sehingga membentuk suatu dukungan yang dapat memotivasi individu melaksanakan sesuai apa yang telah direncanakan. Terdapat 3 faktor yang bisa memengaruhi individu ketika berperilaku, yakni faktor sosial, faktor informasi, serta faktor personal. Teori perilaku terencana merupakan mekanisme untuk meramalkan tindakan orang saat mereka tidak berada di bawah pengendalian penuh atas kemauan seseorang. Hal ini disebabkan seseorang memiliki keterbatasan sehingga tindakan seseorang tidak bisa dilakukan semaunya (Ningrum, 2021). Teori ini merupakan hasil pengembangan dari teori perilaku beralasan, yang pada dasarnya menjelaskan keterkaitan antara sikap individu dan perilaku yang ditampilkan. Pengembangan teori ini dilakukan untuk lebih dalam mengetahui hal yang memengaruhi sikap dan perilaku seseorang, serta mengatasi kekurangan-kekurangan yang telah ditemukan melalui penelitian yang sudah dilakukan hingga menimbulkan teori baru yang dinamakan *theory of planned behavior (TPB)* (Mahyarni, 2013).

### **Literasi Keuangan**

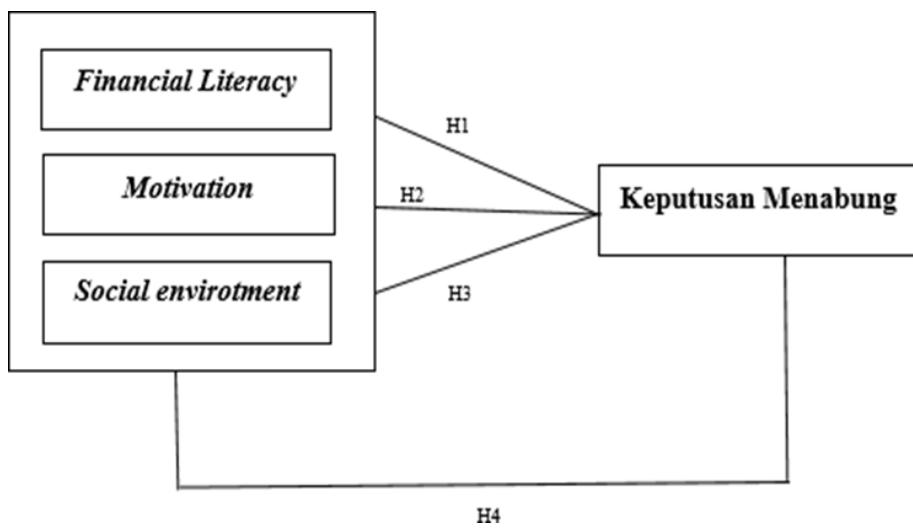
Literasi keuangan merupakan pengetahuan yang mencakup keterampilan serta keyakinan yang berperan penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku individu terkait pengambilan keputusan keuangan. Dengan pemahaman yang lebih mendalam tentang konsep keuangan, seseorang dapat membuat keputusan yang lebih cerdas dalam mengelola pendapatan, investasi, serta pengeluaran. Selain itu, literasi keuangan juga membantu individu memahami risiko dan peluang di dunia keuangan, sehingga mereka mampu mengambil langkah-langkah yang lebih strategis dan bertanggung jawab dalam perencanaan masa depan (Putri & Susanti, 2018).

### **Motivasi**

*Motivation* berkaitan dengan kepribadian seseorang yang dapat berubah-ubah sesuai dengan energi yang ada pada dirinya, hal ini dikarenakan motivasi terbentuk dari adanya tujuan yang ingin dicapai seseorang (Gigih & Prasaja, 2023). Ketika terdapat motivasi yang kuat, hal ini dapat memicu pengambilan keputusan yang lebih terarah dan memiliki makna yang lebih dalam, khususnya dalam konteks keputusan untuk menabung. Motivasi seperti itu dapat terjadi dikarenakan keinginan untuk mencapai tujuan tersebut, baik untuk jangka panjang atau keuangan yang lebih stabil di masa depan (R. P. Pratama & Muljaningsih, 2023).

### **Lingkungan Sosial**

Lingkungan sosial merujuk pada keseluruhan individu atau kelompok lain yang memiliki dampak terhadap diri kita. Seseorang akan mendapatkan hasil baik atau buruk tergantung pada lingkungan sekitar mereka termasuk lingkungan sosial (Kafita, 2023). Lingkungan sosial, yang meliputi masyarakat, keluarga, dan tempat kerja, berperan signifikan dalam memengaruhi proses pengambilan keputusan individu. individu yang berasal dari latar belakang keluarga yang mendorong kebiasaan menabung cenderung lebih mungkin untuk mengambil keputusan yang sama. Demikian pula, interaksi dengan rekan kerja yang memiliki kebiasaan finansial yang baik dapat memperkuat motivasi seseorang untuk mengelola keuangan secara lebih bijak. Oleh karena itu, memahami lingkungan sosial ini sangat penting untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan menabung di masyarakat. Hal ini dikarenakan terbangunnya sikap yang membuat seseorang membuat sebuah keputusan (Apriliya, 2023).



Gambar 1. Kerangka Penelitian

### Hipotesis Penelitian

*Financial Literacy* berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

Literasi keuangan mencakup pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan yang memungkinkan individu mengelola keuangan secara bijaksana. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, maka semakin baik pula kemampuannya dalam merencanakan dan mengelola pendapatan, pengeluaran, serta menentukan prioritas keuangan, termasuk dalam mengambil keputusan untuk menabung. Penelitian oleh (Yuliana et al., 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, karena individu dengan pemahaman keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengelola keuangan secara bijak. Hal ini juga didukung oleh Febrilantino yang menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan, maka semakin tinggi pula kecenderungan seseorang untuk menabung. Namun, (Novianti et al., 2024) mengungkapkan bahwa di Indonesia, efektivitas literasi keuangan dalam mendorong perilaku menabung masih terkendala oleh faktor budaya konsumsi, tekanan sosial, dan pandangan masyarakat yang belum menganggap literasi keuangan sebagai hal yang penting. Oleh karena itu, literasi keuangan diperkirakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan individu dalam menabung, meskipun implementasinya memerlukan pendekatan yang lebih holistik.

H1: *Financial Literacy* berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

Motivasi merupakan dorongan internal yang muncul dari kebutuhan dan keinginan individu untuk mencapai tujuan tertentu, termasuk dalam konteks keuangan pribadi seperti menabung. Ketika individu memiliki motivasi yang tinggi, mereka cenderung lebih terarah dan gigih dalam mengambil keputusan finansial yang bijaksana, termasuk dalam memilih instrumen tabungan yang sesuai serta menunda kepuasan jangka pendek demi tujuan jangka panjang, seperti pendidikan, kepemilikan rumah, atau kondisi darurat (Gigih & Prasaja, 2023; R. P. Pratama & Muljaningsih, 2023). Motivasi yang kuat juga mendorong individu untuk mencari informasi dan mempertimbangkan manfaat serta risiko dari setiap keputusan keuangan, sehingga mereka dapat membuat keputusan menabung yang lebih terinformasi dan strategis. Penelitian oleh (Rahayu et al., 2021) menunjukkan bahwa motivasi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung, karena individu yang memiliki dorongan kuat cenderung lebih disiplin dalam mengelola keuangannya. Namun, temuan berbeda dikemukakan oleh (Ramadhan et al., 2023) yang menyatakan bahwa motivasi tidak

berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, yang menunjukkan bahwa faktor lain seperti lingkungan sosial atau tingkat pendapatan juga dapat memengaruhi perilaku menabung. Oleh karena itu, motivasi diperkirakan memiliki pengaruh terhadap keputusan menabung, meskipun pengaruhnya dapat bervariasi tergantung pada kondisi individu dan lingkungannya.

## H2: *Motivation* berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

*Social Environment* berpengaruh terhadap Keputusan Menabung. Lingkungan sosial, yang mencakup keluarga, teman, masyarakat, dan tempat kerja, memainkan peran penting dalam membentuk sikap, nilai, serta perilaku individu, termasuk dalam pengambilan keputusan finansial seperti menabung. Pengaruh ini dapat muncul secara langsung melalui interaksi dengan orang-orang terdekat, atau secara tidak langsung melalui norma, nilai budaya, dan ekspektasi sosial yang berlaku dalam Masyarakat (Kafita, 2023). Individu yang tumbuh di lingkungan keluarga atau komunitas yang memiliki kebiasaan menabung cenderung terdorong untuk mengikuti perilaku serupa. Selain itu, tekanan sosial dari rekan kerja atau teman sebaya juga dapat memengaruhi seseorang untuk mengadopsi pola keuangan yang bijaksana. Apriliya (2023) mengemukakan bahwa lingkungan sosial dapat memengaruhi perilaku dan proses kehidupan seseorang, termasuk keputusan untuk menabung. Namun, Alief *et al.* (2023) menemukan bahwa lingkungan sosial tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung, menunjukkan bahwa ada faktor lain seperti nilai-nilai pribadi dan preferensi individu yang juga perlu dipertimbangkan. Dengan demikian, meskipun pengaruh lingkungan sosial dapat bervariasi, secara umum dapat diasumsikan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap keputusan individu dalam menabung.

## H3: *Social Environment* Berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

*Financial literacy, motivation, dan social environment* berpengaruh terhadap keputusan menabung. Ketiga faktor ini saling berkaitan dan berperan penting dalam membentuk keputusan individu dalam menyimpan uang. *Financial literacy* menyediakan landasan pengetahuan dan keterampilan dalam memahami konsep serta pengelolaan keuangan, yang memungkinkan individu mengambil keputusan menabung secara cerdas dan strategis (Putri & Susanti, 2018). Di sisi lain, motivasi menjadi dorongan internal yang membuat individu lebih bersemangat dan konsisten dalam mencapai tujuan keuangan, termasuk dalam hal menabung, terutama ketika motivasi tersebut diperkuat oleh insentif dan manfaat masa depan yang ingin dicapai (A. M. Pratama & Utami, 2024; Rahayu *et al.*, 2021). Selain itu, *social environment* atau lingkungan sosial seperti keluarga, teman, dan masyarakat sekitar juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kebiasaan menabung seseorang, baik melalui interaksi langsung maupun norma dan nilai yang berkembang di Masyarakat (Apriliya, 2023; Kafita, 2023; Raihana & Aulia, 2020). Ketiganya secara simultan membentuk kerangka berpikir dan perilaku individu terhadap pengelolaan keuangan, sehingga dapat disimpulkan bahwa *financial literacy, motivation, dan social environment* secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan menabung.

## H4: *Financial Literacy, Motivation, dan Social Environment* Berpengaruh terhadap Keputusan Menabung

### **METODE PENELITIAN**

#### **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di berbagai perguruan tinggi di Kota Bandar Lampung, yang dianggap relevan dengan topik

penelitian. Penelitian ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan jenis simple random sampling, di mana setiap individu dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel, sehingga dapat mengurangi bias dan meningkatkan representativitas hasil (Sugiyono, 2013). Pemilihan metode ini dianggap sesuai karena karakteristik populasi relatif homogen dan teknik ini mudah diterapkan serta menghasilkan data yang objektif dan dapat digeneralisasi. Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan Rumus Hair, yang merekomendasikan jumlah sampel berdasarkan jumlah indikator yang digunakan dalam penelitian. Dengan jumlah 18 indikator dan kebutuhan 7 observasi per indikator, diperoleh ukuran sampel sebanyak 126 responden, yang kemudian dibulatkan menjadi 130 responden. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian, serta mendukung akurasi dalam analisis data dan kesimpulan yang ditarik (Hair et al., 2010).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dibuat dalam instrumen penelitian melalui *google form*, yang kemudian nantinya akan dibagikan kepada responden secara *online* agar dapat memperoleh sebuah informasi serta jawaban yang nantinya dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Jawaban yang didapatkan nantinya diukur menggunakan skala Likert dengan skala 1-5 untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### **Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

Pada bagian ini sebutkan variabel-variabel yang digunakan, susunlah seperti contoh dibawah ini:

#### **Keputusan Menabung (Y)**

Merupakan jenis alternatif yang berkaitan dengan logika dan pertimbangan yang digunakan untuk mencapai sebuah tujuan dikenal sebagai keputusan menabung. Indikator yang digunakan dalam variable ini yaitu; pengenalan masalah; pencarian informasi; evaluasi alternatif; keputusan pembelian; perilaku setelah pembelian (Novianti et al., 2024).

#### **Financial Literacy (X<sub>1</sub>)**

*Financial literacy* juga dikenal sebagai literasi keuangan merupakan kemampuan seseorang untuk mengelola keuangan mereka agar dapat memahami masalah keuangan yang dihadapinya, sehingga mereka dapat membuat pilihan yang tepat di masa mendatang (Yuliana et al., 2023). Indikator yang digunakan dalam variable ini yaitu: knowledge; dana pinjaman dan simpanan; asuransi; investasi.

#### **Motivation (X<sub>2</sub>)**

Motivasi juga merupakan kekuatan pendorong yang memandu tindakan seseorang menuju tujuan yang ingin dicapainya, sehingga orang menganggap aktivitas yang dihadapinya. Namun motivasi dalam arti lain berbeda-beda tergantung pada kepribadian orang tersebut. Motivasi berkaitan tentang emosi yang muncul dalam diri seseorang dan dipengaruhi oleh energi yang ada dalam diri seseorang (Kafita, 2023). Indikator yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: kebutuhan fisiologis; kebutuhan rasa aman; kebutuhan sosial; kebutuhan ego; kebutuhan aktualisasi diri.

#### **Social Environment (X<sub>3</sub>)**

*Social environment* juga dikenal sebagai Lingkungan sosial merupakan bentuk lingkungan yang bisa memengaruhi seseorang baik dalam hal bersosialisasi, kebiasaan, agama

atau pun sebuah kepercayaan (Apriliya, 2023). Indikator dalam penelitian ini yaitu: sikap; perilaku; keluarga; peranan dan status sosial atau jabatan.

### **Metode Analisis**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menguji pengaruh literasi keuangan, motivasi, dan lingkungan sosial terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, mencakup uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), regresi linear berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh hasil yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris dalam konteks perilaku keuangan mahasiswa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Responden**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori untuk menguji pengaruh literasi keuangan, motivasi, dan lingkungan sosial terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Data dikumpulkan melalui kuesioner tertutup berskala Likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS, mencakup uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas), regresi linear berganda, uji t (parsial), dan uji F (simultan). Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh hasil yang objektif, terukur, dan dapat diuji secara empiris dalam konteks perilaku keuangan mahasiswa.

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Jumlah Responden	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	55	49,2
	Perempuan	75	50,8
Usia	18–20 tahun	45	34,6
	21–23 tahun	80	61,5
	24–26 tahun	5	3,8
Asal Universitas	Universitas Lampung	18	13,8
	Universitas Teknokrat	11	8,5
	Universitas Saburai	15	11,5
	Universitas Malahayati	13	10
	Universitas Bandar Lampung	15	11,5
	UIN Lampung	12	9,2
	STKIP PGRI Bandar Lampung	11	8,5
	STIE Al-Madani	16	12,3
	Universitas Terbuka	5	3,8
	Institut Teknologi Sumatera	5	3,8
	Poltek Tanjung Karang	1	0,8
	Politeknik Negeri Lampung	1	0,8
	Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya	1	0,8
	Universitas Muhammadiyah	1	0,8
	Institut Maritim Prasetiya Mandiri / Univ. Satu Nusa	1	0,8

	< Rp1.000.000	83	66,4
Saku Bulanan	Rp1.000.000 – Rp2.500.000	36	29
	Rp2.600.000 – Rp3.500.000	5	4
	> Rp3.500.000	2	1,6
	Mandiri	37	28,5
	BRI	26	20
	BCA	20	15,4
Tempat Menabung	BNI	14	10,8
	BSI	23	17,7
	Dana	7	5,4
	Seabank	2	1,5
	CIMB Niaga	1	0,8

Sebanyak 130 mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Kota Bandar Lampung menjadi responden dalam penelitian ini. Mayoritas responden adalah perempuan (50,8%), sedangkan laki-laki sebesar (49,2%). Berdasarkan usia, responden didominasi oleh kelompok usia 21–23 tahun (61,5%), diikuti oleh 18–20 tahun (34,6%), dan sisanya 24–26 tahun (3,8%). Mahasiswa berasal dari beragam institusi pendidikan, dengan proporsi tertinggi berasal dari Universitas Lampung (13,8%), diikuti oleh STIE Al-Madani (12,3%) dan beberapa kampus lain seperti Universitas Teknokrat, Saburai, Malahayati, UIN Lampung, hingga politeknik dan institut lainnya. Dari sisi ekonomi, sebagian besar responden memiliki uang saku bulanan di bawah Rp1.000.000 (66,4%), menunjukkan keterbatasan daya beli yang mungkin berdampak terhadap perilaku menabung. Tempat menabung yang paling umum digunakan adalah rekening bank Mandiri (28,5%), diikuti oleh BRI (20%) dan BSI (17,7%), sementara sebagian lainnya menggunakan platform digital seperti Dana (5,4%) dan Seabank (1,5%). Gambaran ini mengindikasikan bahwa meskipun latar belakang responden beragam, terdapat kecenderungan umum terhadap pilihan lembaga keuangan dan keterbatasan finansial yang berpotensi memengaruhi keputusan menabung mereka secara praktis maupun psikologis.

### Uji Validitas

Proses uji validitas ini dilaksanakan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 26. Kriteria yang digunakan dalam evaluasi validitas adalah jika nilai signifikansi (Sig) yang diperoleh kurang dari 0,05 item dalam instrumen tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 maka pernyataan tersebut dianggap tidak valid. Penetapan kriteria ini penting agar instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat diandalkan dan memberikan hasil yang akurat. Hasil pengolahan data disajikan sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi
Literasi Keuangan (X <sub>1</sub> )	Butir 1	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 2	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 3	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 4	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 5	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 6	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 7	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 8	0	0,05	Sig < Alpha
Motivasi (X <sub>2</sub> )	Butir 1	0	0,05	Sig < Alpha

	Butir 2	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 3	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 4	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 5	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 6	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 7	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 8	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 9	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 10	0	0,05	Sig < Alpha
Lingkungan Sosial ( $X_3$ )	Butir 1	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 2	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 3	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 4	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 5	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 6	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 7	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 8	0	0,05	Sig < Alpha
Keputusan Menabung (Y)	Butir 1	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 2	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 3	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 4	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 5	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 6	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 7	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 8	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 9	0	0,05	Sig < Alpha
	Butir 10	0	0,05	Sig < Alpha

Berdasarkan hasil analisis uji validitas menggunakan teknik korelasi Pearson Product Moment melalui bantuan *software SPSS* versi 26, seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel penelitian menunjukkan nilai signifikansi (*Sig*) sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari nilai alpha yang ditentukan (0,05), sehingga memenuhi kriteria validitas. Kondisi tersebut berlaku secara konsisten untuk semua butir dalam variabel literasi keuangan (8 item), motivasi (10 item), lingkungan sosial (8 item), dan keputusan menabung (10 item). Oleh karena itu, seluruh item kuesioner dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi, artinya mampu mengukur konstruk secara tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian. Validitas ini memastikan bahwa data yang diperoleh dari responden mencerminkan realitas konseptual yang ingin dijelaskan, serta mendukung keandalan hasil analisis selanjutnya seperti uji reliabilitas dan regresi.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji pernyataan agar dapat dikatakan valid. Suatu variabel dikatakan reliabel jika hasil jawaban pertanyaan selalu konsisten. Kuesioner dapat dikatakan memiliki nilai yang konsisten dan dapat dipercaya dengan melihat skor *Cronbach's Alpha* pada program VALIDI 26. Data dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha* berada  $>0,6$ . Adapun reliabilitas untuk masing-masing variabel hasilnya disajikan pada Tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Item	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	0.818	8	Reliabel
<i>Motivation</i>	0.859	10	Reliabel
<i>Social Environment</i>	0.854	8	Reliabel
Keputusan Menabung	0.875	10	Reliabel

Berdasarkan uji reabilitas dikatakan reliabel jika hasil jawaban terhadap pernyataan konsisten. Jadi, hasil koefisien reliabilitas instrumen variabel *financial literacy* sebesar  $0,818 > 0,6$ , variabel *motivation* sebesar  $0,859 > 0,6$ , variabel *social environment* sebesar  $0,854 > 0,6$  sedangkan keputusan menabung sebesar  $0,875 > 0,6$  yang artinya empat instrumen atau variabel dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

### Uji Normalitas

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas  
*One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

<i>Unstandardized Residual</i>		
N		130
Normal Parameters	<i>Mean</i>	0,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	3,08767284
Most Extreme Differences	<i>Absolute</i>	0,092
	<i>Positive</i>	0,070
	<i>Negatif</i>	-0,092
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		0,636
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		0,814

Hasil uji analisis normalitas yang disajikan menunjukkan hasil uji normalitas yang signifikan. Dalam hal ini, nilai signifikansi yang diperoleh untuk seluruh variabel adalah sebesar 0,009 yang lebih kecil dari pada tingkat signifikansi alpha yang ditetapkan, yaitu 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data yang dianalisis tidak mengikuti distribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Untuk mengidentifikasi keberadaan multikolinearitas, dilakukan pengujian dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF menunjukkan angka lebih dari 10, maka hal ini mengindikasikan bahwa multikolinearitas adalah isu yang jelas terlihat di antara variabel-variabel bebas yang diteliti. Dalam konteks analisis regresi, penting untuk memastikan bahwa variabel-variabel independen tidak saling mempengaruhi secara signifikan, karena hal ini dapat mengganggu interpretasi model dan mengurangi akurasi estimasi yang dihasilkan.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
<i>Financial Literacy</i> (X1)	0.364	2.750	Tidak Ada Multikolinearitas
<i>Motivation</i> (X2)	0.302	3.308	Tidak Ada Multikolinearitas
<i>Social Environment</i> (X3)	0.415	2.411	Tidak Ada Multikolinearitas

Hasil analisis multikolinearitas menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *Tolerance*  $\leq 0,1$  dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF)  $< 10$ . Nilai-nilai ini mengindikasikan tidak adanya multikolinearitas dalam model regresi, yang berarti tidak terdapat korelasi tinggi antar variabel independen. Dengan demikian, masing-masing variabel

independen berkontribusi secara unik dan tidak saling memengaruhi secara signifikan dalam memprediksi variabel dependen. Hal ini memastikan bahwa model regresi yang digunakan valid dan dapat diinterpretasikan dengan keandalan tinggi.

### **Uji Hipotesis**

Hasil pengolahan data yang dilakukan pada variabel independen dan variabel dependen dapat dilihat berdasarkan tabel berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Nilai Kolerasi R	Adjusted R Square
0,814	0,655

Berdasarkan hasil uji determinasi menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,814 artinya tingkat hubungan antara *financial literacy* ( $X_1$ ), *motivation* ( $X_2$ ), *social environment* ( $X_3$ ) dan keputusan menabung (Y) adalah positif. Koefisien determinan  $R^2$  (R Square) sebesar 0,663 artinya keputusan menabung (Y) dipengaruhi oleh *financial literacy* ( $X_1$ ), *motivation* ( $X_2$ ), *social environment* ( $X_3$ ) sebesar 0,655 atau 65,5%. Sedangkan sisanya sebesar 33,7% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Regresi

Constanta	B	Std.Error
	6,358	2,361
<i>Financial Literacy</i> ( $X_1$ )	0,144	0,103
<i>Motivation</i> ( $X_2$ )	0,544	0,096
<i>Social Environment</i> ( $X_3$ )	0,238	0,085

Persamaan Regresinya sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

### **Hasil Uji T**

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	t	Sig.
<i>Financial Literacy</i>	1.403	0,163
<i>Motivation</i>	5.653	0,000
<i>Social Environment</i>	2.791	0,006

Berdasarkan hasil uji t terlihat pada variabel *financial fiteracy* ( $X^1$ ) menyatakan bahwa nilai t- hitung sebesar  $1,403 < t\text{-Tabel } 1,979$  dan nilai *sig* ( $0,163 > 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Artinya, *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

Tabel 9. Hasil Uji F

F	Sig.
<i>Regression</i>	82.629
<i>Residual</i>	
Total	0,000

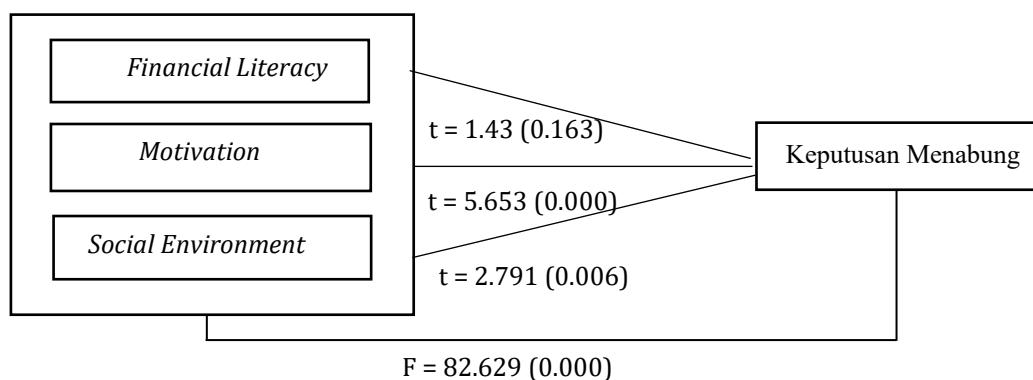
Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau *alpha* 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar  $k - 1 = 2$  dan derajat kebebasan penyebut sebesar  $n-k = 130-3 = 127$  sehingga diperoleh F Tabel sebesar 3.07 dan F hitung 82.629. Tabel 8. hasil uji F menjelaskan bahwa nilai F-hitung sebesar  $82.629 > F\text{-tabel } 3.07$  dan nilai *sig* yaitu  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ . Artinya *financial literacy*, *motivation*, dan *social*

*environment* berpengaruh terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

Tabel 10. Data Variabel

Variabel	Keterangan
<i>Financial Literacy</i>	Tidak Terdukung
<i>Motivation</i>	Terdukung
<i>Social Environment</i>	Terdukung
<i>Financial Literacy, Motivation, dan Social Environment</i>	Terdukung

Berdasarkan hasil uji t dan F pada penelitian ini, maka dapat digambarkan kerangka penelitian dengan hasil pengujian data yang sudah diperoleh sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

## Pembahasan

### Pengaruh *Financial Literacy* ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Menabung ( $Y$ )

Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar  $1,403 < t\text{-tabel } 1,979$  dan nilai signifikansi  $0,163 > 0,05$ . Artinya, hipotesis nol diterima dan variabel literasi keuangan tidak memiliki kontribusi yang cukup dalam menjelaskan perilaku menabung responden. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengetahuan finansial tersedia, belum tentu diterapkan secara langsung dalam praktik pengelolaan keuangan sehari-hari oleh mahasiswa. Hasil ini konsisten dengan studi Diana dan Hidayati (2023), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan bukanlah determinan utama dalam pengambilan keputusan menabung. Rendahnya penerapan literasi keuangan dapat disebabkan oleh berbagai faktor lain seperti pengalaman pribadi, tekanan ekonomi, serta motivasi individu.

Secara teoritis, literasi keuangan dianggap sebagai fondasi penting dalam perilaku keuangan yang sehat, namun teori ini hanya berlaku efektif jika individu mampu dan bersedia mengimplementasikannya. Dalam konteks mahasiswa, literasi keuangan sering kali tidak serta-merta diterjemahkan ke dalam tindakan seperti menabung karena kebutuhan jangka pendek, prioritas pengeluaran lain, atau ketidakstabilan pendapatan. Oleh karena itu, pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku menabung cenderung lemah ketika tidak didukung oleh motivasi atau kondisi lingkungan yang kondusif.

Implikasi manajerial dari temuan ini menunjukkan bahwa program literasi keuangan saja tidak cukup untuk mendorong kebiasaan menabung di kalangan mahasiswa. Lembaga pendidikan tinggi dan lembaga keuangan perlu merancang pendekatan terpadu yang

menggabungkan edukasi finansial berbasis praktik nyata, pelatihan pengelolaan keuangan, dan simulasi perencanaan anggaran. Selain itu, intervensi berbasis motivasi dan mentoring keuangan dari lingkungan sosial dapat memperkuat dampak literasi keuangan sehingga benar-benar diterapkan dalam keputusan finansial mahasiswa.

#### Pengaruh *Motivation* ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Menabung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai t-hitung sebesar  $5,653 > t\text{-tabel } 1,979$  dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti hipotesis nol ditolak, dan secara statistik, motivasi terbukti meningkatkan kecenderungan individu untuk menabung. Temuan ini selaras dengan penelitian Rahayu *et al.* (2021), yang menegaskan bahwa tingkat motivasi seseorang secara langsung memengaruhi keputusan finansialnya, termasuk dalam perilaku menabung.

Secara teori, motivasi merupakan elemen psikologis yang berfungsi sebagai dorongan internal untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks pengelolaan keuangan, motivasi dapat berasal dari keinginan untuk mencapai stabilitas ekonomi, perencanaan masa depan, atau pencapaian target finansial jangka panjang. Individu dengan motivasi tinggi cenderung lebih disiplin dalam mengatur pendapatan, menyisihkan uang untuk ditabung, serta lebih tanggap dalam merespons kebutuhan keuangan mendesak.

Implikasi manajerial dari hasil ini adalah perlunya pendekatan yang tidak hanya berfokus pada penyediaan informasi atau edukasi finansial, tetapi juga pada penguatan motivasi personal mahasiswa. Institusi pendidikan dan lembaga keuangan dapat merancang program berbasis tujuan, seperti kampanye "menabung untuk masa depan", pelatihan manajemen keuangan berbasis goal setting, atau reward sistem yang merangsang partisipasi aktif dalam kegiatan menabung. Strategi ini tidak hanya mendorong pengetahuan keuangan, tetapi juga memperkuat keinginan internal untuk mengelola keuangan dengan baik. Dengan demikian, penguatan motivasi menjadi salah satu kunci strategis dalam membangun kebiasaan finansial yang sehat dan berkelanjutan di kalangan generasi muda.

#### Pengaruh *Social Environment* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menabung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, variabel *social environment* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung, dengan nilai t-hitung sebesar  $2,791 > t\text{-tabel } 1,979$  dan signifikansi  $0,006 < 0,05$ . Artinya, hipotesis nol ditolak dan variabel lingkungan sosial memiliki peranan penting dalam mendorong perilaku menabung. Temuan ini menegaskan bahwa faktor-faktor eksternal seperti dukungan keluarga, pengaruh teman sebaya, serta norma sosial yang berlaku dalam lingkungan sekitar dapat memengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk menyisihkan sebagian pendapatannya ke dalam tabungan.

Penelitian ini sejalan dengan studi Apriliya (2023), yang menunjukkan bahwa lingkungan sosial berkontribusi dalam membentuk perilaku finansial individu baik secara langsung maupun tidak langsung. Individu yang berada dalam lingkungan yang mendukung kebiasaan menabung akan lebih terinspirasi dan termotivasi untuk melakukan hal serupa. Sebaliknya, lingkungan yang kurang memberikan teladan atau dorongan akan cenderung melemahkan niat menabung. Dalam perspektif teori sosial kognitif Bandura, perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh observasi terhadap lingkungan sekitarnya, termasuk dalam hal kebiasaan keuangan.

Implikasi manajerial dari hasil ini adalah pentingnya keterlibatan lingkungan sosial dalam program edukasi keuangan. Institusi pendidikan dapat merancang pendekatan berbasis komunitas seperti kelompok belajar finansial, mentoring sebaya, atau kampanye sosial yang melibatkan tokoh mahasiswa sebagai agen perubahan. Sementara itu, lembaga keuangan dapat menjalin kerja sama dengan komunitas kampus untuk membangun budaya menabung yang lebih inklusif dan berbasis pada penguatan norma sosial positif. Dengan mengoptimalkan peran lingkungan sosial, kebiasaan menabung dapat ditanamkan secara berkelanjutan melalui pengaruh yang bersifat kolektif dan inspiratif.

Pengaruh *Financial Literacy* ( $X_1$ ), *Motivation* ( $X_2$ ), dan *Social Environment* ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menabung (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel *financial literacy*, *motivation*, dan *social environment* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menabung mahasiswa di Kota Bandar Lampung. Ini dibuktikan melalui nilai F-hitung sebesar  $82,629 > F$ -tabel 3,07 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , serta nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,663, yang mengindikasikan bahwa ketiga variabel mampu menjelaskan 66,3% variasi keputusan menabung. Sementara sisanya sebesar 33,7% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Secara teoritis, hasil ini menguatkan gagasan bahwa perilaku finansial seperti menabung tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek tunggal, melainkan merupakan hasil interaksi kompleks antara pemahaman keuangan, motivasi internal, dan dukungan lingkungan sosial. Temuan ini konsisten dengan Putri (2018) dan Hakim & Muttaqin (2020), yang menekankan pentingnya literasi keuangan dalam mengarahkan keputusan pengelolaan keuangan individu (Hakim & Muttaqin, 2020; Putri & Susanti, 2018). Begitu pula dengan (A. M. Pratama & Utami, 2024; Rahayu *et al.*, 2021), yang menjelaskan bahwa motivasi menjadi pendorong kuat dalam membentuk perilaku finansial yang proaktif, termasuk menabung. Dukungan dari aspek lingkungan sosial juga tidak bisa diabaikan, sebagaimana dinyatakan oleh (Apriliya, 2023; Kafita, 2023; Suprapto *et al.*, 2022) bahwa norma, keluarga, dan teman dapat mendorong atau menahan kecenderungan individu dalam mengambil keputusan finansial.

Pada penelitian ini, temuan menunjukkan bahwa peningkatan keputusan menabung mahasiswa membutuhkan pendekatan integratif. Perguruan tinggi dan institusi keuangan harus merancang intervensi edukatif yang tidak hanya memperkaya literasi keuangan, tetapi juga memperkuat motivasi personal dan membangun ekosistem sosial yang mendukung perilaku menabung. Program pelatihan keuangan berbasis komunitas, kampanye finansial berbasis motivasi tujuan, serta pelibatan keluarga dan teman dalam pengambilan keputusan finansial merupakan strategi yang dapat meningkatkan efektivitas program pengelolaan keuangan di kalangan mahasiswa.

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka kesimpulan dalam penelitian yaitu *financial literacy* tidak berpengaruh terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung. *Motivation* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung. *Social environment* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada mahasiswa

di Kota Bandar Lampung. *Financial literacy, motivation, dan social environment* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menabung pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini mencakup 130 responden dari mahasiswa yang ada di Kota Bandar Lampung, sehingga hasil penelitian mungkin tidak cukup mewakili populasi yang lebih luas. Penelitian ini hanya mencakup variabel *fiancial literacy, motivasi*, dan *social environment*, sementara faktor-faktor lain seperti pendidikan atau pengalaman pribadi dalam mengelola keuangan tidak diperhitungkan, yang mungkin memengaruhi keputusan menabung. Penelitian ini juga berfokus pada mahasiswa di Kota Bandar Lampung, sehingga hasilnya mungkin tidak terlalu dapat digunakan mahasiswa di luar daerah dan tingkat pendidikan yang berbeda

### Saran

Untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh *financial literacy, motivation*, dan *social environment* terhadap keputusan menabung, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam dari berbagai lokasi. Penelitian berikutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel tambahan yang mungkin memengaruhi keputusan menabung, seperti kondisi kesehatan finansial, perilaku keuangan, atau religiusitas, untuk memberikan analisis yang lebih baik dengan memperhitungkan pengalaman pribadi atau *external*.

### REFERENSI

- Angelina, L., & Astuti, R. D. (2024). *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan Analisis determinan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa*. 3(1), 81–89.  
<https://doi.org/10.20885/JKEK.vol3.iss1.art11>
- Apriani, D., & Faozan, A. (2023). Pengaruh Tingkat Pendidikan dan Pendapatan terhadap Minat Menabung. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 11(2), 548–559.  
<https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i2.739>
- Apriliya, S. (2023). Analisis Pengaruh Pengetahuan Perbankan Syariah, Religiusitas, Lingkungan Sosial Dan Lokasi Bank Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah= Analysis Of The Influence Of Islamic Banking Knowledge, Religiosity, Social Environment And Bank Location On The . *Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin*.
- Febri, L. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Islamic Branding dan Lingkungan Sosial terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Menabung di Bank Syariah dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Mahasiswa Universitas Darussalam Gontor Jawa Timur). *Skripsi UIN Raden Intan Lampung*, 59.
- Gigih, Z., & Prasaja, A. S. (2023). PENGARUH MOTIVASI DAN KEBUTUHAN MAHASISWA TERHADAP MINAT MENABUNG DI BANK SYARIAH. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 115–132.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
- Hakim, M. A. R., & Muttaqin, A. A. (2020). *Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Membuka Rekening Bank Syariah (Studi Pada Mahasiswa Islam Kota Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Kafita, L. (2023). Pengaruh Motivasi, Lingkungan Sosial Dan Religiusitas Nasabah Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervaning (Studi Kasus Di Bank Syariah Indonesia Cabang Temanggung). *Skripsi Universitas Islam Salatiga*.
- Kusumaningrini, D. L., & Sudibjo, N. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi

- belajar siswa di era pandemi covid-19. *Akademika*, 10(01), 145–161.
- Liputan6. (2022). *SNLIK 2022: Gap Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan Menipis*. Liputan6.Com.
- Mahyarni, M. (2013). Theory of reasoned action dan theory of planned behavior (Sebuah kajian historis tentang perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.
- Ningrum, H. A. . (2021). Faktor yang memengaruhi personal financial planning pada masyarakat kota kediri. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 359–372.
- Novianti, I., Diana, N., & Sari, A. F. K. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Kemudahan Akses Dan Kemajuan Teknologi Terhadap Minat Investasi Saham Syariah. *El-Aswaq*, 4(01), 1–12. <https://doi.org/10.31106/laswq.v4i01.25785>
- Pratama, A. M., & Utami, S. (2024). The Influence of Religious, Social Environment, and Motivation on Savings Decision. *Islamic Banking and Finance*, 4(1), 471–485.
- Pratama, R. P., & Muljaningsih, S. (2023). Pengaruh Pengetahuan, Kelompok Referensi Dan Motivasi Konsumen Terhadap Alasan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Indonesia Jakarta Selatan. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 3(2), 238–259. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v3i2.1203>
- Puri, E. T., & Lisiantara, G. A. (2023). *Pengaruh profitabilitas dan likuiditas terhadap nilai perusahaan dengan struktur modal sebagai variabel intervening*. 6(1), 41–54.
- Purnomo, S. D., Cahyo, H., & Mukharomah, S. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Menabung di Bank Syariah pada Masyarakat Kabupaten Banyumas. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 6(2), 343. <https://doi.org/10.33087/jmas.v6i2.273>
- Putri, T. P., & Susanti. (2018). Pengaruh Kontrol Diri, Literasi Keuangan dan Inklusi Keuangan terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)*, 6(3), 323–330.
- Rahayu, M. A., Widowati, M., & Handayani, J. (2021). Analisis Pengaruh Perilaku Konsumtif, Motivasi, Kelompok Referensi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menabung. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i2.3201>
- Raihana, S., & Aulia, R. (2020). Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram (Studi Pada Masyarakat Kecamatan Seunagan Kabupaten Nagan Raya). *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 2(2), 110.
- Sugiyono. (2013). *Statistik Untuk Penelitian* (CV Albeta (ed.)).
- Suprapto, R., Susanti, N. I., & Ferikha, Z. (2022). Pengaruh faktor sosial, budaya dan religiusitas terhadap keputusan anggota menabung di bmt ugt sidogiri capem sempu. *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, 2(1), 28–39.
- Yuliana, N., Batin, M. H., & Sidik, A. B. (2023). Keputusan Menabung Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Palembang Sudirman Yang Dipengaruhi Oleh Literasi, Pemahaman Dan Promosi. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(5), 318–335.