

**PENGARUH KEMUDAHAN, SOSIAL, MOTIVASI HEDONIS DAN *SELF MONITORING* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR*
DALAM PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA GENERASI
Z KOTA MEDAN DENGAN LITERASI KEUANGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salahsatu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*



Oleh:

Nama : Karina Sri Wardani
NPM : 1905160520
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2023**



PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 25 Juli 2023, pukul 08.30 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : KARINA SRI WARDANI
NPM : 1905160520
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN, SOSIAL, MOTIVASI HEDONIS DAN SELF MONITORING TERHADAP FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR DALAM PENGGUNAAN PAYLATER PADA GENERASI Z KOTA MEDAN DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.

Dinyatakan : (A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

TIM PENGUJI

Penguji I

Dr. ASWIN BANCIN, S.E., M.Pd.

Penguji II

SRI PUJI LESTARI, S.E., M.Si.

Pembimbing

ARIF PRATAMA MARPAUNG, S.E., M.M.

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.



Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : KARINA SRI WARDANI
N.P.M : 1905160520
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN KEUANGAN
Judul Skripsi : PENGARUH KEMUDAHAN, SOSIAL, MOTIVASI HEDONIS DAN *SELF MONITORING* TERHADAP *FINANCIAL MANAGEMENT BEHAVIOR* DALAM PENGGUNAAN *PAYLATER* PADA GENERASI Z KOTA MEDAN DENGAN LITERASI KEUANGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING.

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Juli 2023

Pembimbing Skripsi

ARIF PRATAMA MARPAUNG, SE., M.M.

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

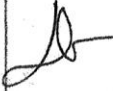




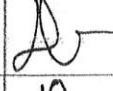

JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E., M.Si.



DE H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Karina Sri Wardani
 NPM : 1905160520
 Dosen Pembimbing : Arif Pratama Marpaung, SE., M.M.
 Program Studi : Manajemen
 Konsentrasi : Manajemen Keuangan
 Judul Penelitian : Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis dan *Self Monitoring* terhadap *Financial Management Behavior* dalam Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z Kota Medan dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening.


Item	Hasil Evaluasi	Tanggal	Paraf Dosen
Bab 1	Mamfaat penemuan Penambahan kata "Manajemen"	10 Mei 2023	
Bab 2	Variabel dimulai dari 4, Hipotesis Penambahan kata "Ada Penemuan", Penambahan literatur	10 Mei 2023	
Bab 3	Penambahan Rumus	10 Mei 2023	
Bab 4	Hasil Pengumpulan data Pembahasan	4 Juli 2023	
Bab 5	Keterbatasan Penelitian	11 Juli 2023	
Daftar Pustaka	Penambahan kumpian dosen umsu	11 Juli 2023	
Persetujuan Sidang Meja Hijau	ACC Sidang Meja Hijau	11 Juli 2023	

Diketahui oleh:
Ketua Program Studi



(Jasman Saripuddin Hsb, S.E, M.Si.)

Medan, Juli 2023
Disetujui oleh:
Dosen Pembimbing



(Arif Pratama Marpaung, SE., M.M.)

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Karina Sri Wardani
NPM : 1905160520
Fak/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis dan *Self Monitoring* terhadap *Financial Management Behavior* dalam Penggunaan *Paylater* pada Generasi Z Kota Medan dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Menyatakan bahwa:

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha sendiri, baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi.
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut :
 - Menjiplak/Plagiat hasil karya penelitian orang lain.
 - Merekayasa tanda angket, wawancara, observasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti memalsukan stempel, kop surat, atau identitas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "penetapan proyek proposal/makalah/skripsi dan penghunjak Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan kesadaran sendiri.

Medan, 18 Maret 2023
Pembuat Pernyataan



KARINA SRI WARDANI

NB :

- Surat pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat pengajuan judul
- Foto copy surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi

ABSTRAK

Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis dan *Self Monitoring* Terhadap *Financial Management Behavior* Dalam Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Karina Sri Wardani

**Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
Email : karinaswandani@gmail.com**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perilaku manajemen keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan diantaranya adalah pengaruh kemudahan, sosial, motivasi hedonis dan *self monitoring* melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. Sehingga analisis penelitian ini dapat mengedukasi pengendalian perilaku keuangan dalam menggunakan *paylater* melalui pemahaman literasi keuangan agar bijak dalam mengelola keuangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan 446 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah SmartPLS dengan metode analisis SEM (Structural Equation Modelling). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan dan sosial tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*. Kemudahan dan sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan. Kemudahan dan sosial berpengaruh terhadap *financial management behavior* melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. Motivasi hedonis dan *self monitoring* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior*.

Kata Kunci : Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis, *Self Monitoring*, *Financial Management Behavior*, Literasi Keuangan.

ABSTRACT

The Influence of Convenience, Social, Hedonis Motivation and Self Monitoring on Financial Management Behavior in the use of Paylater in Generations City Z Medan With Financial Literacy as an Intervening Variable

Karina Sri Wardani

**Management Study Program, Faculty of Economics and Business
Muhammadiyah University, North Sumatra
Email : karinaswandani@gmail.com**

This Study aims to determine and analyze the behavior of financial management in the use of paylater in Generation Z of Medan City, including the influence of convenience, social, hedonic motivation and self monitoring through financial literacy as an intervening variable. So that this research analysis can educate the control of financial behavior in using paylater through understanding financial literacy so that they are wise in managing finances. This study used a quantitative approach with data collection techniques using a questionnaire with 446 samples. The analytical method used is SmartPLS with the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method. The results of this study indicate that convenience and social has no effect on financial management behavior. Convenience and social influence on financial literacy. Convenience and social influence on financial management behavior through financial literacy as an intervening variable. Hedonic motivation and self monitoring have no effect on financial management behavior.

Keywords : Convenience, Social, Hedonic Motivaton, Self Monitoring, Financial Management Behavior, Financial Literacy

KATA PENGANTAR



Asalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT, atas nikmat kesehatan, kesempatan, dan diberikannya kemudahan bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir. Shalawat dan salam tak lupa pula kita ucapkan untuk Rasulullah SWA, semoga syafaat beliau tercurah bagi peneliti dan pembaca sekalian.

Penelitian ini merupakan kewajiban bagi peneliti sebagai seorang Mahasiswi jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara ini sebagai salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan pendidikan program strata 1 jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul penelitian yang peneliti buat yaitu: **“Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis Dan *Self Monitoring* Terhadap *Financial Management Behavior* Dalam Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening”**.

Dalam menyelesaikan skripsi ini peneliti banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, motivasi, dan juga semangat dari berbagai pihak yang ada sehingga dapat membuat penulis tekun, dan giat dalam menyusun dan menyelesaikan peneliti ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih atas jasa dan doa yang telah diberikan dari berbagai pihak tersebut terutama kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orangtua peneliti kepada Ayahanda Erwan dan Ibunda Sri Narti serta Abang dan Kakak peneliti yaitu Tito Kelemente,S.Kom dan Tri Utari Ningrum,S.Kom yang sangat penulis sayangi dan cintai yang telah memberikan doa, dukungan dan bantuan yang tiada terhingga.
2. Diri sendiri saya bersyukur dan berterima kasih sudah berjuang menjalani proses skripsi.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Agussani.,M.AP yang merupakan Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. H. Januri., S.E.,M.M.,M.Si yang merupakan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Ade Gunawan.,S.E.,M.Si yang merupakan Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung.,S.E.,M.Si yang merupakan Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Jasman Sarifuddin Hasibuan.,S.E.,M.Si yang merupakan Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Assoc. Prof. Dr Jufrizen.,S.E.,M.Si yang merupakan Sekretaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

9. Bapak Arif Pratama Marpaung,S.E.,M.M yang merupakan Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan ilmu bimbingan serta bantuan dan arahan.
10. Bapak Drs. M. Elfi Azhar, M.Si yang merupakan Dosen Pembimbing Akademik.
11. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara serta seluruh staff selaku pihak-pihak yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang dimiliki kepada peneliti pada saat menjalani kegiatan perkuliahan dan menyelesaikan penyusunan skripsi ini hingga selesai.
12. Kepada Orang Rumah (Fahmi, Jefri, Suhen, Agung, Romi, Fachri, Roy, Isra, Dahlia, Dita, Nisa, Azmy, Fauziah, Lisda).
13. Kepada keluarga besar PK IMM FEB UMSU dan PC IMM DELI SERDANG.
14. Kepada sahabat saya Alifah Hanum, Sherly Lestari dan Riya Ramadhani.
15. Dan dukungan dari Abang Ridho Syaputra.

Peneliti menyadari bahwasannya didalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna sehingga oleh karena itu peneliti dengan segala kerendahan hati memohon kepada semua pihak untuk dapat memberikan kritik dan saran yang membangun bagi peneliti agar kedepannya skripsi ini agar dapat lebih baik lagi.

Akhir kata, atas segala bimbingan, bantuan, motivasi, dan seluruh yang diberikan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan sebagaimana mestinya. Peneliti tidak dapat membalas

kebaikan itu semua dengan mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh pihak tersebut dan berdo'a kepada Allah SWT dan memberikan shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW. Semoga Allah SWT memberikan balasan atas segala sesuatu yang diberikan tersebut diberikan imbalan pahala dan juga dimudahkan segala rezeki serta urusannya.

Pada akhirnya, peneliti mengucapkan rasa terimakasih dan berharap semoga penulisan skripsi ini dapat peneliti lanjutkan hingga akhir selesai dan memenuhi kewajiban sebagai salah satu syarat peneliti untuk menyelesaikan Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Aamiin

Billahi Fi Sabillilhaq Fastabiqul Khairat

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, Juli 2023

Peneliti

Karina Sri Wardani
NPM: 1905160520

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian	7
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM)	10
2.1.2 <i>Financial Technology</i>	13
2.1.3 Generasi Z	14
2.1.3.1 Pengertian Generasi Z	14
2.1.3.2 Sifat Generasi Z	15
2.1.4 <i>Financial Management Behavior</i>	16
2.1.4.1 Pengertian <i>Financial Management Behavior</i>	16
2.1.4.2 Tujuan <i>Financial Management Behavior</i>	17
2.1.5 Kemudahan	17
2.1.5.1 Pengertian Kemudahan	17
2.1.6 Sosial	18
2.1.6.1 Pengertian Sosial	18
2.1.7 Motivasi Hedonis	19
2.1.7.1 Pengertian Motivasi Hedonis	19
2.1.8 <i>Self Monitoring</i>	20
2.1.8.1 Pengertian <i>Self Monitoring</i>	20
2.1.9 Literasi Keuangan	20
2.1.9.1 Pengertian Literasi Keuangan	20
2.1.9.2 Faktor Mempengaruhi Literasi Keuangan	21
2.2 Kerangka Konseptual	22
2.2.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	22
2.2.2 Pengaruh Sosial Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	23
2.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	24
2.2.4 Pengaruh Kemudahan Terhadap Literasi Keuangan	25
2.2.5 Pengaruh Sosial Terhadap Literasi Keuangan	26
2.2.6 Pengaruh Kemudahan Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening	27
2.2.7 Pengaruh Sosial Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening	27

2.2.8 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	28
2.2.9 Pengaruh <i>Self Monitoring</i> Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	29
2.3 Hipotesis Penelitian.....	30
BAB 3 METODE PENELITIAN	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Definisi Operasional.....	32
3.2.1 Variabel Dependent.....	32
3.2.2 Variabel Independent	33
3.2.3 Variabel Intervening.....	35
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.3.1 Tempat Penelitian.....	36
3.3.2 Waktu Penelitian	36
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.5 Jenis dan Sumber Data	38
3.5.1 Jenis Data	38
3.5.2 Sumber Data.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6.1 Pembagian Angket (<i>Questionare</i>).....	39
3.7 Metode Analisis Data.....	40
3.7.1 Analisis Deskriptif	41
3.7.2 Pengujian Instrumen.....	41
3.8 Analisis Data	44
3.9 Uji Hipotesis.....	45
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.1.1 Karakteristik Responden	46
4.1.2 Statistik Deskripsi	51
4.1.2.1 <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	51
4.1.2.2 Kemudahan (X1).....	52
4.1.2.3 Sosial (X2)	53
4.1.2.4 Motivasi Hedonis (X3).....	54
4.1.2.5 <i>Self Monitoring</i> (X4).....	54
4.1.2.6 Literasi Keuangan (Z)	55
4.2 Analisis Data.....	56
4.2.1 Uji Validitas	56
4.2.1.1 Validitas Konvergen.....	56
4.2.1.2 Validitas Diskriminan	57
4.2.2 Uji Reabilitas.....	60
4.3 Uji Hipotesis.....	61
4.3.1 Uji Temuan Hipotesis 1	62
4.3.2 Uji Temuan Hipotesis 2	62
4.3.3 Uji Temuan Hipotesis 3	62
4.3.4 Uji Temuan Hipotesis 4	63
4.3.5 Uji Temuan Hipotesis 5	63

4.3.6 Uji Temuan Hipotesis 6	63
4.3.7 Uji Temuan Hipotesis 7	64
4.3.8 Uji Temuan Hipotesis 8	64
4.3.9 Uji Temuan Hipotesis 9	65
4.4 Pembahasan.....	65
4.4.1 Kemudahan Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	65
4.4.2 Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	67
4.4.3 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	68
4.4.4 Kemudahan Berpengaruh Terhadap Literasi Keuangan	69
4.4.5 Sosial Berpengaruh Terhadap Literasi Keuangan.....	71
4.4.6 Kemudahan Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening .	71
4.4.7 Sosial Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i> Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening .	72
4.4.8 Motivasi Hedonis Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	73
4.4.9 <i>Self Monitoring</i> Tidak Berpengaruh Terhadap <i>Financial Management Behavior</i>	74
BAB 5 PENUTUP	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Saran	77
5.3 Keterbatasan Penelitian	78
DAFTAR PUSTAKA.....	79

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Indikator <i>Financial Management Behavior</i>	33
Tabel 3.2 Indikator Kemudahan	34
Tabel 3.3 Indikator Sosial.....	34
Tabel 3.4 Indikator Motivasi Hedonis	34
Tabel 3.5 Indikator <i>Self Monitoring</i>	35
Tabel 3.6 Indikator Literasi Keuangan	36
Tabel 3.7 Jadwal Penelitian	37
Tabel 3.8 Kriteria Skala Likert	40
Tabel 3.9 Ringkasan (Outer Model)	43
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data.....	46
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan.....	48
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Paylater ...	49
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Paylater.....	49
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Dana Alokasi Paylater	50
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi <i>Financial Management Behavior</i> (Y)	52
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Kemudahan (X1)	52
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Sosial (X2).....	53
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Motivasi Hedonis (X3)	54
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi <i>Self Monitoring</i> (X4)	55
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan (Z).....	55
Tabel 4.14 Cross Loading	58
Tabel 4.15 Validitas Diskriminan Metode Fornell-Larcker.....	59
Tabel 4.16 Uji Reabilitas.....	60
Tabel 4.17 Path Coefficient.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1 Model Struktural	57

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengguna internet di Indonesia hingga saat ini meningkat sebesar 54,25% jika dibandingkan dengan tahun 2018. Sementara itu pada awal tahun 2022, terjadi peningkatan penetrasi internet sebanyak 73,7%. Pada bulan Januari 2022, jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 277,7 juta orang (Databoks, 2022) dan pengguna *e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2022 transaksi meningkat 22% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang masih US\$48 miliar (Databoks, 2022).

Berdasarkan Survei Lembaga Riset Katadata Insight Center (KIC) terhadap 5.204 responden mengungkapkan generasi muda seperti generasi milenial dan generasi Z lebih banyak memilih jenis pembayaran *paylater* dibandingkan dengan kartu kredit yang dimana pengguna kartu kredit hanya 7,6% sedangkan pengguna *paylater* mencapai 13,6% hampir dua kali lipatnya yang dimana generasi milenial menggunakan *paylater* sebanyak 16,5% sedangkan generasi Z hanya 9,7% (Republika, 2022). Semakin berkembangnya *fintech* di Indonesia maka semakin membuka peluang untuk meningkatkan jumlah penyelenggaraan keuangan berbasis aplikasi digital salah satunya adalah *paylater*. Menurut dari penelitian terdahulu juga telah membahas faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan dalam menggunakan *paylater* yaitu kemudahan, sosial, *facilitating conditions*, pendapatan, suku bunga, motivasi hedonis, kepercayaan, keamanan, ekspektasi kinerja, ekspektasi usaha, kebiasaan, pengetahuan, kondisi fasilitas, literasi keuangan dan *self monitoring*.

Kemudahan adalah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Wahyuningtyas, 2016). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Suyanto et al., 2019; Rohmah et al., 2020; Asja et al., 2021; Umah dan Siswahyudianto, 2022) tentang perilaku seseorang dalam menggunakan *paylater* menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh pada perilaku seseorang dalam penggunaan *paylater*, karena walaupun konsumen merasa bahwa layanan *paylater* sangat mudah untuk digunakan tidak akan membuat konsumen tertarik atau berminat untuk menggunakan metode pembayaran *paylater*. Karena untuk membuat konsumen memutuskan menggunakan layanan *paylater* tidak hanya faktor kemudahan saja tetapi dibutuhkan faktor lainnya. Namun berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh (Romadloniyah dan Prayitno, 2018; Pratama dan Suputra, 2019; Purnamasari et al., 2021; Eviana dan Saputra, 2022) bahwa kemudahan berpengaruh pada perilaku penggunaan *paylater* sebab apabila suatu individu merasa mudah dan nyaman dalam menggunakan suatu teknologi, maka akan menjadikan teknologi tersebut suatu alat yang digunakan sehari-hari.

Selanjutnya dipengaruhi oleh sosial merupakan orang atau sekelompok orang yang berada disekitar konsumen dan mempengaruhi perilakunya (Fadhila et al., 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Ismail, 2018; Mukminin et al., 2019; Fadhila et al., 2020; Yang et al., 2021) menunjukkan bahwa faktor sosial mempengaruhi perilaku seseorang dalam penggunaan *paylater* berdasarkan informasi saran yang diberikan sekelilingnya seperti sahabat atau keluarga. Namun, berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh (Suyanto et al., 2019; N. K. R. D. Putri dan Suardikha, 2020; Andini dan Hariyanti, 2021; Awdes dan Surya,

2022) bahwa pengaruh sosial tidak berpengaruh hal ini disebabkan karena fitur *paylater* hanya menyediakan layanan pinjaman uang.

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai rasa senang atau bahagia yang diperoleh saat menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh, 2012). Suatu sistem atau teknologi diciptakan untuk memenuhi tujuan yang berbeda, apabila seseorang menggunakannya dengan merasakan senang maka akan mempengaruhi minat untuk menggunakan sistem atau teknologi tersebut. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Khatimah et al., 2019; Laxmi et al., 2020; Baladini et al., 2021; Eviana dan Saputra, 2022) menunjukkan bahwa motivasi hedonis berpengaruh terhadap perilaku penggunaan *paylater* karena dalam menggunakan *paylater* memberikan rasa senang saat menggunakannya. Namun berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh (Ernawati, 2021; Awdes dan Surya, 2022) bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap penggunaan fitur *paylater* karena tanpa kesenangan seseorang akan menggunakan fitur tersebut karena dirasa bermanfaat, terutama dalam hal membantu menyelesaikan transaksi dengan cepat.

Self Monitoring adalah observasi dan kontrol diri yang dipicu dari lingkungan untuk memberikan perilaku sosial yang tepat, berkaitan dengan cara individu untuk meregulasi tingkah laku yang ditampilkan dalam situasi sosial dan dapat membantu individu menyesuaikan diri dalam lingkungan sosial (Pramono dan Wibowo, 2019). Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sromback et al., 2017; Sampoerno dan Haryono, 2021; Putri dan Andarini, 2022) menunjukkan bahwa pengendalian diri berpengaruh terhadap *financial management behavior* pengguna layanan *buy now pay later*. Bentuk *self monitoring* yang baik dalam menggunakan *paylater* akan mempengaruhi dalam menggunakan keuangannya pribadi atau

memutuskan untuk berhutang. Namun berbeda pada penelitian (Ulayya dan Mujiasih, 2020) yang mengatakan bahwa pengendalian diri berpengaruh negatif perilaku konsumtif pengguna *e-money*.

Literasi keuangan adalah kebutuhan dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan (Nurmala et al., 2021). Pada penelitian yang dilakukan (Sugiharti dan Maula, 2019) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa yang artinya bahwa semakin tinggi pengetahuan keuangan dan kemampuan seseorang dalam mengimplementasikan aspek-aspek keuangan maka akan menghasilkan perilaku keuangan yang bijak dan pengelolaan keuangan yang efektif. Namun, berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan dan Chairani, 2019) yang mengatakan bahwa literasi keuangan tidak berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa dalam mengelola keuangannya pada mahasiswa dikarenakan kurangnya pemahaman dasar tentang literasi keuangan.

Berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku manajemen keuangan dalam menggunakan *paylater* dapat berpotensi pada pemborosan dan penimbunan hutang yang nantinya akan berdampak pada reputasi kredit dan kemacetan pengajuan kredit. Sehingga, perlu adanya perilaku pengelolaan keuangan (*financial management behavior*) yang baik dalam mengantisipasi dampak negatif yang timbul dari penggunaan *paylater*. Perilaku pengelolaan keuangan adalah kemampuan untuk mengelola penganggaran, pengendalian, pengelolaan, perencanaan, pengecekan, pencarian dan penyimpanan dana keuangan harian (Kholilah dan Iramani, 2013). Sehingga perilaku pengelolaan keuangan sering berguna sebagai bentuk tanggung jawab dalam aktivitas pemenuhan kebutuhan

individu dalam sehari-hari sehingga pentingnya untuk memahami literasi keuangan guna bijaksana dalam perilaku keuangan seseorang.

Dalam penerapannya pengguna *Fintech* merupakan mereka yang dekat akrab dengan internet dan teknologi, sehingga kehadiran *fintech* di Indonesia pada tahun 2017 telah merata salah satunya hingga kota Medan, Medan merupakan salah satu kota besar di Indonesia berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Medan (Badan Pusat Statistik, 2020) menyatakan jumlah penduduk kota Medan tahun 2020 mencapai 2.435.252 jiwa. (Febiana et al., 2023) menyatakan Generasi Z dengan kelahiran tahun 1997-2012 berjumlah 2.149.114 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2012). Usia merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat keterlibatan dengan teknologi (Calvo et al., 2020).

Berdasarkan uraian tersebut ditemukan perbedaan hasil penelitian dan terdapat pula kesamaan hasil penelitian sehingga berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian pada perilaku manajemen keuangan pada penggunaan *paylater* pada generasi Z Kota Medan dengan judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis Dan *Self Monitoring* Terhadap Financial Management Behaviour Dalam Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan sebelumnya, dapat diidentifikasi masalah yang dihadapi yaitu kehadiran *fintech* dengan berbagai fitur yang ditawarkan menjadi faktor untuk menggunakannya ditengah masyarakat

sebagai cara alternatif dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan berbelanja, khususnya pada generasi Z dengan tingginya penggunaan *paylater* tentu berpengaruh terhadap perilaku hidup yang berdampak pada *Financial Management Behaviour* dalam menggunakan *Paylater* sehingga terjadinya penimbunan hutang akibat kurangnya pemahaman mengenai literasi keuangan. Namun, terdapat pula yang tidak terpengaruh fitur layanan *paylater*.

1.3 Batasan Masalah

Kemampuan dan keterbatasan dengan waktu yang dimiliki agar terfokus dalam pembahasannya maka penelitian ini perlu membatasi permasalahannya. Penulis membatasi permasalahan dengan mengangkat permasalahan mengenai pengaruh kemudahan, sosial, motivasi hedonis dan *self monitoring* terhadap *financial management behaviour* dengan literasi keuangan yang akan menjadi tolak ukur apakah konsumen sudah mendapatkan pengaruhnya dari penggunaan *paylater*.

Sedangkan objek penelitian, penulis memfokuskan penelitian ini pada Generasi Z Kota Medan.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan penulis, maka rumusan masalahnya adalah :

- a. Apakah ada pengaruh kemudahan terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan?
- b. Apakah ada pengaruh sosial terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?

- c. Apakah ada pengaruh literasi keuangan terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?
- d. Apakah ada pengaruh kemudahan terhadap literasi keuangan penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?
- e. Apakah ada pengaruh sosial terhadap literasi keuangan penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?
- f. Apakah ada pengaruh motivasi hedonis terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?
- g. Apakah ada pengaruh *self monitoring* terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan ?
- h. Apakah ada pengaruh kemudahan terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening ?
- i. Apakah ada pengaruh sosial terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening ?

1.5 Tujuan Penelitian

Sebagaimana berkaitan dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kemudahan berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah sosial berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah literasi keuangan berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.
- d. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kemudahan berpengaruh pada literasi keuangan penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.
- e. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah sosial berpengaruh pada literasi keuangan penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.
- f. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah kemudahan berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening.
- g. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah sosial berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening.
- h. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah motivasi hedonis berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.
- i. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *self monitoring* berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater* Generasi Z Kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi pihak-pihak berikut :

1. Bagi Peneliti, penelitian ini bermanfaat sebagai sebuah sarana bagi peneliti untuk menerapkan ilmu yang didapat selama perkuliahan.
2. Bagi Mahasiswa dan Masyarakat, diharapkan mahasiswa dan masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai kemudahan yang ditawarkan oleh sistem pembayaran sehingga diharapkan dapat menggunakan sistem pembayaran *paylater* untuk memenuhi kebutuhan apabila belum mampu untuk membayar saat itu juga.
3. Bagi Universitas, penelitian ini diharapkan sebagai acuan atau pertimbangan dalam memberikan edukasi finansial kepada mahasiswa.
4. Bagi Peneliti selanjutnya dan pihak lain, penelitian ini dapat menjadi bahan masukan bagi mereka yang berminat menindaklanjuti hasil penelitian ini dengan mengembangkan teori dan melaksanakan penelitian yang lebih luas atau sebagai bahan pembanding.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Ada beberapa model yang digunakan dalam hal menganalisis serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap penerimaan penggunaan komputer, diantaranya seperti yang tercatat dalam literatur dan referensi hasil riset dalam bidang teknologi informasi yaitu *Theory of Reasoned Action (TRA)*, *Theory Planned Behavior (TPB)* dan *Theory Technology Acception Model (TAM)*.

Theory of Planned Behavior (TPB) adalah kerangka teoritis yang dikembangkan Ajzen (1985) untuk mempelajari perilaku dikembangkan dari Teori Reasoned Action (TRA). *Theory of Planned Behavior* mengasumsikan bahwa kepentingan relatif dari sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan bergantung pada keinginan atau tujuan seseorang saat mengalami situasi (Tusyanah et al., 2020). TBP menjelaskan bahwa niat individu untuk berperilaku ditentukan oleh tiga faktor yaitu persepsi kontrol perilaku, standar subjektif dan sikap terhadap perilaku (Machrus dan Purwono, 2010). Penggunaan TBP mampu memprediksi perilaku yang menggambarkan sikap, kontrol perilaku yang dirasakan (Marpaung et al., 2022).

Theory of Planned Behavior (TPB) menjelaskan bahwa setiap tindakan individu ditunjukkan oleh tiga macam keyakinan yaitu :

1. Keyakinan perilaku (*behavioral beliefs*) yaitu keyakinan terhadap kemungkinan terjadinya suatu tindakan.

2. Keyakinan normatif (*normative beliefs*) yaitu keyakinan terhadap harapan normative dari individu lain yang memberikan dorongan untuk menyetujui harapan tersebut.
3. Keyakinan pengawasan (*control beliefs*) yaitu keyakinan mengenai adanya faktor-faktor yang memberikan kemudahan ataupun kesulitan saat individu bekerja dari tindakan maupun kekuatan cara pandang dari faktor tersebut.

Model TAM diadopsi dari model TRA yaitu teori tindakan yang beralasan dengan satu premis bahwa reaksi dan persepsi seseorang terhadap sesuatu hal, akan menentukan sikap dan perilaku orang tersebut. Model TAM dikembangkan dari teori psikologis, menjelaskan perilaku pengguna komputer yaitu berlandaskan pada kepercayaan, sikap, keinginan dan hubungan perilaku pengguna. Tujuan dari studi penggunaan TAM ini untuk menjelaskan faktor-faktor utama dari perilaku pengguna terhadap penerimaan pengguna teknologi. Model ini menambahkan dua variabel utama yaitu persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan kedalam teori model TRA (Arif, 2008). Para ahli menyakini bahwa untuk membuat suatu teknologi bisa diterima dengan baik oleh konsumen untuk mau mengadopsi suatu teknologi tersebut, maka teknologi tersebut harus memenuhi syarat model penerimaan teknologi (Soetharaman et al., 2017).

Menurut Subowo (2020) terdapat beberapa kelebihan TAM yaitu sebagai berikut :

1. TAM menjadi alternatif jawaban ketika sebuah sistem tidak bisa menjawab kebutuhan user sehingga user kehilangan minat terhadap sistem informasi yang dibat.
2. TAM hadir dengan tujuan menjadi dasar teori yang kuat

3. TAM lolos dari banyak uji riset dengan hasil kesimpulan hasil TAM berdampak

4. TAM menjadi model yang memiliki tampilan sederhana namun valid.

Arif (2008) Dalam kerangkanya *Technology Acception Model* memiliki lima variabel yang penting digunakan untuk menjelaskan diterimanya suatu sistem teknologi baru di dalam masyarakat yaitu sebagai berikut :

1. Persepsi Kemudahan penggunaan (*Perceived Easy Of Use*), yaitu sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami dan digunakan.
2. Persepsi Kemanfaatan (*Perceived Usefulness*), yaitu suatu ukuran dimana penggunaan suatu teknologi dipercaya akan mendatangkan manfaat bagi orang yang menggunakannya.
3. Sikap Penggunaan (*Attitude Torward Using*), yaitu sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya, yang dimana faktor sikap adalah salah satu aspek yang mempengaruhi perilaku individual.
4. Perilaku untuk Tetap Menggunakan (*Behavioral Intention To Use*), yaitu kecendrungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Tingkat penggunaan suatu teknologi komputer pada seseorang dapat diprediksi dari sikap perhatiannya terhadap teknologi tersebut.
5. Kondisi Nyata Penggunaan Sistem (*Actual System Usage*), yaitu seseorang yang menggunakan sistem yang mereka yakini bahwa sistem tersebut

mudah digunakan dan akan meningkatkan produktifitas mereka yang tercermin dari kondisi nyata pengguna.

2.1.2 *Financial Technology*

Kemajuan teknologi dunia telah menciptakan dan inovasi yang modern diberbagai sektor salah satunya adalah sektor keuangan yang tak lepas dari perokonomian sehingga memudahkan bagi masyarakat dalam menyalurkan dana. Bank Indonesia telah mengeluarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial menyatakan bahwa Teknologi Finansial adalah pengguna teknologi dalam sistem pada bidang keuangan yang menghasilkan produk-produk layanan, teknologi dan atau model bisnis baru serta dapat berdampak pada kondisi stabilitas moneter, stabilitas pada sistem keuangan, dan atau efisiensi, kelancaran, keamanan serta kehandalan sistem pembayaran (Bank Indonesia, 2017). *Financial Technology* merupakan sebuah industri berbasiskan teknologi dalam layanan keuangan yang melahirkan inovasi-inovasi yang dapat memfasilitasi layanan keuangan diluar lembaga keuangan yang bersifat konvensional sehingga mempermudah masyarakat dalam mengakses produk keuangan dalam bertransaksi (Ni Luh Wiwik, 2020).

Berdasarkan beberapa pengertian yang telah dijelaskan maka peneliti menyimpulkan bahwa *Financial Technology* adalah suatu inovasi alat transaksi yang modern yang tentu memudahkan masyarakat dalam bertransaksi sebagai pelaku ekonomi.

Penggunaan *fintech* memiliki kelebihan dan kekurangan, yaitu memudahkan untuk bertransaksi kapan saja dan dimana saja dan *fintech* memberikan solusi alternatif pendanaan dengan pinjaman modal. Sedangkan yang

menjadi kekurangan *fintech* adalah ketergantungan pada internet (Mujiatun et al., 2022). Transaksi keuangan *fintech* salah satunya adalah *paylater*, *paylater* adalah penerapan sistem dengan pembayaran konsep cicilan secara online tanpa kartu kredit (Sarihim dan Tambunan, 2022). Sehingga dengan kehadiran *fintech* mampu menghadirkan perannya tidak hanya sebagai *fasilitator* dalam melakukan transaksi namun juga *fintech* memaksa bagi pemiliknya untuk dapat menggunakan aplikasi dengan sebaik-baiknya, sehingga pengguna akan dipaksa mempelajari keuangan dan *fintech* tersebut. Perpaduan antara keuangan dan teknologi dalam *fintech* memberikan kontribusi yang baik dalam meningkatkan literasi keuangan ditambah dengan upaya pemerintah menyerukan gerakan nasional transaksi non tunai (Putri dan Christiana, 2021).

2.1.3 Generasi Z

2.1.3.1 Pengertian Generasi Z

Usia merupakan faktor utama yang mempengaruhi tingkat keterlibatan dengan teknologi (Calvo et al., 2020). Generasi adalah konstruksi sosial yang didalamnya terdapat kelompok orang yang memiliki umur dan pengalaman historis yang sama (Fuad et al., 2021). Yang dimana kebiasaan masing-masing generasi memiliki karakteristiknya sesuai dengan perkembangan zaman.

Generasi Z atau disebut juga generasi internet di Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial dengan usia 18-24 tahun yang jumlah populasinya tidak diketahui (Arda dan Andriany, 2019). Disaat yang sama dengan perkebangan internet lahir generasi baru manusia yaitu Generasi Z yaitu yang lahir tahun 1997 sampai dengan 2012 (Febiana et al., 2023). Mereka generasi Z lahir setelah generasi milenial, yang dimana lahir saat pesatnya perkembangan

teknologi, tentu saja memiliki potensi sangat besar dalam pemanfaatan teknologi digital. Generasi Z mampu mengaplikasikan seluruh kegiatan dalam satu waktu, menjalankan sosial media melalui android, membuka browser dengan PC. Sehingga, mereka akan bergantung pada teknologi dan hal ini akan mempengaruhi kepribadiannya. Namun, terdapat sisi positifnya bahwa mereka memiliki komunitas berskala besar dalam sebuah jaringan media dan teknologi tanpa mengenal satu sama lain melalui internet. Namun, sisi negatifnya mereka memiliki kemampuan komunikasi publik yang cukup rendah.

2.1.3.2 Sifat Generasi Z

Adityara dan Rakhman (2019) menjelaskan terdapat tujuh sifat generasi Z yaitu:

1. Memiliki ambisi besar untuk sukses
2. Berprilaku instan
3. Cinta kebebasan
4. Percaya diri
5. Menyukai hal yang detail
6. Keinginan untuk mendapatkan pengakuan
7. Digital dan teknologi informasi.

Namun berbeda dengan yang dipaparkan Adityara dan Rakhman (2019).

1. Figital

Generasi Z akan memadukan sisi fisik dan digital dengan cara mengkonsumsi, hidup dan bekerja.

2. Hiper-Kustomisasi

Generasi Z selalu berusaha untuk menyesuaikan identitas mereka dan melakukan kustomisasi agar dikenal dunia.

3. *Realists*

Generasi Z sudah mengalami masa krisis berat sejak dini dimana hal ini membentuk pola pikir pragmatis dalam merencanakan dan mempersiapkan masa depan.

4. FOMO

Generasi Z termasuk orang yang takut dengan ketinggalan informasi.

5. *Weconomist*

Gen Z memutuskan untuk memilih perusahaan yang memiliki kontribusi terhadap masyarakat.

6. DIY (*Do It Yourself*)

Gen Z tumbuh dengan dunia internet yang dapat mengajari mereka mengenai hal apa saja.

7. Terpacu

Gen Z menyakini adanya pemenang dan kekalahan yang mmeuat mereka terpacu.

2.1.4 *Financial Management Behavior*

2.1.4.1 *Pengertian Financial Management Behavior*

Financial Management Behavior adalah kemampuan seseorang untuk merencanakan keuangan, membuat anggaran, mengelola, mengendalikan, menacri dan menyimpan dana mereka. *Financial Management Behavior* berkaitan dengan tanggung jawab keuangan seseorang yang berkaitan dengan cara mengelola keuangan (Asandimitra dan Kautsar, 2019). *Financial Management Behavior*

individu berdasarkan lima indikator yaitu pengontrolan pengeluaran, pembayaran tagihan dengan tepat waktu, pembuatan rencana keuangan untuk masa yang akan datang, penyimpanan uang dan penyediaan uang (Ida dan Dwinta, 2010).

2.1.4.2 Tujuan *Financial Management Behavior*

Adapun tujuan dari *Financial Management Behavior* atau *money management* atau sering disebut dengan pembiayaan konsumen adalah untuk mengelola keuangan untuk kemakmuran, dimana untuk membahas masalah keuangan individu seperti bagaimana menyusun anggaran kas dan anggaran kas keluar, anggaran kredit, asuransi dan juga investasi (Dwiastanti, 2017).

2.1.5 Kemudahan

2.1.5.1 Pengertian Kemudahan

Kemudahan merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa dengan menggunakan teknologi informasi dalam aktivitasnya dapat memudahkan seseorang tanpa harus berusaha dengan keras baik itu waktu maupun tenaga (Utomo dan Lestari, 2022).

Kemudahan dalam hal penggunaan sebuah teknologi informasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan seseorang bahwa penggunaan teknologi informasi tersebut dapat dengan mudah untuk dipahami dan digunakan. Kemudahan dalam penggunaan juga mengandung maksud bahwa teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang baik waktu maupun tenaga untuk mempelajari atas sekaligus menggunakan karena pada dasarnya individu yakin bahwa teknologi informasi tersebut mudah untuk difahami dan tidak menyulitkan dalam hal melakukan pekerjaan (Wahyuningtyas, 2016).

Kemudahan ialah sebuah keyakinan saat proses pengambilan keputusan. Jika pengguna percaya bahwa sistem teknologi yang mudah untuk digunakan maka ia akan tertarik untuk menggunakan sistem tersebut, begitu sebaliknya (Asja et al., 2021).

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan bahwa keadaan dimana seseorang menyakini bahwa penggunaan suatu sistem merupakan hal yang tidak sulit untuk dilakukan, maka apabila suatu teknologi mudah untuk digunakan maka seseorang cenderung akan menggunakan sistem tersebut. Begitupun sebaliknya, jika seseorang merasa bahwa sistem tersebut tidak mudah maka ia tidak akan menggunakannya. Sehingga, teknologi informasi mampu mengurangi usaha seseorang dari segi waktu dan tenaga.

2.1.6 Sosial

2.1.6.1 Pengertian Sosial

Pengaruh sosial diartikan sebagaimana lingkaran sosial suatu individu atau lingkungan kelompok referensi, keluarga, teman dan kolage dapat mempengaruhi minat seseorang untuk menggunakan *paylater* dan informasi yang diberikan oleh orang-orang sekitar dapat berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran dan niat terhadap penggunaan *paylater* (Afandi et al., 2022). Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sejauh mana konsumen menganggap bahwa orang lain yang baginya penting (misalnya, keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh, 2012).

Faktor sosial seperti pendapat teman, keluarga, atasan pengguna terhadap perilaku. Sahabatan yang sering menggunakan *paylater* atau pun saran keluarga dan teman/organisasi untuk menggunakan *paylater* karena terdapat perasaan senang

sehingga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan paylater (Fadhila et al., 2020; Venkatesh et al., 2003).

2.1.7 Motivasi Hedonis

2.1.7.1 Pengertian Motivasi Hedonis

Hedonism atau *hedonic* adalah pandangan hidup yang menganggap orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Hedonisme merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup atau tindakan manusia (Samuri et al., 2018). Seseorang memiliki sikap hedonisme karena banyaknya keutuhan yang tidak dapat terpenuhi sebelumnya, kemudian setelah kebutuhan terpenuhi muncul kebutuhan baru yang terkadang lebih tinggi dari sebelumnya (Arij, 2021).

Motivasi hedonis didasarkan pada suatu motivasi pembelian dari dalam diri pelanggan yang menyukai dan didorong oleh keinginan untuk mencapai kesenangan, kebebasan, khayalan, serta pelarian diri dari masalah (Husna dan Lubis, 2019).

Sistem teknologi memiliki sistem kerja yang berbeda masing-masing, jika fitur yang ada pada sistem teknologi mampu memberikan rasa senang bagi pengguna. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa motivasi hedonis adalah penggunaan sebuah teknologi yang memberikan rasa kesenangan pribadinya pada saat digunakan.

2.1.8 Self Monitoring

2.1.8.1 Pengertian Self Monitoring

Self Monitoring adalah observasi dan kontrol diri yang dipicu dari lingkungan untuk memberikan perilaku sosial yang tepat, berkaitan dengan cara individu untuk meregulasi tingkah laku yang ditampilkan dalam situasi sosial dan dapat membantu individu menyesuaikan diri dalam lingkungan sosial (Pramono dan Wibowo, 2019). *Self Monitoring* didefinisikan sebagai sifat kepribadian yang menunjukkan sejauh mana orang memantau perilaku ekspresif dan presentasi diri mereka (Rahman dan Gan, 2020).

2.1.9 Literasi Keuangan

2.1.9.1 Pengertian Literasi Keuangan

Literasi keuangan adalah kemampuan untuk membaca, menganalisis, mengelola dan mengkomunikasikan kondisi keuangan pribadi seseorang. Literasi keuangan juga menunjukkan kemampuan untuk memilih secara bijaksana beragam pilihan pengelolaan keuangan serta dapat dengan nyaman mendiskusikan berbagai kondisi atau hal-hal yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan dan permasalahan ekonomi lainnya (Koto, 2021). Literasi keuangan adalah kombinasi dari kemampuan individu, pengetahuan, sikap dan pada akhirnya perilaku individu yang berhubungan dengan uang (Wahyuni et al., 2023). Literasi keuangan adalah kemampuan untuk memahami kondisi keuangan dan konsep keuangan serta mentransformasikan pengetahuan tersebut secara tepat kedalam perilaku (Sari et al., 2021). Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan menanggapi kompeten untuk peristiwa kehidupan

yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari (Wahyuni et al., 2022). Sehingga, literasi keuangan tidak hanya mencakup pengetahuan seseorang terhadap keuangan tetapi juga bagaimana kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi secara tepat dan juga baik (Gunawan et al., 2019).

Tingkat literasi keuangan yang tinggi diperlukan untuk mencegah kesulitan keuangan. Kesulitan keuangan tidak semata-mata disebabkan oleh pendapatan yang rendah, tetapi juga karena kesalahan dalam pengelolaan keuangan, seperti penyalahgunaan kredit, kurangnya perencanaan keuangan, dan kurangnya tabungan. Sehingga, Literasi keuangan memengaruhi cara berpikir seseorang tentang kondisi keuangan dan memengaruhi pengambilan keputusan dan manajemen keuangan (Gunawan et al., 2023).

2.1.9.2 Faktor Mempengaruhi Literasi Keuangan

Faktor yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu jenis kelamin, umur, pendapatan orang tua dan pengeluaran (Koto, 2021). Selain itu terdapat juga faktor lainnya yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan gender (Amaliyah dan Witiastuti, 2015). Sikap keuangan, perilaku keuangan dan pengetahuan keuangan juga merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi literasi keuangan (Rai, 2019). Faktor lainnya yang mempengaruhi literasi keuangan adalah gender, IPK dan pendapatan orang tua (Margaretha dan Pambudhi, 2015). Faktor lain yang juga meningkat adalah efek pendidikan universitas. Penelitian yang dilakukan di negara modern seperti Amerika dan Australia menunjukkan bahwa tidak adanya kolerasi antara pendidikan universitas dengan literasi keuangan. Namun di Turki ada kolerasi. Indonesia sama halnya dengan Turki sebagai negara Islam yang sedang berkembang, oleh karna itu

pendidikan universitas berpengaruh terhadap tingkat literasi keuangan (Gunawan dan Koto, 2017).

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Pengaruh Kemudahan Terhadap *Financial Management Behavior*

Kemudahan penggunaan adalah hal yang penting bagi pengguna *paylater*. Bila pengguna menyakini bahwa *paylater* sulit untuk digunakan tentu diminati oleh generasi milenial yang memiliki ciri minimalis. Sebaliknya, bila *paylater* dirasa mudah dalam penggunaannya maka penggunaan *paylater* semakin tinggi.

Ketika seseorang menyakini bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, maka sikap seseorang dalam bertransaksi akan meningkat (Joan dan Sitinjak, 2019). Hal tersebut didukung oleh (Sulistiyarini, 2012) bahwa kemudahan mempengaruhi sikap individu. Pandangan kemudahan ini akan berpengaruh terhadap perilaku seseorang dengan kontinuitas penggunaan suatu teknologi serta interaksi sesama pengguna melalui sistem dapat menunjukkan sebuah kemudahan dengan cara penggunaan yang tidak rumit dan sederhana menjadi nilai tambah untuk meningkatkan pandangan kemudahan bagi pengguna teknologi. Terkait prinsip perilaku konsumsi kemudahan dalam penggunaan *paylater* termasuk memiliki nilai material dan juga membawa kesejahteraan ekonomi individu.

Hal ini sesuai dengan teori TAM pada konstruk *perceived ease of use* dimana kemudahan berkaitan dengan meningkatnya keyakinan akan kebebasan seseorang dari usaha. Hal tersebut menjadi indikasi bahwa kemudahan yang dirasakan pengguna *paylater* menjadi lebih mudah dan tidak memerlukan usaha

yang lebih dibandingkan dengan layanan transaksi lainnya. Sehingga, kemudahan dalam penggunaan dapat mempengaruhi sikap seseorang terhadap penggunaan suatu teknologi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Tony Sitinjak., 2019; Marisa., 2020; Damayanti dan Canggih., 2021; Rossa dan Ashfath., 2022; Banani dan Selvi., 2023) membuktikan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi dalam menggunakan *paylater* dalam memenuhi kebutuhan hidup tanpa adanya uang tunai, serta adanya waktu tempo berbulan-bulan. Dengan banyaknya pengguna *paylater* saat berbelanja dipastikan bahwa kemudahan ikut serta menjadi faktor dalam menarik konsumen untuk menggunakan layanan ini.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa layanan *paylater* yang memberikan rasa kemudahan bertransaksi secara online akan meningkatkan perilaku individu untuk bertransaksi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan hidupnya.

2.2.2 Pengaruh Sosial Terhadap Terhadap *Financial Management Behavior*

Dalam praktiknya kehidupan sehari-hari, manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan bantuan orang lain sebelum pengambilan keputusan. Sehingga, dalam penerimaan teknologi seseorang harus yakin bahwa dengan teknologi tersebut seseorang bisa didapatkan, informasi sekitar bisa mempengaruhi sikap seseorang dalam penggunaan teknologi. Pengaruh sosial adalah orang atau sekelompok orang seperti teman atau sahabat disekitar pengguna yang mampu mempengaruhi perilaku pengguna tersebut (Fadhila et al., 2020). Hal tersebut didukung oleh (Bharata dan Widyaningrum, 2020; Cahyani dan Dewi, 2022) bahwa

pengaruh sosial mempengaruhi pada perilaku individu untuk menggunakan suatu teknologi, hal ini dipengaruhi oleh lingkungan sekitar serta faktor pendukung atau infrastruktur yang tersedia untuk menggunakan suatu teknologi. Oleh karena itu, manusia cenderung menggunakan teknologi dikarenakan terpengaruh oleh sosial. Orang-orang disekeliling pengguna menjadi peran penting dalam mempengaruhi perilaku seseorang untuk menggunakan teknologi *financial* seperti *paylater*.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan (Nasution., 2019; Mooduto dan Mariam., 2020; Kurniasari dan Fisabilillah., 2021; Trifiyanto., 2022) menyimpulkan bahwa pengaruh sosial mempengaruhi perilaku untuk menggunakan *paylater*.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa manusia sebagai makhluk sosial kerap sekali mendapatkan saran, ajakan atau bahkan pengaruh untuk menggunakan teknologi sehingga hal tersebut berdampak pada pola perilakunya yang berubah yang mulanya manual kini *modern* salah satunya penggunaan fitur layanan *paylater* tersebut.

2.2.3 Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap *Financial Management Behavior*

Literasi keuangan berupa pengetahuan mengenai tabungan, asuransi, hutang, investasi dan lain-lain akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam menggunakan uang yang dimilikinya. Perilaku keuangan merupakan tindakan dalam menggunakan atau menggunakan uang, dalam pengelolaan keuangan pribadi (Chintya dan Jufrizen, 2022). Semakin seseorang mengetahui mengenai komponen keuangan, maka seseorang akan semakin bijaksana dalam berperilaku yang berkaitan dengan keuangan, sehingga literasi keuangan sangat diperlukan

dalam mengelola keuangan yang dimiliki.

Menurut Arifa dan Setiyani (2020) mengartikan *financial literacy* sebagai pengetahuan untuk mengelola keuangan. Memiliki *financial literacy* merupakan hal penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang baik, maka taraf kehidupan diharapkan akan meningkat.

Menurut penelitian terdahulu (Arifa dan Setiyani., 2020; Anggarkusuma et al., 2021; Wahyuni et al., 2023) bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap *financial management behavior*, bahwa semakin baik literasi keuangan maka semakin baik pula *financial management behavior*. Sehingga, seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan semakin bijaksana dalam mengelola keuangan.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa orang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi kecenderungan memiliki pengaruh mengenai perilaku keuangan seseorang.

2.2.4 Pengaruh Kemudahan Terhadap Literasi Keuangan

Layanan keuangan berbasis *paylater* dengan akses yang memudahkan dalam penggunaan sangat diperlukan untuk memperluas wawasan mengenai literasi keuangan. Sehingga dengan kehadiran penggunaan *paylater* memberikan kesadaran bahwa kemudahan memberikan manfaat untuk bertransaksi menjadi lebih mudah dengan metode cicilan atau bayar nanti bukan suatu ancaman.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan (Khofifa et al., 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh pada literasi keuangan, pengguna merasa menggunakan *paylater* memudahkan dalam melakukan transaksi kredit secara online. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Mulasiwi dan

Julialevi, 2020). Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap literasi keuangan, dengan munculnya *paylater* bukan membahayakan namun membawa kemudahan praktis melakukan kredit sehingga dengan adanya layanan *paylater* membuka wawasan literasi keuangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kemudahan akses yang dirasakan pengguna *paylater* memberikan dampak meningkatkan wawasan literasi keuangan Generasi Z Kota Medan.

2.2.5 Pengaruh Sosial Terhadap Literasi Keuangan

Lingkungan sosial didalamnya terdapat hubungan saling interaksi atau timbal balik, sehingga dengan adanya interaksi mengakibatkan faktor yang mempengaruhi seseorang suatu tindakan atau perubahan perilaku. Literasi keuangan tidak hanya melibatkan pengetahuan dan kemampuan saja mengenai masalah keuangan, tetapi juga lingkungan sosial. Seseorang dalam mengelola keuangannya juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial sekitar. Lingkungan sosial yang buruk akan mempengaruhi literasi keuangan sehingga diharapkan mampu memilih lingkungan yang baik

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan (Andansari, 2018). Hasil penelitian bahwa sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan, Lingkungan sosial diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang bagaimana mengelola keuangan agar mudah dalam mengelola keuangan.

2.2.6 Pengaruh Kemudahan Terhadap *Financial Management Behavior* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Penelitian yang dilakukan Mukti et al (2022) mengenai pengaruh variabel *fintech* dan literasi keuangan terhadap perilaku keuangan, sampel yang digunakan sebanyak 50 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UST dengan hasil menunjukkan bahwa variabel *fintech* yaitu kemudahan dan literasi keuangan berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku keuangan. Hal ini ditunjukkan dengan kehadiran *fintech* yang memberikan rasa kemudahan dalam bertransaksi seseorang diharuskan memiliki pengetahuan mengenai literasi keuangan yang baik agar meminimalisir dari perilaku keuangan yang tidak bertanggung jawab.

Khofifa et al (2022) juga menguji mengenai pengaruh *fintech* terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan, hasilnya menunjukkan bahwa *financial technology* terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan berpengaruh signifikan positif. Dengan hadirnya *fintech* memudahkan mahasiswa dalam bertransaksi mampu mempengaruhi perilaku keuangannya dengan berbekal pemahaman tentang pengetahuan keuangan dan faham teknologi.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa dengan adanya kemudahan dari layanan transaksi keuangan diharapkan seseorang harus memiliki pengetahuan keuangan guna bijaksana dalam perilaku keuangan.

2.2.7 Pengaruh Sosial Terhadap *Financial Management Behavior* Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Penelitian yang dilakukan oleh Prawiro (2021) merupakan penelitian yang berfokus dalam meneliti pengaruh sosial terhadap perilaku manajemen keuangan pribadi melalui literasi keuangan sebagai variabel interveningnya. Hasil yang didapat bahwa literasi keuangan mampu menjadi penengah antara sosial terhadap manajemen keuangan pribadi sehingga disimpulkan bahwa literasi keuangan

berpengaruh antara sosial terhadap manajemen keuangan pribadi, dikarenakan tinggi rendahnya literasi keuangan seseorang itu ditentukan oleh interaksi sosialnya seperti usia, jenis kelamin, tempat tinggal, tingkat pendidikan dan pendapatan.

2.2.8 Pengaruh Motivasi Hedonis Terhadap *Financial Management Behavior*

Motivasi hedonis adalah penggunaan sebuah teknologi yang memberikan rasa kesenangan pribadinya pada saat digunakan. Sebuah teknologi pasti memiliki sistem kerja yang berbeda-beda sesuai dengan fungsi masing-masing, apabila fitur yang diberikan memberikan rasa senang maka akan membuat seseorang merasa berminat untuk menggunakan teknologi tersebut.

Pada penelitian yang dilakukan (Rahmatillah et al., 2018; Ispriandina dan Sutisna., 2019; Prakosa dan Sumantika., 2020; Adirinekso., 2021; Prihadi et al., 2022) motivasi hedonis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam penggunaan *Paylater*, ketika ada perasaan senang dalam individu untuk menggunakan *Paylater* maka akan terdorong untuk menggunakannya tanpa mempertimbangkan hal-hal lain.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa dengan adanya media teknologi yang memudahkan kerap sekali menimbulkan rasa emosional yang tinggi untuk berburu penawaran belanjaan sehingga hal tersebut berdampak pada pola perilakunya yang berubah yang membuat jiwa hedonisme yang tinggi.

2.2.9 Pengaruh *Self Monitoring* Terhadap *Financial Management Behavior*

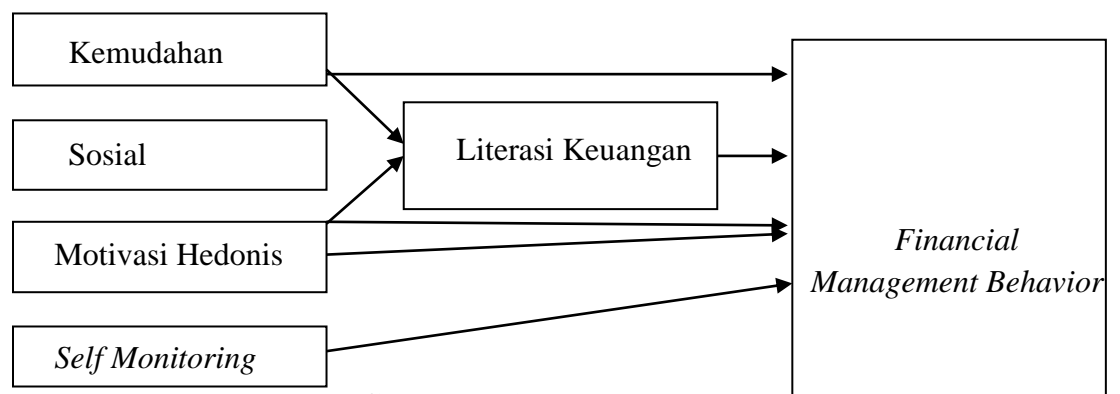
Seseorang yang memiliki *self monitoring* yang baik cenderung akan menampilkan informasi sosial yang menjadi petunjuk baginya untuk menampilkan

diri sesuai dengan informasi atau petunjuk tersebut. Sehingga, apabila seseorang berada didalam lingkungan yang tanggap mengenai gaya berpakaian maka ia akan cenderung memiliki perilaku impuls

Sif buying atau seseorang yang berkeinginan memiliki sesuatu tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu sehingga *impulsive buying* akan berkaitan dengan *self monitoring*. Hal tersebut didukung berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan (Pramono dan Wibowo, 2019) *self monitoring* memiliki hubungan dengan *impulsive buying* untuk memiliki produk. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Putri dan Andarini, 2022) bahwa *self monitoring* memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior* pengguna layanan *Paylater*. Dimana seseorang dalam menggunakan *Paylater* harus mempertimbangkan dan menilai kondisi keuangan yang terjadi. Dalam hal ini seseorang menggunakan keuangannya atau memutuskan untuk berhutang.

Dalam studi ini, peneliti berhipotesis bahwa dengan adanya pengaruh dari sosial diharapkan seseorang harus memiliki pengetahuan keuangan guna bijaksana dalam perilaku keuangan.

Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan pada gambar berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan (Elfrianto dan Gusman, 2022).

Dari uraian tersebut maka dapat ditemukan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1 : Ada pengaruh Kemudahan terhadap *Financial Management Behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H2 : Ada pengaruh Sosial terhadap *Financial Management Behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H3 : Ada pengaruh Literasi keuangan terhadap *Financial Management Behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H4 : Ada pengaruh Kemudahan terhadap Literasi Keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H5 : Ada pengaruh Sosial terhadap Literasi Keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H6 : Ada pengaruh Kemudahan terhadap *Financial Management Behavior* dengan Literasi Keuangan sebagai variabel intervening dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H7 : Ada pengaruh Sosial terhadap *Financial Management Behavior* dengan Literasi Keuangan sebagai variabel intervening dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H8 : Ada pengaruh Motivasi Hedonis terhadap *Financial Management Behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

H9 : Ada pengaruh *Self Monitoring* terhadap *Financial Management Behavior*
dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif kausal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian asosiatif kausal (hubungan sebab akibat) adalah penelitian yang ingin melihat apakah suatu variabel yang berperan sebagai variabel bebas berpengaruh terhadap variabel lain yang menjadi variabel terikat (Juliandi et al., 2018). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan, sosial, motivasi hedonis dan *self monitoring* terhadap *financial management behavior* penggunaan *paylater* dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening yang dilakukan pada Generasi Z Kota Medan. Teknik pengambilan data adalah dengan kuesioner yang diberikan kepada responden untuk diisi.

3.2 Definisi Operasional

Definisi operasional variabel adalah suatu usaha yang dilakukan untuk mendeteksi variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian dan untuk memudahkan pemahaman dalam penelitian. Berdasarkan hipotesis yang akan diuji, maka variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah variabel *independent* (bebas), variabel *dependent* (terikat) dan variabel *intervening*. Adapun variabel tersebut adalah :

3.2.1 Variabel Dependent

Variabel dependent adalah variabel yang dipengaruhi terikat tergantung oleh variabel lain yaitu variabel independent (Juliandi et al., 2018). Variabel dependent pada penelitian ini adalah :

1. *Financial Management Behavior* (Y)

Financial Management Behavior adalah kemampuan seseorang untuk merencanakan keuangan, membuat anggaran, mengelola, mengendalikan, menacri dan menyimpan dana mereka. *Financial Management Behavior* berkaitan dengan tanggung jawab keuangan seseorang yang berkaitan dengan cara mengelola keuangan (Asandimitra dan Kautsar, 2019). Adapun indikator *Financial Management Behavior* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Indikator *Financial Management Behavior*

Kode	Indikator <i>Financial Management Behavior</i>
fmb1	Perbandingan berbelanja saat membeli produk atau melayani
fmb2	Membayar semua tagihan tepat waktu
fmb3	Tetap sesuai anggaran atau rencana pengeluaran
fmb4	Memulai atau mempertahankan dana tabungan darurat
fmb5	Menyimpan uang dari setiap gaji
fmb6	Disimpan untuk tujuan jangka panjang seperti mobil, pendidikan, rumah, dll

Sumber : (Dew & Xiao, 2011)

3.2.2 Variabel Independent

Variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat yang menjadi sebab terjadinya perubahan nilai pada variabel terikat (Juliandi et al., 2018). Variabel independent pada penelitian ini adalah :

1. Kemudahan (X1)

Kemudahan adalah tingkatan dimana pengguna percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah (Wahyuningtyas, 2016). Adapun indikator kemudahan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Indikator Kemudahan

Kode	Indikator Kemudahan
k1	Interaksi antara individu dengan sistem jelas dan mudah dipahami.
k2	Pengguna tidak membutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut
k3	Sistem mudah untuk digunakan
k4	Sistem mudah untuk dioperasikan sesuai dengan individu inginkan

Sumber : (Asja et al., 2021)

2. Sosial (X2)

Pengaruh sosial (*social influence*) didefinisikan sejauh mana konsumen menganggap bahwa orang lain yang baginya penting (misalnya, keluarga dan teman) percaya bahwa mereka harus menggunakan teknologi tertentu (Venkatesh, 2012). Adapun indikator sosial adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Indikator Sosial

Kode	Indikator Sosial
s1	Perilaku dan interaksi rutin keluarga mempengaruhi perilaku pengeluaran dan tabungan, membelanjakan atau menabung
s2	Mendapatkan informasi melalui rekomendasi teman sebaya
s3	Mendapatkan informasi pengetahuan melalui pendidikan formal
s4	Media memberikan kemudahan akses dan langsung memberikan informasi yang sebelumnya tidak dapat diakses untuk pengambilan keputusan

Sumber : (Loebiantoro et al., 2021)

3. Motivasi Hedonis (X3)

Motivasi hedonis didefinisikan sebagai rasa senang atau bahagia yang diperoleh saat menggunakan sebuah teknologi (Venkatesh, 2012). Adapun indikator motivasi hedonis adalah sebagai berikut :

Tabel 3.4
Indikator Motivasi Hedonis

Kode	Indikator Motivasi Hedonis
mh1	Belanja pada saat ada diskon.

mh2	Mengikuti <i>trend</i> .
mh3	Melihat produk terbaru yang tersedia.
mh4	Belanja ntuk menghilangkan stress.
mh5	Belanja untuk memanjakan diri.

Sumber : (Husna & Lubis, 2019)

4. *Self Monitoring* (X4)

Self Monitoring adalah observasi dan kontrol diri yang dipicu dari lingkungan untuk memberikan perilaku sosial yang tepat, berkaitan dengan cara individu untuk meregulasi tingkah laku yang ditampilkan dalam situasi sosial dan dapat membantu individu menyesuaikan diri dalam lingkungan sosial (Pramono dan Wibowo, 2019). Adapun indikator *self monitoring* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.5
Indikator *Self Monitoring*

Kode	Indikator <i>Self Monitoring</i>
sm1	Mampu membuat hal yang baru tanpa adanya informasi
sm2	Menyakinkan apa yang dipercaya
sm3	Bersikap menyukai hal dari diri sendiri tanpa pengaruh sosial
sm4	Sulit mengubah perilaku yang sesuai kondisi
sm5	Sulit meniru perilaku orang lain
sm6	Teguh pendirian terhadap sikap

Sumber : (Rahman & Gan, 2020)

3.2.3 Variabel Intervening

Variabel intervening adalah variabel yang menjadi perantara hubungan variabel independent dan variabel dependent (Juliandi et al., 2018) Variabel intervening pada penelitian ini adalah :

1. Literasi Keuangan (Z)

Literasi keuangan mencakup kemampuan untuk membedakan pilihan keuangan, membahas uang dan masalah keuangan tanpa ketidaknyamanan, merencanakan masa depan dan menanggapi kompeten untuk peristiwa kehidupan

yang mempengaruhi keputusan keuangan sehari-hari (Wahyuni et al., 2022).

Adapun indikator literasi keuangan adalah sebagai berikut :

Tabel 3.6
Indikator Literasi Keuangan

Kode	Indikator Literasi Keuangan
lk1	Istilah Suku bunga, beban keuangan dan kredit
lk2	Mengelola keuangan
lk3	Menginvestasikan uang

Sumber : (Ida & Dwinta, 2010)

3.3 Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1 Tempat Penelitian

Adapun tempat dilakukannya penelitian ini yaitu pada Kota Medan, Sumatera Utara.

3.3.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu dilakukannya penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 sampai dengan Juli 2023.

Tabel 3.7
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																																			
		November 2022				Desember 2022				Januari 2023				Februari 2023				Maret 2023				April 2023				Mei 2023				Juni 2023				Juli 2023			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Pengajuan Judul																																				
2	Mengajukan SK Dosen Pembimbing																																				
3	Penyusunan Proposal																																				
4	Seminar Proposal																																				
5	Revisi																																				
6	Penyebaran Kuesioner																																				
7	Pengumpulan data																																				
8	Pengolahan data																																				
9	Penyusunan Skripsi																																				
10	Sidang Meja Hijau																																				

3.4 Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian, sedangkan sampel adalah wakil-wakil dari populasi (Juliandi et al., 2018). Teknik dalam pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling*.

Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Z Kota Medan (kelahiran tahun 1997-2012). Menurut Hair et al (2010) direkomendasikan pengambilan sampel disesuaikan dengan banyaknya jumlah indikator variabel yang digunakan. Dimana [$n \times 5$ observasi], n adalah jumlah indikator variabel. Dalam penelitian ini, jumlah indikator variabel adalah 31, maka [31×5 observasi = 155]. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 478 responden.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1 Jenis Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data Kuantitatif. Berikut merupakan penjelasan data Kualitatif dan Kuantitatif.

1. Data Kualitatif

Data kualitatif merupakan suatu pendekatan dalam melakukan penelitian yang berorientasi yang bersifat ilmiah, data yang berupa wawancara.

2. Data Kuantitatif

Sedangkan data kuantitatif merupakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka, dalam penelitian ini data kuantitatifnya berupa angka hasil penyebaran kuesioner.

3.5.2 Sumber Data

Data penelitian dapat diperoleh dari data primer maupun data sekunder. Pada penelitian ini, data diperoleh dari data primer. Berikut merupakan penjelasan data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data mentah yang diambil oleh peneliti sendiri (bukan oleh orang lain) dari sumber utama guna kepentingan penelitiannya dan data tersebut sebelumnya tidak ada (Juliandi et al., 2018). Dalam penelitian ini data yang dimaksud adalah data yang berhubungan dengan variabel Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis, *Self Monitoring*, *Financial Management Behavior* dan Literasi Keuangan yang didapat langsung dari responden dengan cara melakukan penelitian langsung, guna mencari informasi sebagai data pendukung untuk penelitian.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang sudah tersedia yang dikutip oleh peneliti guna kepentingan penelitiannya contohnya adalah data yang dikumpulkan melalui studi dokumentasi (Juliandi et al., 2018).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini yaitu :

3.6.1 Pembagian Angket (*Questionare*)

Kuisisioner adalah instrumen penelitian yang terdiri dari serangkaian pertanyaan atau jenis petunjuk lainnya yang bertujuan mengumpulkan informasi dari seseorang responden (Teddy Chandra, 2023). Data yang akan diperoleh meliputi variabel

kemudahan, sosial, motivasi hedonis, *self monitoring*, *financial managemnet behavior* dan literasi keuangan pada Generasi Z Kota Medan. Untuk menentukan penilaian pertanyaan dengan menggunakan metode penilaian skala *likert*, yaitu setiap butir pertanyaan mengandung pilihan jawaban. Kriteria pengukuran skala *likert* sebagaimana terlihat pada tabel berikut :

Tabel 3.8
Kriteria Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Fauzi et al., 2022)

Instrument penelitian dengan menggunakan *skala likert* ini dapat dalam bentuk *check list* ataupun pilihan ganda.

3.7 Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif. (Sugiyono, 2010) mengungkapkan bahwa dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

3.7.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Penelitian yang dilakukan pada populasi jelas akan menggunakan statistik deskriptif dalam analisisnya (Sugiyono, 2010).

3.7.2 Pengujian Instrumen

Analisis Model Pengukuran (Outer Model) bertujuan untuk mengevaluasi variable konstruk yang sedang diteliti yaitu validitas dan reabilitas dari suatu variabel antara lain : Konsistensi Internal (*Internal Consistency / Composite Reability*), Validitas Konvergen (*Convergent Validity / Average Varianced Extracted / AVE*) dan Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*) (Hair et al., 2017).

1. Metode dan Pengujian Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Sebuah instrumen yang valid akan mengukur apa yang memang seharusnya diukur (Prasetia, 2022). Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner (Prasetia, 2022). Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji kolerasi antara indikator masing-masing pertanyaan dengan total skor dari indikator dalam satu variabel.

Pengujian validitas dilakukan dengan tiga jenis validitas instrumen yaitu validitas tampak, validitas isi dan validitas konstruk. Pengujian tahap pertama

adalah melakukan validitas isi yang memastikan bahwa ukuran telah cukup dengan memasukkan sejumlah item yang representatif dalam menyusun sebuah konsep.

Validitas muka merupakan penilaian oleh komunitas ilmiah bahwa indikator tersebut benar-benar mengukur konstruk. Validitas muka dan validitas isi dilakukan dengan melihat hasil uji validitas butir-butir pertanyaan dalam kuesioner dari beberapa penelitian sebelumnya.

Validitas konstruk membuktikan seberapa bagus hasil yang diperoleh dari penggunaan ukuran sesuai dengan teori dimana pengujian dirancang. Validitas ini dinilai dengan validitas konvergen. Untuk mengetahui validitas konvergen, peneliti menghitung faktor loading-nya, apabila skor serta nilai-nilai yang diperoleh dari dua instrumen yang berbeda dalam mengukur konsep yang sama mempunyai nilai faktor loading $\geq 0,5$ dan berkelompok pada faktor yang sama, maka alat ukur tersebut dapat dikatakan mempunyai validitas konvergen. Menurut (Hair et al., 2010) menunjukkan bahwa uji validitas konvergen yang baik akan menunjukkan sekelompok butir yang merupakan indikator-indikator dari suatu konstruk tertentu harus berkumpul atau berbagi proporsi variasi yang tinggi secara umum pada konstruk yang sama.

Studi ini juga menguji validitas diskriminan, yaitu validitas yang mengukur seberapa berbeda suatu instrumen pengukuran dengan instrumen pengukuran lainnya dalam mengukur variabel yang sama (Hair et al., 2010). Pengujian validitas diskriminan dilakukan menggunakan kriteria Fornell and Larcke, yakni dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan nilai korelasi

antar konstruk. Pengukuran dinyatakan valid jika nilai akar AVE > nilai kolerasi antar konstruk (Haryono, 2016).

2. Metode dan Pengujian Reabilitas

Pengujian reabilitas adalah untuk melihat sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian reabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach dimana koefisien keandalan yang menunjukkan seberapa baiknya item dalam suatu kumpulan secara positif berkolerasi satu sama lain (Prasetia, 2022). Konsistensi jawaban ditunjukkan oleh tingginya Cronbach's Alpha. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai-nilai Cronbach's Alpha tiap konstruk dengan ketentuan nilai diatas 0,7 yang merupakan ukuran baik pada uji reliabilitas meskipun nilai 0,6 masih dapat diterima (Hair et al., 2010).

Dari hasil evaluasi model pengukuran, maka dapat diringkas Rule of Thumb pada gambar berikut :

Tabel 3.9

Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)

Validitas dan Reliabilitas	Parameter	Rule of Thumb
Validitas Convergent	<i>Loading Factor</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 0,7 untuk Confirmatory Research ▪ > 0,60 untuk Exploratory Research
	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	> 0,50 Confirmatory Research maupun Exploratory Research
	<i>Communality</i>	> 0,50 Confirmatory Research maupun Exploratory Research

Validitas Discriminant	<i>Cross Loading</i>	> 0,70 untuk setiap variable
	Akar kuadrat AVE dan Korelasi antar Konstruk Laten	Akar Kuadrat AVE > Korelasi antar Konstruk Laten
Reliabilitas	<i>Cronbarch's Alpha</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ > 0,70 untuk Confirmatory Research ▪ > 0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research
	<i>composit reliability</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ > 0,70 untuk Confirmatory Research ▪ > 0,60 masih dapat diterima untuk Exploratory Research

Sumber : (Marpaung et al., 2022)

3.8 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan aplikasi komputer smart-PLS. SEM dipilih karena teknik ini bias mengkombinasikan aspek regresi berganda dan analisis faktor untuk mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan. Selain itu, SEM dapat menjelaskan kesalahan pengukuran dalam proses estimasi yang tidak mampu dijelaskan oleh regresi (Hair et al., 2010).

SEM-PLS adalah salah satu metode alternative structural equation modeling (SEM) yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut, sehingga mampu meniadakan asumsi-asumsi Ordinary Least Square (OLS) pada regresi seperti data yang harus terdistribusi normal serta tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel eksogen (Haryono, 2016). Evaluasi model pada SEM terdiri dua tahap yaitu evaluasi outer model (measurement model) dan

evaluasi inner model (structural model). Evaluasi outer model berkaitan dengan validitas, reabilitas konstruk dan diskriminasi. Sedangkan evaluasi inner model dengan pengujian hubungan antar variabel laten.

3.9 Uji Hipotesis

Hipotesis dinyatakan terdukung apabila nilai t-statistic pada keluaran path coefficients aplikasi SMART-PLS $> 1,96$ (Haryono, 2016). Selanjutnya yang juga perlu dipertimbangkan adalah nilai original sample. Nilai original sample menggambarkan arah serta kuat dan lemahnya hubungan. Nilai original sample mendekati -1 atau 1 menandakan hubungan antar variabel kuat. Sementara nilai original sample yang mendekati 0 menandakan hubungan antar variabel lemah (Haryono, 2016). Dan nilai P-Values $< 0,05$ maka hubungan antara variabel adalah signifikan (Fauzi et al., 2022).

BAB 4

HASIL PENELITIAN

4.1 Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, Peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner melalui *Google Form* secara daring dan luring yang terdiri dari 6 pertanyaan untuk variabel *Financial Managemet Behavior* (Y), 4 pertanyaan untuk variabel Kemudahan (X1), 4 pertanyaan untuk variabel Sosial (X2), 5 pertanyaan untuk variabel Motivasi Hedonis (X3), 6 pertanyaan untuk variabel *Self Monitoring* (X4) dan 3 pertanyaan untuk variabel Literasi Keuangan (Z). Dalam penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 446 responden yaitu Generasi Z Kota Medan. Selanjutnya data diolah dengan alat uji SmartPLS. Berikut hasil pengumpulan data penelitian ini:

Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Data

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang disebar	478
Kuesioner yang diterima	446
Jumlah kuesioner yang tidak diterima	32
Kuesioner memenuhi syarat	446

Sumber : Data diolah (2023)

4.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini ditunjukkan dalam beberapa tabel yaitu karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, pendidikan, uang saku/pendapatan, lama menggunakan *paylater*, frekuensi penggunaan

paylater dan dana yang dialokasikan untuk *paylater*. Data tersebut disimpulkan sebagai berikut :

A. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	140	31,4	31,4	31,4
	Perempuan	306	68,6	68,6	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 140 orang (31,4%), yang didominasi oleh responden perempuan sebanyak 306 orang (68,6%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tingkat *financial management behavior* perempuan Generasi Z di Kota Medan lebih tertarik untuk menggunakan *paylater* dibandingkan dengan laki-laki.

B. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	333	74.7	74,7	99,6
	S2	3	.7	.7	24.4
	S3	2	.4	.4	24.9
	SMA	106	23.8	23,8	23,8
	SMP	2	.4	.4	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan latar belakang pendidikan SMP 2 orang (0,4%), SMA sebanyak 106 orang (23,8%), S1 333 orang (74,7%), S2 3 orang (0,7%) dan S3 2 orang (0,4%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Medan dalam penggunaan *paylater* didominasi oleh kalangan dengan tingkat pendidikan S1.

C. Karakteristik Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> Rp. 5.000.000	28	6.3	6.3	6.3
	Rp. 2.500.000- Rp.5.000.000	48	10.8	10.8	17.0
	Rp. 500.000 – Rp.2.500.000	370	83.0	83.0	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan Rp.500.000 – Rp. 2.500.000 berjumlah 370 orang (83%), Rp.2.500.000 - Rp.5.000.000 berjumlah 48 orang (10,8%), >Rp.5.000.000 berjumlah 28 orang (6,3%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Medan pengguna *paylater* berdasarkan data kuesioner didominasi oleh yang memiliki pendapatan/uang saku sebesar Rp. 500.000 – Rp.2.500.000.

D. Karakteristik Berdasarkan Lama Penggunaan *Paylater*

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Paylater

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 6 Bulan	34	7.6	7.6	90.8
	> 3 Tahun	17	3.8	3.8	83.2
	1 - 2 Tahun	354	79.4	79.4	79.4
	2 -3 Tahun	12	2.7	2.7	93.5
	6 - 1 Tahun	29	6.5	6.5	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan table 4.5 menunjukkan bahwa responden dengan penggunaan *paylater* selama <6 bulan berjumlah 34 orang (7,6%), penggunaan 6-1 Tahun berjumlah 29 orang (6,5%), penggunaan 1-2 Tahun berjumlah 354 orang (79,4%), penggunaan 2-3 tahun berjumlah 12 orang (2,7%) dan penggunaan >3 tahun berjumlah 17 orang (3,8%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Medan dalam menggunakan *paylater* berdasarkan data kuesioner didominasi oleh 1-2 tahun penggunaan.

E.Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *Paylater*

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan *Paylater*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 5 kali	79	17.7	17.7	17.7
	1 - 3 kali	325	72.9	72.9	90.6
	4 -5 kali	22	4.9	4.9	95.5
	Setiap Hari	20	4.5	4.5	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden dengan penggunaan *paylater* selama setiap hari berjumlah 20 orang (4,5%), penggunaan 1-3 kali perbulan berjumlah 325 orang (72,9%), penggunaan 4-5 kali perbulan berjumlah 22 orang (4,9%) dan penggunaan >5 kali perbulan berjumlah 79 orang (17,7%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Medan dalam menggunakan *paylater* dalam sebulan bisa mencapai 1-3 kali perbulannya.

F. Karakteristik Berdasarkan Dana yang Dialokasikan Untuk *Paylater*

Pada bagian ini dijelaskan karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Dana yang Dialokasikan Untuk *Paylater*

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 50 %	9	2.0	2.0	2.0
	10%	366	82.1	82.1	84.1
	30%	62	13.9	13.9	98.0
	50%	9	2.0	2.0	100.0
	Total	446	100.0	100.0	

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden dengan menggunakan 10% dari dana pendapatannya untuk *paylater* berjumlah 366 orang (82,1%), 30% dari dana pendapatannya untuk *paylater* berjumlah 62 orang (13,9%), 50% dari dana pendapatannya untuk *paylater* berjumlah 9 orang (2%), dan >50% dari dana pendapatannya untuk *paylater* berjumlah 9 orang (2%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Generasi Z Kota Medan dengan dominan pendapatan Rp. 500.000 - Rp.2.500.000 mengalokasikan pendapatannya untuk *paylater* sebesar 10% yakni berkisar Rp.50.000 – Rp.250.000 mampu 1-3 kali setiap menggunakan *paylater*.

4.1.2 Statistik Deskriptif

Pada bagian ini menunjukkan rekapitulasi tanggapan-tanggapan responden terhadap kuisioner yang dibagikan dan menggambarkan secara mendalam variabel kemudahan, sosial, motivasi hedonis, self monitoring dan financial management behavior dalam penelitian yang terdiri dari nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Berikut deskripsi penilaian responden terhadap masing-masing item variabel penelitian yang diperoleh dengan perhitungan interval sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= (\text{Nilai Maksimal}-\text{Nilai Minimal})/(\text{Jumlah Kelas}) \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Berdasarkan pada perhitungan di atas, maka skala distribusi kriteria pendapat adalah sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju	: 1,00 – 1,80
Tidak Setuju	: 1,81 – 2,61
Kurang Setuju	: 2,62 – 3,42
Setuju	: 3,43 – 4,23
Sangat Setuju	: 4,24 – 5,00

4.1.2.1 *Financial Management Behavior* (Y)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel *financial management behavior* (Y) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi *Financial Management Behavior* (Y)

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FMB4	446	1,00	5,00	4,4821	0,71478
FMB5	446	1,00	5,00	4,4664	0,72669
FMB6	446	1,00	5,00	4,3520	0,78430
Rata-Rata				4,4335	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.8 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang *financial management behavior* memiliki skor rata-rata 4,4335 yang berada dalam kategori sangat setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 5. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa Generasi Z Kota Medan sudah mampu mengatur keuangannya sendiri.

4.1.2.2 Kemudahan (X1)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel Kemudahan (X1) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Kemudahan (X1)

Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
K1	446	1,00	5,00	3,6883	1,04040
K2	446	1,00	5,00	3,7354	0,96777
K3	446	1,00	5,00	3,8946	0,85597
K4	446	1,00	5,00	3,8812	0,79705
Rata-Rata				3,7998	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.9 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang variabel kemudahan memiliki skor rata-rata 3,7998 yang berada dalam kategori setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 4. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa Generasi Z Kota Medan setuju sudah merasakan kemudahan dalam bertransaksi menggunakan *paylater*.

4.1.2.3 Sosial (X2)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel Sosial (X2) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Sosial (X2)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
S2	446	1,00	5,00	3,8161	0,90557
S3	446	1,00	5,00	3,2220	1,06952
S4	446	1,00	5,00	3,7668	0,95252
Rata-Rata				3,6016	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.10 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang variabel sosial memiliki skor rata-rata 3,6016 yang berada dalam kategori setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 4. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa Generasi Z Kota Medan setuju merasakan menggunakan *paylater* melalui rekomendasi teman dan informasi kampus.

4.1.2.4 Motivasi Hedonis (X3)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel Motivasi Hedonis (X3) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Motivasi Hedonis (X3)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MH1	446	1,00	5,00	4,0874	0,90639
MH3	446	1,00	5,00	3,5291	0,98200
MH4	446	1,00	5,00	3,7691	1,08846
MH5	446	1,00	5,00	3,9507	0,99990
Rata-Rata				3,8340	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.11 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang variabel motivasi hedonis memiliki skor rata-rata 3,8340 yang berada dalam kategori setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 4. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa motivasi hedonis memberikan pengaruh dalam menggunakan *paylater* sehingga memiliki perilaku hedonis yang tinggi pada saat ini dikarenakan ada ketertarikan diskon yang memberikan rasa kepuasan untuk memanjakan diri.

4.1.2.5 Self Monitoring (X4)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel *Self Monitoring* (X4) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi *Self Monitoring* (X4)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SM1	446	1,00	5,00	3,5516	0,95319
SM2	446	1,00	5,00	3,8543	0,82042
SM3	446	1,00	5,00	3,7511	0,89615
Rata-Rata				3,719	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.12 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang variabel *self monitoring* memiliki skor rata-rata 3,719 yang berada dalam kategori setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 4. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa Generasi Z Kota Medan merasa setuju menggunakan *paylater* karna keinginan pribadi tanpa pengaruh lingkungan sekitar untuk membantu mereka memenuhi hidupnya dengan sistem cicilan.

4.1.2.6 Literasi Keuangan (Z)

Berikut dibawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dan penelitian variabel Literasi Keuangan (Z) yang dirangkum dan ditabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Literasi Keuangan (Z)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LK1	446	1,00	5,00	3,9439	0,88381
LK2	446	1,00	5,00	4,1278	0,75805
LK3	446	1,00	5,00	4,3072	0,75389
Rata-Rata				4,1263	

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.13 terlihat bahwa persentase jawaban dari Generasi Z di Kota Medan tentang literasi keuangan memiliki skor rata-rata 4,1263 yang berada dalam kategori setuju yang artinya rata-rata responden memberikan jawaban penilaian 4. Dilihat dari hasil analisis tersebut dapat dikatakan bahwa Generasi Z Kota Medan setuju karena mereka dapat memahami bagaimana mengelola keuangan yang baik sehingga mampu memilih kredit yang aman.

4.2 Analisis Data

Pengujian instrumen penelitian atau evaluasi *outer model* terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen mampu mengukur apa yang akan diukur, sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi internal item-item pertanyaan.

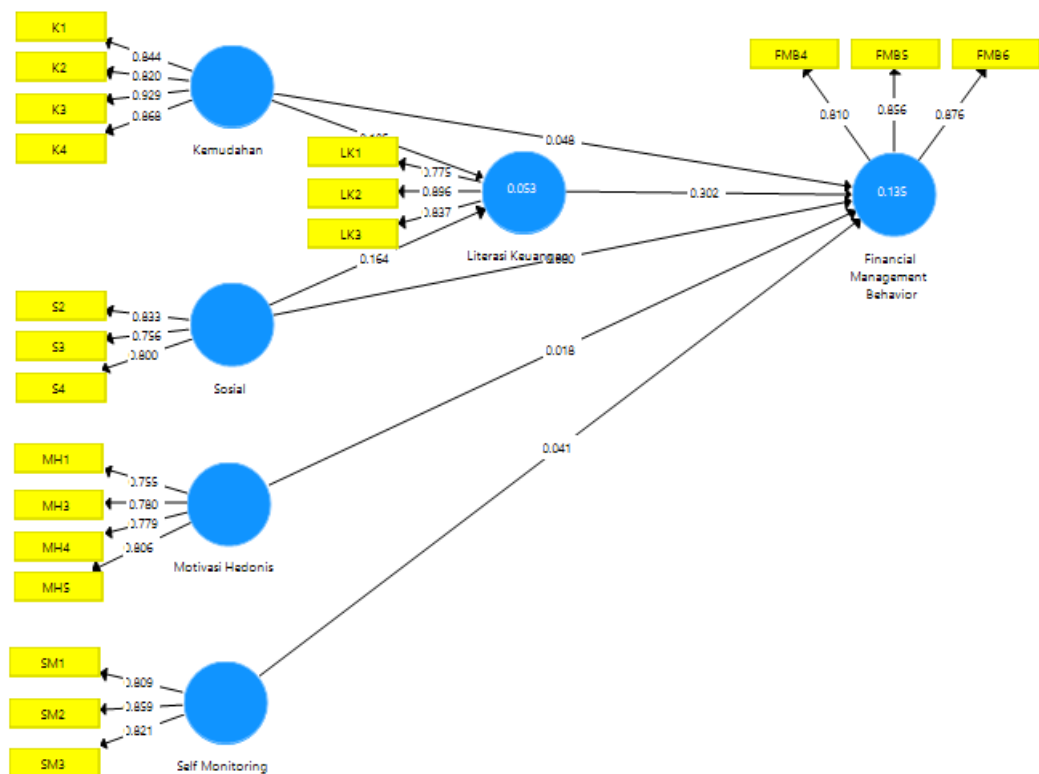
4.2.1 Uji Validitas

Pada bagian ini akan dibahas uji validitas konstruk, yaitu pengujian validitas untuk melihat apakah item-item yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk laten yang diukur (Hair et al., 2010). Validitas konstruk terdiri dari validitas konvergen dan validitas diskriminan.

4.2.1.1 Validitas Konvergen

Hasil uji validitas konvergen dari instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yang dilihat dari nilai faktor loading dan AVE menggunakan analisis faktor. Pada pengujian validitas konvergen yang pertama dengan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* ditemukan bahwa beberapa item pertanyaan dan dimensi tidak memenuhi standar valid yaitu memiliki nilai faktor loading $<0,7$. Dengan demikian, seluruh variabel dan dimensi yang tidak memenuhi kriteria validitas tidak ikut sertakan dalam pengujian selanjutnya (Hair et al., 2017).

Adapun indikator dan dimensi yang tidak diikutkan pada penelitian selanjutnya adalah S1, MH2, SM4, SM5, SM6, FMB1, FMB2 dan FMB3. Pengujian *Outer model* kembali dilakukan dengan menggunakan instrumen yang sudah valid. Hasilnya seluruh item pertanyaan dan dimensi yang diikutkan dalam pengujian memiliki nilai faktor loading $> 0,7$. Hal ini mengindikasikan bahwa seluruh item yang akan disertakan dalam pengujian selanjutnya telah memenuhi validitas konvergen.



Gambar 4.1 Model Struktural

4.2.1.2 Validitas Diskriminan

Discriminant validity digunakan untuk menguji validitas suatu model. Untuk menilai validitas diskriminan adalah pemuatan silang. Dapat memeriksa cross-loadings untuk membuat evaluasi ini. Validitas diskriminan ditetapkan

ketika muatan indikator pada konstruk yang ditugaskan lebih tinggi daripada semua muatan silangnya dengan konstruk lainnya. Standar nilai yang digunakan untuk *cross loading* yaitu $>0,70$ (Hair et al., 2017).

Tabel 4.14 Cross Loadings

	Financial Management Behavior	Kemudahan	Literasi Keuangan	Motivasi Hedonis	Self Monitoring	Sosial
FMB4	0,810	0,137	0,276	0,093	0,137	0,116
FMB5	0,856	0,164	0,235	0,124	0,134	0,176
FMB6	0,876	0,106	0,343	0,096	0,177	0,177
K1	0,086	0,844	0,102	0,226	0,359	0,403
K2	0,093	0,820	0,085	0,252	0,354	0,380
K3	0,173	0,929	0,196	0,248	0,329	0,363
K4	0,150	0,868	0,176	0,208	0,311	0,395
LK1	0,178	0,262	0,775	0,191	0,338	0,241
LK2	0,311	0,144	0,896	0,097	0,241	0,180
LK3	0,357	0,053	0,837	0,075	0,151	0,114
MH1	0,119	0,211	0,125	0,755	0,256	0,313
MH3	0,078	0,257	0,132	0,780	0,368	0,403
MH4	0,052	0,160	0,062	0,779	0,298	0,319
MH5	0,102	0,187	0,098	0,806	0,314	0,256
SM1	0,161	0,205	0,181	0,292	0,809	0,216
SM2	0,165	0,393	0,295	0,370	0,859	0,316
SM3	0,103	0,363	0,233	0,301	0,821	0,284
S2	0,174	0,391	0,202	0,273	0,220	0,833
S3	0,079	0,285	0,104	0,342	0,295	0,756
S4	0,160	0,344	0,167	0,383	0,292	0,800

Sumber : Hasil Pengolahan Data Smart PLS (2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai *cross loadings* untuk setiap indikator dari masing masing variabel laten memiliki nilai yang lebih besar jika dibandingkan dengan nilai indikator variabel laten lainnya. Sebagai contoh perbandingan nilai *cross loading* pada *financial management behavior* sebesar 0,810 yang lebih besar dari nilai *cross loading* konstruk lainnya, yaitu kemudahan (0,137), sosial (0,116), motivasi hedonis (0,093), self monitoring (0,137) dan

literasi keuangan (0,276). Menurut hasil di atas dapat dilihat bahwa semua variabel laten sudah memiliki validitas diskriminan yang baik. Begitu juga dengan variabel lainnya masing-masing berkorelasi lebih kuat dengan variabel yang diukurnya. Maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan sudah terpenuhi, dan dapat dinyatakan valid.

Selain menggunakan nilai loading factor, metode yang dapat digunakan untuk melakukan penilaian terhadap *discriminant validity* adalah dengan dengan membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model. Untuk menilai apakah ukuran konstruk mendiskriminasi dengan baik secara empiris. Menurut kriteria Fornell-Lacker, akar kuadrat dari AVE setiap konstruk harus lebih tinggi daripada korelasi tertinggi konstruk dengan konstruk lainnya dalam model (Hair et al., 2017). Untuk melihat nilai akar kuadrat dari AVE dapat dilihat pada tabel Fornell Lacker Criterium.

Tabel 4.15 Validitas Diskriminan Metode Fornell-Larcker

	Financial Management Behavior	Kemudahan	Literasi Keuangan	Motivasi Hedonis	Self Monitoring	Sosial
Financial Management Behavior	0,848					
Kemudahan	0,157	0,866				
Literasi Keuangan	0,342	0,176	0,837			
Motivasi Hedonis	0,122	0,265	0,140	0,780		
Self Monitoring	0,179	0,379	0,285	0,390	0,830	
Sosial	0,185	0,437	0,209	0,407	0,325	0,797

Sumber : Hasil Pengolahan Data Smart PLS (2023)

Berdasarkan tabel, terlihat akar kuadrat dari AVE, yaitu nilai-nilai yang dibold, lebih tinggi dari masing-masing korelasi variabel laten. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengukuran ini memenuhi persyaratan validitas diskriminan yang baik berdasarkan uji fornell-larcker.

4.2.2 Uji Reabilitas

Reliabilitas konstruk adalah pengujian untuk mengukur kehandalan suatu konstruk yang dapat dilihat dari *composite reliability* dan *cronbach's alpha*. *Rule of thumb* atau *composite reliability* dan *cronbach's alpha* harus $>0,7$ (Hair et al., 2017).

Tabel 4.16 Uji Reabilitas

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Keterangan
Financial Management Behavior	0,805	0,884	Reliabel
Kemudahan	0,893	0,923	Reliabel
Literasi Keuangan	0,785	0,875	Reliabel
Motivasi Hedonis	0,795	0,862	Reliabel
Self Monitoring	0,779	0,869	Reliabel
Sosial	0,726	0,839	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data Smart PLS (2023)

Berdasarkan tabel dinyatakan bahwa seluruh variabel memenuhi reabel karena nilainya diatas angka yang direkomendasikan, yaitu nilai Cronbach's Alpha $>0,7$ dan nilai *composite reliability* $>0,7$. Dengan demikian semua item pengukuran dinyatakan reliabel. Artinya, setiap indikator untuk masing-masing variabel secara konsisten dapat dipercaya dalam mengukur masing-masing variabel penelitian.

4.3 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis diperoleh dari keluaran uji inner model pada software pengolahan data SMART-PLS. Hipotesis dinyatakan diterima bila nilai original sample mendekati 1 (hubungan positif) atau mendekati -1 (hubungan negatif). Kriteria selanjutnya yaitu nilai t-statistics $>1,96$ (Hair et al., 2017). Dan nilai P-Values $< 0,05$ maka hubungan antara variabel adalah signifikan (Fauzi et al., 2022).

Tabel 4.17 Path Coefficient

	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
Kemudahan -> Financial Management Behavior	0,048	0,745	0,457	H1 : ditolak
Sosial -> Financial Management Behavior	0,080	1,232	0,218	H2 : ditolak
Literasi Keuangan -> Financial Management Behavior	0,302	4,793	0,000	H3 : diterima
Kemudahan -> Literasi Keuangan	0,105	1,961	0,050	H4 : diterima
Sosial -> Literasi Keuangan	0,164	2,847	0,004	H5 : diterima
Kemudahan -> Literasi Keuangan -> Financial Management Behavior	0,032	1,994	0,046	H6 : diterima
Sosial-> Literasi Keuangan -> Financial Management Behavior	0,049	2,585	0,010	H7 : diterima
Self Monitoring -> Financial Management Behavior	0,041	0,593	0,553	H8 : ditolak
Motivasi Hedonis -> Financial Management Behavior	0,018	0,294	0,769	H9 : ditolak

Sumber : Hasil Pengolahan Data Smart PLS (2023)

4.3.1 Temuan Hipotesis 1

Hipotesis pertama yang diuji dalam penelitian ini yaitu kemudahan berpengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,048 dengan *t-statistic* 0,745 dan P values 0,457. Nilai tersebut berarti terdapat hubungan positif dan tidak signifikan antara kemudahan dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini **ditolak**.

4.3.2 Temuan Hipotesis 2

Hipotesis kedua yang diuji dalam penelitian ini yaitu sosial berpengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,080 dengan *t-statistic* 1,232 dan P values 0,218. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara sosial dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa sosial tidak berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini **ditolak**.

4.3.3 Temuan Hipotesis 3

Hipotesis ketiga yang diuji dalam penelitian ini yaitu literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,302 dengan *t-statistic* 4,793 dan P values 0,000. Nilai tersebut berarti terdapat

pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini **diterima**.

4.3.4 Temuan Hipotesis 4

Hipotesis keempat yang diuji dalam penelitian ini yaitu kemudahan berpengaruh positif dan signifikan pada literasi keuangan. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,105 dengan *t-statistic* 1,961 dan P values 0,050. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan dengan literasi keuangan. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa kemudahan berpengaruh pada literasi keuangan pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**.

4.3.5 Temuan Hipotesis 5

Hipotesis kelima yang diuji dalam penelitian ini yaitu sosial berpengaruh positif dan signifikan pada literasi keuangan berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,164 dengan *t-statistic* 2,847 dan P values 0,004. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sosial dengan literasi keuangan. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa sosial berpengaruh pada literasi keuangan pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketujuh dalam penelitian ini **diterima**.

4.3.6 Temuan Hipotesis 6

Hipotesis keenam yang diuji dalam penelitian ini yaitu hubungan kemudahan dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening terhadap

financial management behavior berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,032 dengan *t-statistic* 1,994 dan P values 0,046. Ini bermakna bahwa variabel literasi keuangan berperan sebagai variabel intervening atas pengaruh sosial terhadap *financial management behavior* khususnya pada penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**.

4.3.7 Temuan Hipotesis 7

Hipotesis ketujuh yang diuji dalam penelitian ini yaitu hubungan sosial dengan literasi keuangan sebagai variabel intervening terhadap *financial management behavior* berpengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,049 dengan *t-statistic* 2,585 dan P values 0,010. Ini bermakna bahwa variabel literasi keuangan berperan sebagai variabel intervening atas pengaruh kemudahan terhadap *financial management behavior* khususnya pada penelitian ini. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua dalam penelitian ini **diterima**.

4.3.8 Temuan Hipotesis 8

Hipotesis kedelapan yang diuji dalam penelitian ini yaitu motivasi hedonis berpengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,018 dengan *t-statistic* 0,294 dan P values 0,769. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara motivasi hedonis dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini **ditolak**.

4.3.9 Temuan Hipotesis 9

Hipotesis kesembilan yang diuji dalam penelitian ini yaitu *self monitoring* berpengaruh positif dan signifikan pada *financial management behavior*. Berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,041 dengan *t-statistic* 0,593 dan P values 0,553. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *self monitoring* dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa *self monitoring* tidak berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima dalam penelitian ini **ditolak**.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Kemudahan Tidak Berpengaruh Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian antara kemudahan dengan *financial management behavior* memperoleh nilai *original sample* 0,048 dengan *t-statistic* 0,745 dan P values 0,457. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara kemudahan dengan *financial management behavior* pada Generasi Z di Kota Medan. Artinya, kemudahan dalam penggunaan *paylater* tidak mempengaruhi *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Berdasarkan hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini membuktikan bahwa adanya hubungan positif namun tidak signifikan antara kemudahan dan *financial management behavior* penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan. Hal tersebut berarti semakin besar

kemudahan yang didapatkan dalam menggunakan *paylater* belum tentu mempengaruhi *financial management behavior*, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini membuktikan apabila pengguna semakin banyak mendapatkan kemudahan dari *paylater* maka *financial management behavior* belum tentu meningkat. Dimana dengan kemudahan yang didapatkan yaitu tidak memerlukan banyak usaha ketika hendak digunakan dengan fitur yang tidak rumit sehingga transaksi menjadi lebih cepat. Pada hasil penelitian ini mayoritas Generasi Z Kota Medan memiliki jenjang pendidikan S1 yang sudah terbiasa menggunakan teknologi baru termasuk *paylater*, walaupun Generasi Z Kota Medan merasa sangat setuju bahwa layanan *paylater* sangat mudah untuk digunakan tidak berpengaruh secara langsung untuk tertarik atau berminat untuk menggunakan metode pembayaran *paylater* atau cenderung tidak terlalu memikirkan kemudahan yang didapatkan akan tetapi lebih mengutamakan faktor lain yang mungkin mempengaruhi. Dengan fitur pembayaran *paylater* karena terdapat banyak pilihan tempo pembayaran serta biaya tambahan saat digunakan. Hal tersebut membuat pengguna memakan waktu sehingga tidak sesuai dengan sifat generasi Z yang menyukai hal instan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Asja et al., 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap *financial management behavior* penggunaan layanan *paylater*. Artinya kemudahan tidak menjadi faktor utama dalam penggunaan *paylater*, walaupun konsumen merasa mudah dibandingkan dengan metode kartu kredit, karna perlu mempertimbangkan seperti pembayaran tagihan, bunga, biaya penanganan dan denda jika telat membayar. Sedangkan penelitian

yang dilakukan (Suyanto et al., 2019) juga menguji tentang kemudahan terhadap sikap penggunaan *paylater* yang menyatakan kemudahan tidak mempengaruhi sikap, karna pengguna menyadari dengan adanya kemajuan teknologi mau tidak mau harus menyesuaikan menggunakannya.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Eviana dan Saputra, 2022). Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh pada *financial management behavior* penggunaan *paylater*, karna dengan rasa kemudahan saat digunakan mendorong pengguna untuk menjadikan *paylater* sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari.

4.4.2 Sosial Tidak Berpengaruh Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian antara sosial dengan *financial management behavior* berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,080 dengan *t-statistic* 1,232 dan P values 0,218. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara sosial dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa sosial tidak berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini membuktikan bahwa adanya hubungan positif namun tidak signifikan antara sosial dan *financial management behavior* penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan. Hal tersebut berarti semakin besar pengaruh sosial yang didapatkan belum tentu mempengaruhi *financial management behavior*, begitu pula sebaliknya. Walaupun Generasi Z Kota Medan mendapatkan informasi *paylater* yang diperoleh melalui lingkungan sosial seperti teman dan

kampus tidak mempengaruhi mereka karena tanpa informasi dari lingkungan mereka dapat menemukannya melalui iklan sosial media.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Awdes dan Surya, 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial tidak berpengaruh pada *financial management behavior* hal ini disebabkan karena fitur *paylater* sistem pembayaran dengan cicilan atau utang sehingga hal tersebut berkaitan sikap keputusan pribadi yang tidak dapat dipengaruhi orang lain karna setelahnya ada kewajiban untuk membayar tagihan rutin.

Namun hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Fadhila et al., 2020). Hasilnya menunjukkan bahwa sosial berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylate*, karna saran teman dan keluarga untuk menggunakannya serta timbulnya perasaan senang saat menggunakannya.

4.4.3 Literasi Keuangan Berpengaruh Terhadap *Financial Management Behavior*

Hasil pengujian antara Literasi Keuangan dengan *financial management behavior* berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,302 dengan *t-statistic* 4,739 dan P values 0,000. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara literasi keuangan dengan *financial management behavior*. Hasil temuan ini memperlihatkan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada *financial management behavior* pada generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Data pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor *mean* variabel literasi keuangan 4,1263 yang termasuk dalam kategori setuju dan skor mean variabel *financial management behavior* sebesar 4,4335. Data ini mendukung bahwa literasi keuangan yang kuat akan menghasilkan *financial management behavior* yang semakin tinggi, demikian pula hal sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Wahyuni et al (2023). Penelitian ini membahas literasi keuangan dan perilaku keuangan kehidupan sehari-hari pada mahasiswa prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Hasil penelitiannya adanya pengaruh literasi keuangan terhadap *financial management behavior*, bahwa semakin mengerti literasi keuangan maka semakin sadar pula terhadap *financial management behavior*. Sehingga, seseorang yang memiliki literasi keuangan yang tinggi akan semakin bijaksana dalam mengelola keuangan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan (Anggarkusuma et al., 2021). Hasil dari penelitian ini menunjukkan literasi kemudahan berpengaruh terhadap *financial management behavior* bahwa setelah memperoleh pengetahuan mengenai literasi keuangan seseorang akan merasa terbantu untuk mengelola keuangan pribadinya sehingga mempertimbangkan manfaat serta skala prioritas kebutuhan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tingkat literasi keuangan Generasi Z Kota Medan yang baik memberikan dampak positif *financial management behavior* penggunaan *paylater*.

4.4.4 Kemudahan Berpengaruh Terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian antara kemudahan dengan literasi keuangan memperoleh nilai *original sample* 0,105 dengan *t-statistic* 1,961 dan P values 0,050. Nilai

tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan dengan literasi keuangan. Artinya, rasa kemudahan dalam penggunaan *paylater* akan mempengaruhi literasi keuangan pada Generasi Z Kota Medan. Berdasarkan hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat dalam penelitian ini diterima.

Data pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor *mean* variabel kemudahan yaitu 3,7998 yang termasuk kategori setuju dan *mean* variabel literasi keuangan yaitu 4,1263. Data ini mendukung bahwa semakin seseorang merasakan kemudahan dalam penggunaan *paylater* maka akan semakin baik literasi keuangan yang dimiliki. Hal ini menunjukkan bahwa baiknya pengetahuan seseorang terhadap literasi keuangan membuat mereka mudahnya atas penggunaan *paylater* sebagai alat transaksi keuangan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Khofifa et al., 2022). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh pada literasi keuangan, pengguna merasa menggunakan *paylater* memudahkan dalam melakukan transaksi. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh (Mulasiwi dan Julialevi, 2020). Hasilnya menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap literasi keuangan, dengan munculnya *paylater* bukan membahayakan namun membawa kemudahan praktis melakukan kredit sehingga dengan adanya layanan *paylater* membuka wawasan literasi keuangan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dengan kemudahan akses yang dirasakan pengguna *paylater* memberikan dampak meningkatkan wawasan literasi keuangan Generasi Z Kota Medan.

4.4.5 Sosial Berpengaruh Terhadap Literasi Keuangan

Hasil penelitian antara sosial dengan literasi keuangan memperoleh nilai *original sample* 0,164 dengan *t-statistic* 2,847 dan P values 0,004. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sosial dengan literasi keuangan. Artinya, pengaruh lingkungan sosial akan mempengaruhi literasi keuangan pada Generasi Z Kota Medan. Medan. Berdasarkan hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kelima dalam penelitian ini diterima.

Data pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor *mean* variabel kemudahan yaitu 3,6016 yang termasuk kategori setuju dan *mean* variabel literasi keuangan yaitu 4,1263. Data ini mendukung bahwa pengaruh sosial yang tinggi akan menghasilkan literasi keuangan yang tinggi, demikian pula hal sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Andansari, 2018). Hasil penelitian bahwa sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan, Lingkungan sosial diharapkan mampu menyampaikan informasi tentang bagaimana mengelola keuangan agar mudah dalam mengelola keuangan.

4.4.6 Kemudahan Berpengaruh Terhadap *Financial Managemenet Behavior* Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Hasil uji hipotesis yang ketujuh menunjukkan bahwa hubungan antara kemudahan dengan *Financial Managemenet Behavior* melalui literasi keuangan berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,302 dengan *t-statistic* 1,994 dan P values 0,046. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kemudahan dengan *financial management behavior* melalui

literasi keuangan generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Data pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor *mean* variabel kemudahan 3,7998 yang termasuk kategori setuju dan skor mean variabel literasi keuangan 4,1263 yang termasuk dalam kategori setuju dan skor mean variabel *financial management behavior* sebesar 4,4335. Data ini mendukung bahwa tingginya kemudahan dan *financial management behavior* melalui literasi keuangan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Khofifa et al (2022) juga menguji mengenai pengaruh kemudahan *paylater* terhadap perilaku keuangan melalui literasi keuangan berpengaruh signifikan positif. Dengan hadirnya *paylater* memudahkan dalam bertransaksi mampu mempengaruhi perilaku keuangannya dengan berbekal pemahaman tentang pengetahuan keuangan mengenai tabungan dan pinjaman dan faham teknologi.

4.4.7 Sosial Berpengaruh Terhadap *Financial Managemenet Behavior* Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening

Hasil uji hipotesis yang ketujuh menunjukkan bahwa hubungan antara Sosial dengan *Financial Managemenet Behavior* melalui literasi keuangan berdasarkan tabel *path coefficient* memperoleh nilai *original sample* 0,049 dengan *t-statistic* 2,585 dan P values 0,010. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara sosial dengan *financial management behavior* melalui literasi keuangan generasi Z Kota Medan. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Data pada statistik deskriptif menunjukkan bahwa skor *mean* variabel sosial 3,6016 yang termasuk kategori setuju dan skor mean variabel literasi keuangan 4,1263 yang termasuk dalam kategori setuju dan skor mean variabel *financial management behavior* sebesar 4,4335. Data ini mendukung bahwa pengaruh sosial dapat meningkatkan *financial management behavior* melalui literasi keuangan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Prawiro (2021). Hasil penelitian bahwa literasi keuangan berpengaruh antara sosial terhadap manajemen keuangan pribadi, dikarenakan tinggi rendahnya literasi keuangan seseorang itu ditentukan oleh interaksi sosialnya seperti usia, jenis kelamin, tempat tinggal, tingkat pendidikan dan pendapatan.

4.4.8 Motivasi Hedonis Tidak Berpengaruh Terhadap *Financial Managemenet Behavior*

Hasil pengujian antara motivasi hedonis dengan *financial management behavior* memperoleh nilai *original sample* 0,018 dengan *t-statistic* 0,294 dan P values 0,769. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara motivasi hedonis dengan *financial management behavior* pada Generasi Z di Kota Medan. Motivasi hedonis tidak mempengaruhi *financial management behavior* penggunaan *paylater* pada generasi Z Kota Medan. Berdasarkan hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedelapan dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini membuktikan bahwa adanya hubungan positif namun tidak signifikan antara motivasi hedonis dan *financial management behavior* penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan. Hal tersebut berarti semakin

besar motivasi hedonis yang didapatkan dalam menggunakan *paylater* belum tentu mempengaruhi *financial management behavior*, begitu pula sebaliknya.

Pada dasarnya manusia mempunyai rasa tidak puas terhadap sesuatu yang dicapai, proses pembentukan keputusan dalam pembelian diawali dengan kebutuhan yang dirasakan, sesuatu kebutuhan yang dirasakan akan membangun motivasi untuk bertindak, dengan berbelanja merupakan suatu kesenangan tersendiri yang dirasakan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Adirinekso (2021). Hasil penelitian bahwa motivasi hedonis menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku seseorang dalam penggunaan *Paylater*, ketika ada perasaan senang dalam individu untuk menggunakan *Paylater* maka akan terdorong untuk menggunakannya tanpa mempertimbangkan hal-hal lain. Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan yang dilakukan oleh (Awdes dan Surya, 2022). Hasil penelitian bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap penggunaan fitur *paylater* karena tanpa kesenangan seseorang akan menggunakan fitur tersebut karena dirasa bermanfaat, terutama dalam hal membantu menyelesaikan transaksi dengan cepat.

4.4.9 Self Monitoring Tidak Berpengaruh Terhadap Financial Managemenet Behavior

Hasil pengujian antara *self monitoring* dengan *financial management behavior* memperoleh nilai *original sample* 0,041 dengan *t-statistic* 0,593 dan *P values* 0,553. Nilai tersebut berarti terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara *self monitoring* dengan *financial management behavior* pada Generasi Z di Kota Medan. *Self monitoring* tidak mempengaruhi *financial management*

behavior penggunaan *paylater* pada generasi Z Kota Medan. Berdasarkan hasil temuan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis kesembilan dalam penelitian ini ditolak.

Hal ini membuktikan bahwa adanya hubungan positif namun tidak signifikan antara *self monitoring* dan *financial management behavior* penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan. Hal tersebut berarti semakin besar *self monitoring* yang didapatkan dalam menggunakan *paylater* belum tentu mempengaruhi *financial management behavior*, begitu pula sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Ulayya dan Mujiasih, 2020) menjelaskan bahwa responden pada penelitian tersebut memiliki perilaku konsumtif yang rendah sehingga cenderung memiliki pengendalian diri yang kuat, kemampuan mengontrol dirinya akan bertambah seiring dengan bertambahnya usia dan tingkat pendidikan yang ditempuh, hasil penelitian bahwa *self monitoring* tidak berpengaruh pada perilaku keuangan seseorang. Namun, hasil penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Putri dan Andarini, 2022) bahwa *self monitoring* memiliki pengaruh terhadap *financial management behavior* pengguna layanan *Paylater*. Dimana seseorang dalam menggunakan *Paylater* harus mempertimbangkan dan menilai kondisi keuangan yang terjadi. Dalam hal ini seseorang menggunakan keuangannya atau memutuskan untuk berhutang.

BAB 5 PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan, sosial, motivasi hedonis dan *self monitoring* terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan melalui literasi keuangan sebagai variabel intervening. Berdasarkan analisis dan pembahasan dari hasil penelitian, peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap literasi keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan berpengaruh terhadap *financial management behavior* yang dimediasi oleh literasi keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.

7. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosial berpengaruh terhadap *financial management behavior* yang dimediasi oleh literasi keuangan dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi hedonis tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.
9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *self monitoring* tidak berpengaruh terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater* pada Generasi Z Kota Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan berguna untuk kepentingan praktisi dan untuk kepentingan selanjutnya :

1. Menambah kriteria responden untuk kategori pemetaan wilayah di Indonesia sehingga menjadi lebih luas populasi dan sampel yang didapatkan akan lebih rinci.
2. Menentukan jumlah item pertanyaan yang sesuai dan akan sangat jelas menggambarkan variabel yang akan diteliti sehingga memungkinkan mendapatkan hasil yang diinginkan semakin tinggi.
3. Peneliti selanjutnya diharapkan menggunakan metode analisis data selain SPSS dan Smart PLS seperti Amos.
4. Melakukan penelitian lebih jauh mengenai *paylater* dalam analisa pendekatan Islam.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan secara optimal untuk memberikan rancangan penelitian yang baik. Akan tetapi, penelitian ini tidak lepas dari beberapa keterbatasan yang dialami dan dapat menjadi faktor yang agar dapat diperhatikan bagi peneliti yang akan datang dalam lebih menyempurnakan penelitiannya karna penelitian ini sendiri tentu memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian kedepannya untuk meningkatkan hasilnya.

Beberapa keterbatasan pada penelitian yaitu :

1. Peneliti ini hanya mencari pengaruh kemudahan, sosial, motivasi hedonis, *self monitoring* dan literasi keuangan sebagai variabel intervening terhadap *financial management behavior* dalam penggunaan *paylater*, sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirinekso, G. P. (2021). Minat dan Penggunaan Fintech PayLater Pekerja Urban Pelanggan Traveloka dan GoJek Sebelum dan Selama Pandemi Covid 19 di DKI Jakarta. *Journal of Management and Business Review*, 18(2), 327–342.
- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual. *Seminar Nasional Seni Dan Desain*, 1(1), 401–406.
- Afandi, A., Sari, D. P., Fadhillah, A., Farizal, N., & Arif, M. (2022). Faktor Penentu Niat Menggunakan Paylater Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Islamic Banking and Finance Vol.*, 2(2), 147–163.
- Amaliyah, R., & Witiastuti, R. S. (2015). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Di Kalangan UMKM Kota Tegal. *Jurnal Management Analysis*, 4(3), 252–257.
- Andansari, P. I. (2018). Pengaruh Financial Attitude dan Lingkungan Sosial Terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. *Ecodunamika : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1(1), 1–7.
- Andini, F., & Hariyanti, I. (2021). Penerapan Model Utaut 2 Untuk Memahami Perilaku Penggunaan Oasis Di Sekolah Tinggi Teknologi Bandung. *Naratif Jurnal Nasional Riset Aplikasi Dan Teknik Informatika*, 3(2), 1–10.
- Anggarkusuma, A., Arofah, A., & Kurniawati, R. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan dan Self-Efficacy Terhadap Perilaku Keuangan. *Perwira Journal of Economics and Business (PJEB)*, 1(1), 41–47.
- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Jurnal Intekna*, 19(2), 433–439.
- Arif, W. (2008). Kajian tentang perilaku pengguna sistem informasi dengan pendekatan Technology Acceptance Model(TAM). *Proceeding Book of Konferensi Nasional Sistem Informasi*, 1(1), 1–8.
- Arifa, J. S. N., & Setiyani, R. (2020). Pengaruh Pendidikan Keuangan di Keluarga, Pendapatan, dan Literasi Keuangan terhadap Financial Management Behavior Melalui Financial Self-Efficacy Sebagai Variabel Mediasi. *Economic Education Analysis Journal*, 2(1), 552–568.
- Arij, F. N. (2021). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Pada Shopee.co.id. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.
- Asandimitra, N., & Kautsar, A. (2019). The Influence Of Financial Information, Financial Self Efficacy And Emotional Intelligence To Financial

Management Behavior Of Famele Lecture. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(6), 1112–1124.

Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309–325.

Awdes, O. A., & Surya, F. (2022). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Perilaku Penggunaan Fitur PayLater pada Aplikasi Shopee (SPaylater) Dengan Model. *Jurnal Accounting Information System, Taxes and Auditing*, 1(2), 104–111.

Badan Pusat Statistik. (2012). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2012*. bps.go.id. <https://www.bps.go.id/site/resultTab>

Badan Pusat Statistik. (2020). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020*. Medankota.bps.go.id. <https://medankota.bps.go.id/indicator/12/102/1/jumlah-penduduk-kota-medan-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

Baladini, N., Syarief, N., & Gunaedi, J. (2021). Pengaruh promosi penjualan, pemasaran media sosial dan motivasi belanja hedonis terhadap perilaku pembelian impulsif (studi kasus pengguna gopay di kota bekasi). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(1), 1323–1337.

Banani, M. R. S., & Selvi, E. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Penggunaan Shopee Paylater. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(1), 279–289.

Bank Indonesia. (2017). *Peraturan Bank Indonesia No.19/12/PBI/2017 Tentang Penyelenggaraan Teknologi Finansial*. bi.go.id. https://www.bi.go.id/id/publikasi/peraturan/Pages/pbi_191217.aspx

Bharata, W., & Widyaningrum, P. W. (2020). Analisis Penerimaan Teknologi Mobile Banking Terhadap Use Behavior Melalui Pendekatan Model Utaut 2 (Studi Pada Nasabah KCU BCA Malang). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 139–159.

Cahyani, N. P. D., & Dewi, L. G. K. (2022). Analisis Adopsi Uang Elektronik dengan Model UTAUT2. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(1), 183–197.

Calvo, C., Poral, P., Pesquere, R., & Sanchez., S. (2020). Generational differences in technology behaviour: comparing millennials and Generation X. *Kybernetes*, 49(11), 2755–2772.

- Chintya, A., & Jufrizen, J. (2022). Mediation Role of Financial Attitude on The Influence of Financial Knowledge on Financial Behavior. *Journal Of Management Analytical and Solution*, 2(3), 121–139.
- Damayanti, F. D. W., & Canggih, C. (2021). Pengaruh Penggunaan Pembayaran ShopeePay Later Terhadap Perilaku Konsumsi Islam Generasi Milenial Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(3), 1905–1915.
- Databoks.id. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Databoks. (2022). *Google Prediksi E-commerce Indonesia Terus Menguat sampai 2025*. <https://Databoks.Katadata.co.id/>. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/28/google-prediksi-e-commerce-indonesia-terus-menguat-sampai-2025>
- Dew, J., & Xiao, J. J. (2011). The Financial Management Behavior Scale : Development and Validation. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 22(1), 43–59.
- Dwiastanti, A. (2017). Analysis Of Financial Knowledge And Financial Attitude On Locus Of Control And Financial Management Behavior. *Management and Business Review*, 1(1), 1–8.
- Elfrianto, E., & Gusman, L. (2022). *Metodologi Penelitian Pendidikan* (B. N. Tanjung (ed.). Umsu Press.
- Ernawati, N. (2021). Stimulus Iklan, Positive Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Belanja Impulsif: Dampak Mediasi Motif Hedonis Pembelanja Online. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 346–360.
- Eviana, V., & Saputra, A. J. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Penggunaan Sistem Pembayaran Pay Later. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), 1968–1977.
- Fadhila, F., Azhar, A., & Marpaung, M. (2020). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Produk Dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan ShopeePaylater. *Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 20–30.
- Fauzi, A., Nisa, B., Napitupulu, D., Abdillah, F., Utama, A. A. G. S., Zonyfar, C., Nuraini, R., Purnia, D. S., Setyawati, I., Evi, T., Permana, S. D. H., & Sumartiningsih, M. S. (2022). *Metodologi Penelitian* (Vol. 3, Issue 1). CV. Pena Persada.
- Febiana, C., Goenadhi, L., Suharto, I., & Wijayanti, A. P. (2023). Pembentukan Karakter Wirausaha pada Gen Z menghadapi Society 5.0. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 319–324.

- Fuad, S., Effendi, N., & Ronaning, E. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
- Gunawan, A., & Chairani, C. (2019). Effect of Financial Literacy and Lifestyle of Finance Student Behavior. *International Journal of Business Economics (IJBE)*, 1(1), 76–86.
- Gunawan, A., Jufrizen, J., & Pulungan, D. R. (2023). Improving MSME Performance Through Financial Literacy, Financial Technology and Financial Inclusion. *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 15(1), 39–52.
- Gunawan, A., & Koto, M. (2017). Analysis On Factors Influencing Students financial literacy. *Proceedings of AICS - Social Sciences*, 7(0), 289–295.
- Gunawan, A., Pulungan, D. R., & Koto, M. (2019). Tingkat Literasi Keuangan Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Seminar Nasional & Call For Paper Seminar Bisnis Magister Manajemen (SAMBIS-2019)*, 1(2685–1474), 1–9.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Polymers*.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). Thousand Oaks. In *Sage*.
- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS. In *Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama*.
- Husna, M., & Lubis, P. H. (2019). Pengaruh Motivasi Utilitarian Dan Motivasi Hedonis Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Pengunjung Sport Station Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4(1), 230–244.
- Ida, I., & Dwinta, C. Y. (2010). Pengaruh Locus of Control , Financial Knowledge , Income Terhadap Financial Management Behavior. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 12(3), 131–144.
- Ismail, I. (2018). Minat Masyarakat Kota Banda Aceh terhadap Kartu Kredit Bank. *Jurnal EMT KITA*, 2(2), 89.
- Ispriandina, A., & Sutisna, M. (2019). Faktor-Faktor Penerimaan Teknologi Yang Memengaruhi Intensi Kontinuitas Penggunaan Mobile Wallet Di Kota Bandung. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1), 1046–1055.

- Joan, L., & Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Juliandi, A., Irfan, I., & Manurung, S. (2018). Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi. In Umsu Press
- Khatimah, H., Pertamina, U., & Abdullah, N. L. (2019). Hedonic Motivation And Social Influence On Behavioral Intention Of E-Money: The Role Of Payment Habit As A Mediator. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(1), 1–9.
- Khofifa, A., Wahyuni, I., & Subaida, I. (2022). Pengaruh Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1(1), 523–537.
- Kholilah, N. Al, A., & Iramani, R. (2013). Studi Financial Management Behavior Pada Masyarakat Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 3(1), 69.
- Koto, M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa: Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, 2(3), 645–654.
- Kurniasari, I., & Fisabilillah, L. W. P. (2021). Fenomena Perilaku Berbelanja Menggunakan Spaylater Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Ilmu Ekonomi. *Independent : Journal Of Economics*, 1(3), 207–218.
- Laxmi, H., Septiani, D., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2020). Farmers Behavioral Intention to Adopt Peer-to-Peer Lending Using UTAUT2 Approach. *Jurnal Manajemen & Agribisnis*, 17(2), 107–116.
- Loebiantoro, I. Y., Eaw, H. C., & Annuar, N. (2021). The Influence of Financial Socialization on Financial Literacy About Stock Investment in the Millennial Generation. *United International Journal for Research & Technology*, 03(02), 92–97.
- Machrus, H., & Purwono, U. (2010). Pengukuran Perilaku berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Jurnal Insan*, 12(1), 64–72.
- Margaretha, F., & Pambudhi, R. A. (2015). Tingkat Literasi Keuangan Pada Mahasiswa S-1 Fakultas Ekonomi. *Jurnal JMK*, 17(1), 76–85.
- Marisa, O. (2020). Persepsi Kemudahan Penggunaan, Efektivitas, Dan Risiko Berpengaruh Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Financial Technology. *Jurnal Administrasi Kantor*, 8(2), 139–152.

- Marpaung, A. P., Hamdani, R., Siregar, D. I., Gonggo, R. A., & Sulistiyanti, U. (2022). Investigating the students ' behavior towards the temptation to do academic misconduct in higher education : The moderation of religiosity temptation to do academic misconduct in higher education : The moderation of religiosity. *Journal of Contemporary Accounting*, 4(1), 10–22.
- Mooduto, W. P. A., & Mariam, I. (2020). Penerimaan dan Penggunaan OVO Paylater dengan Menggunakan Model UTAUT. *Jurnal Administrasi Profesional*, 1(02), 8–15.
- Mujiatun, S., Jasin, H., Fahmi, M., & Jufrizen, J. (2022). Model Financial Technology (Fintech) Syariah di Sumatera Utara. *Owner Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 6(3), 2548–9224.
- Mukminin, A., Rachman, R., Wahyudi, H., Bina Sarana Informatika, U., Nusa Mandiri, S., & Mardira Indonesia, S. (2019). Penerapan Model Utaut Untuk Perilaku Pengguna “Paylater” Di Dalam Traveloka. *Jurnal Computech & Bisnis*, 13(2), 81–90.
- Mukti, V. W., Rinofah, R., & Kusumawardhani, R. (2022). Pengaruh Fintech Payment Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. *Akuntabel*, 19(1), 52–58.
- Mulasiwi, C. M., & Julialevi, K. O. (2020). Optimalisasi Financial Teknologi (Fintech) terhadap Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Usaha Menengah Purwokerto. *Performance*, 27(1), 12–20.
- Nasution, D. S. (2019). Perilaku Muslim Masyarakat Kota Mataram dalam Menggunakan Fintech. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(2), 378–428.
- Ni Luh Wiwik. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital* (A. Rikki (ed.). Yayasan Kita Menulis.
- Nurmala, F., Arya, M., & Putri, L. P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa di Tengah Pandemi (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB UMSU). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 307–314.
- Prakosa, A., & Sumantika, A. (2020). Analisis Technology Acceptance Model Pada Pengguna Dompot Digital di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 10(2), 137–146.
- Pramono, G. V., & Wibowo, D. H. (2019). Hubungan Self Monitoring Dengan Impulsive Buying Terhadap Produk Fesyen Pada Mahasiswi Rantau. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 4(2), 103–110.
- Prasetya, I. (2022). *Metodologi Penelitian Pendekatan Teori dan Praktik*. Akrim, Emilda (ed.). Umsu Press.

- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27(2), 927–953.
- Prawiro, R. (2021). Pengaruh Keadaan Demografi Sosial Ekonomi Terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Melalui Literasi Keuangan Pegawai Blud Rsd Bayung Lencir. *Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 10(01), 16–28.
- Prihadi, D., Irawan, B. H., & Subroto, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Sistem Paylater, Diskon Harbolnas Terhadap Motivasi Hedonis Dan Dampaknya Pada Impulse Buying. *Probisnis*, 15(2), 122–136.
- Purnamasari, R. D. A., Sasana, H., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, Perceived Risk, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pembayaran Paylater. *Jurnal Manajemen*, 13(3), 420–430.
- Putri, L. P., & Christiana, I. (2021). Peran Financial Technology Dalam Membantu UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 57–63.
- Putri, N. K. R. D., & Suardikha, I. M. S. (2020). Penerapan Model UTAUT 2 Untuk Menjelaskan Niat Dan Perilaku Penggunaan E-Money di Kota Denpasar. *E-JAe-Jurnal Akuntansi*, 4(1), 88–100.
- Putri, N. M. E., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Self Control dan Financial Attitude terhadap Financial Management Behavior pengguna Layanan Buy Now Pay Later. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 21(1), 60.
- Rahman, M., & Gan, S. S. (2020). Generation Y Investment Decision: An Analysis Using Behavioural Factors. *Managerial Finance*, 46(8), 1023–1041.
- Rahmatillah, I., Novirani, D., & Fitri, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Perilaku Penggunaan Teknologi Fintech Pada Ganerasi Milenial Di Kota Bandung. *Seminar Nasional VII Manajemen & Rekayasa Kualitas 2018*, 1(1), B5-1-B5-8.
- Rai, K. (2019). Association of Financial Attitude , Financial Behaviour and Financial Knowledge Towards Financial Literacy : A Structural Equation Modeling Approach. *Jurnal Permissions India*, 8(1), 51–60.
- Republika. (2022). *Survei: Generasi Muda Lebih Memilih Paylater Dibanding Kartu Kredit.* Ekonomi. [republika.co.id. https://www.republika.co.id/berita/rk8rfh383/survei-generasi-muda-lebih-memilih-paylater-dibanding-kartu-kredit](https://www.republika.co.id/berita/rk8rfh383/survei-generasi-muda-lebih-memilih-paylater-dibanding-kartu-kredit)

- Rohmah, I. L., Ibdalsyah, I., & Kosim, A. M. (2020). Pengaruh Persepsi Kemudahan Berdonasi, Dan Efektifitas Penyaluran Menggunakan Fintech Crowdfunding Terhadap Minat Membayar Zakat, Infaq, Shadaqoh [The Influence of Perceived Ease of Donating, and Effectiveness of Distribution Using Fintech Crowdfunding on. *Kasaba: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 42–51.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Daya Guna, Persepsi Kepercayaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-Money Pada Bank Bri Lamongan. *Jurnal Akuntansi*, 3(3), 699.
- Rossa, A., & Ashfath, F. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan , Kepercayaan , Risiko dan Keamanan terhadap Impulse Buying Pengguna SPaylater (Shopee Paylater) di Jadetabek. *Prosiding SNAM PNJ*, 3(1), 1–15.
- Sampoerno, A. E., & Haryono, N. A. (2021). Pengaruh Financial Literacy, Income, Hedonism Lifestyle, Self-Control, dan Risk Tolerance terhadap Financial Management Behavior pada Generasi Milenial Kota Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 1002–1014.
- Samuri, V. I. F., Soegoto, A. S., & Woran, D. (2018). Studi Deskriptif Motivasi Belanja Hedonis Pada Konsumen Toko Online Shopee. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2238–2247.
- Sari, M., Lubis, N. A. B., & Jufrizen, J. (2021). The Effect Of Financial Literature And Self Control On Consumption Behavior (Study On Students Of The Faculty Of Economics And Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration IJEBAS*, 1(2), 135–144.
- Sarihim, & Tambunan, L. A. (2022). Pengaruh Paylater Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Produk Di E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 17–20.
- Soetharaman, S., Kumar, K. N., Planiappan, P., & Weber, G. (2017). Factors Influencing Behavioural Intention to Use the Mobile Wallet in Singapore. *Journal of Applied Economics and Business Research*, 7(2), 116–136.
- Sromback, C., Lind, T., Skagerlund, K., Vastfjall, D., & Tinghog, G. (2017). Does Self-Control Predict Financial Behavior And Financial Well-Being? *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 14, 1–19.
- Subowo, M. H. (2020). Pengaruh Prinsip Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Aplikasi Ojek Online Xyz. *Walisongo Journal of Information Technology*, 2(2), 79–92.

- Sugiharti, H., & Maula, K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa. *Accounthink: Journal of Accounting and Finance*, 4(2), 804–818.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. In *Alfabeta*.
- Sulistiyarini, S. (2012). Pengaruh Minat Individu Terhadap Penggunaan Mobile Banking: Model Kombinasi Technology Acceptance Model (TAM) Dan Theory Of Planned Behavior (TPB). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(2), 1–20.
- Suyanto, S., Adi, T., & Kurniawan, K. (2019). Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepercayaan Penggunaan FinTech pada UMKM Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *Akmenika: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(1), 175–186.
- Teddy Chandra, P. (2023). *Statistika Deskriptif*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Trifiyanto, K. (2022). Adopsi Paylater Pada Generasi Z : Mengintegrasikan Model Penerimaan UTAUT2. *Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 6(3), 1882–1899.
- Tusyanah, T., Fadhilah, A., Rahmawati, F. D., & Susilowati, N. (2020). Analyzing Students' Entrepreneurial Intention Based on the Theory of Planned Behavior (TPB) With Internship as The Moderating Variable. *Economic Education Analysis*, 9(3), 816–830.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 9(4), 271–279.
- Umah, U. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Pengaruh Promosi, Kemudahan, Dan Kegunaan Terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital Shopeepay Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2018. *E-QIEN: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 329–339.
- Utomo, S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Fitur Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa FISIP ULM Di Kota Banjarmasin). *Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 22–32.
- Venkatesh, V. (2012). Consumer Acceptance And Use Of Information Technology : Extending The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology. *MIS Quarter*, 36(1), 157–178.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View User Acceptance of Information Technology : Toward a Unified View Published

by: Management Information Systems Research Center , University of Minnesota Stable URL : <https://www.jstor.org/>. *MIS Quarter*, 27(3), 425–478.

- Wahyuni, S. F., Hafiz, M. S., & Gunawan, A. (2022). Model Praktik Manajemen Keuangan Pribadi Berbasis Literasi Keuangan , Orientasi Masa Depan dan Kecerdasan Spiritual pada Generasi “ Y ” Di Kota Medan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(2), 1529–1539.
- Wahyuni, S. F., Radiman, R., & Kinanti, D. (2023). Pengaruh Literasi Keuangan , Lifestyle Hedonis dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(1), 656–671.
- Wahyuningtyas, R. A. (2016). Pengaruh Persepsi Kemudahan Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Persepsi Kegunaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Layanan Aplikasi Go-Jek Di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 4(3), 1–10.
- Yang, M., Abdullah, A. M., Mohiuddin, M., Nawi, N. C., & Zainol, N. R. (2021). Cashless Transactions: A Study On Intention And Adoption Of E-Wallets. *Sustainability (Switzerland)*, 13(2), 1–18.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Data Pribadi

Nama : Karina Sri Wardani
Npm : 1905160520
Tempat/Tanggal Lahir : Tembung/ 23 Oktober 2000
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Anak Ke : 2
Alamat : Jalan Sidomulyo Pasar 9 Gang Semangka
18 Tembung
Nomor Telepon : 0812 6989 9322
Email : karinaswandani@gmail.com

2. Data Orang Tua

Nama Ayah : Erwan
Nama Ibu : Sri Narti
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jalan Sidomulyo Pasar 9 Gang Semangka
18 Tembung

3. Data Pendidikan Formal

Sekolah Dasar : SD MIS Madinatussalam
Sekolah Menengah Pertama : SMP Budisatrya Medan
Sekolah Menengah Atas : SMA Negeri 11 Medan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara

Medan, Juli 2023

(Karina Sri Wardani)

Medan, Juni 2023

Kepada Yth,
Generasi Z Kota Medan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini, saya Karina Sri Wardani mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sedang menyusun skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M). Oleh karena itu, Saya memohon kesediaan dan bantuan saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini digunakan dalam rangka penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Kemudahan, Sosial, Motivasi Hedonis dan *Self Monitoring* Terhadap *Financial Management Behavior* Penggunaan *Paylater* Pada Generasi Z Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening”.

Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini. Atas bantuan saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Karina Sri Wardani

A. Petunjuk Pengisian

1. Jawablah pertanyaan ini sesuai dengan pendapat saudara/i
2. Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda checklist (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i

B. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
2. Pendidikan : SMP S1 S3
 SMA S2
3. Uang Saku/Pendapatan : Rp.500.000 – Rp.2.500.000
 Rp.2.500.000 – Rp.5.000.000
 >Rp.5.000.000
4. Lama Penggunaan *Paylater* : <6 bulan
 6-1 tahun
 1-2 tahun
 2-3 tahun
 >3 tahun
5. Frekuensi Penggunaan *Paylater* : Setiap Hari
 1-3 kali perbulan
 4-5 kali perbulan
 >5 kali perbulan
6. Dana yang Dialokasikan untuk *paylater* : 10% 0%
 30% >50%

Adapun keterangan jawaban tersebut sebagai berikut :

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Financial Management Behavior (Y)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
FMB1	Saya selalu membandingkan harga barang satu dengan lainnya setiap kali memutuskan untuk membeli					
FMB2	Saya selalu melunasi tagihan pinjaman tepat waktu sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan					
FMB3	Saya selalu berusaha mengatur belanja sesuai dengan anggaran keuangan saya agar mampu bertahan hingga akhir bulan					
FMB4	Saya menyiapkan sebagian uang pendapatan untuk tabungan kebutuhan darurat dimasa mendatang					
FMB5	Saya menyisihkan uang pendapatan yang saya miliki untuk ditabung					
FMB6	Saya menyimpan pendapatan yang saya miliki untuk jangka panjang					

Kemudahan (X1)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
K1	Saya merasa dapat lebih mudah melakukan transaksi menggunakan pembayaran paylater pada saat berbelanja					
K2	Saya merasa menggunakan paylater tidak memerlukan banyak usaha untuk					

	digunakan					
K3 S	Fitur yang ditawarkan paylater memberikan rasa mudah untuk digunakan					
K4 o	Sistem operasi pada fitur paylater tidak rumit sesuai dengan keinginan pengguna					

Sosial (X2)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
S1	Interaksi dan perilaku keluarga saya mempengaruhi perilaku saya dalam hal belanja dan menabung					
S2	Saya mengetahui informasi paylater melalui rekomendasi dari teman					
S3	Saya mengetahui informasi paylater melalui kampus					
S4	Saya melihat tawaran iklan yang mempengaruhi untuk menggunakan paylater					

Motivasi Hedonis (X3)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
MH1	Sering memilih untuk berbelanja karena adanya diskon					
MH2	Saya sering berbelanja karena selalu tertarik dengan produk baru yang sedang trend					
MH3	Saya berbelanja agar memperoleh informasi baru tentang berbagai produk yang tersedia					
MH4	Bagi saya belanja adalah salah satu cara untuk mengurangi dan menghilangkan stres					
MH5	Bagi saya belanja adalah salah satu cara untuk memanjakan diri					

Self Monitoring (X4)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
SM1	Saya menggunakan paylater tanpa informasi dari orang lain					
SM2	Saya yakin dengan menggunakan paylater membantu untuk mendapatkan barang yang diinginkan dengan mudah melalui sistem cicilan					
SM3	Saya menyukai menggunakan paylater karna keinginan sendiri tanpa pengaruh orang sekitar					
SM4	Saya sulit beralih menggunakan paylater karna sudah sesuai dengan kondisi keuangan saya					
SM5	Saya sulit meniru perilaku orang lain					
SM6	Saya akan tetap menggunakan paylater walaupun ada metode pembayaran lainnya					

Literasi Keuangan (Z)

	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
LK1	Dengan pengetahuan keuangan yang saya miliki, dapat membantu untuk memilih produk kredit atau utang yang baik dan aman					
LK2	Saya bisa mengelola keuangan sehingga terhindar dari pembelian impulsif					
LK3	Penting bagi saya untuk menginvestasikan sebagian pendapatan untuk merencanakan masa depan yang lebih baik					

HASIL DATA KUESIONER RESPONDEN

Financial Management Behavior (Y)

No. Responden	FMB1	FMB2	FMB3	FMB4	FMB5	FMB6	Total
1	5	4	4	4	4	4	25
2	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	5	3	4	5	25
4	4	4	5	5	5	4	27
5	4	4	3	3	4	4	22
6	5	5	5	4	4	4	27
7	5	4	5	5	5	5	29
8	5	5	4	5	5	5	29
9	4	5	4	4	3	4	24
10	3	4	4	4	4	4	23
11	5	4	5	5	4	5	28
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	4	4	4	4	25
16	5	5	5	5	5	5	30
17	5	5	5	5	5	5	30
18	5	4	5	5	4	4	27
19	5	5	5	2	2	5	24
20	4	4	4	3	5	4	24
21	5	5	5	4	5	5	29
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	5	4	4	5	5	5	28
26	5	5	3	4	4	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	5	4	5	4	26
29	5	5	5	5	5	4	29
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	4	5	4	4	3	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	5	4	5	5	5	28
34	4	5	5	4	4	4	26
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	4	5	5	5	5	29

37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	4	5	5	29
40	4	4	5	5	4	4	26
41	5	5	4	5	5	5	29
42	4	4	4	4	4	4	24
43	5	4	4	4	3	5	25
44	5	5	5	4	4	4	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	4	5	5	5	29
47	5	5	5	4	4	4	27
48	2	4	4	4	4	4	22
49	5	4	5	5	5	5	29
50	4	4	5	5	4	5	27
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	4	5	4	5	5	28
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	4	4	4	3	25
55	3	4	4	4	4	3	22
56	4	3	4	4	5	5	25
57	5	5	4	4	5	4	27
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	1	5	5	5	26
60	5	5	4	5	4	2	25
61	5	5	5	4	5	4	28
62	5	5	4	5	5	5	29
63	4	4	4	4	4	4	24
64	5	4	4	4	4	4	25
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	1	5	5	5	5	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	4	5	4	5	4	27
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	4	4	2	4	4	23
72	4	4	4	4	4	4	24
73	5	4	5	4	4	5	27
74	5	4	5	4	4	4	26
75	5	4	4	4	3	3	23
76	4	5	4	5	5	5	28
77	5	4	2	3	1	4	19

78	4	4	5	4	4	4	25
79	4	5	4	4	4	4	25
80	5	4	4	5	4	4	26
81	5	5	5	5	5	4	29
82	5	5	5	4	5	4	28
83	4	5	5	5	5	5	29
84	4	4	4	4	4	4	24
85	4	2	3	5	2	4	20
86	4	5	4	4	4	4	25
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	4	4	5	4	4	25
89	5	5	5	5	5	5	30
90	5	4	4	4	4	4	25
91	5	5	5	5	5	5	30
92	4	5	5	5	5	5	29
93	4	4	4	4	4	4	24
94	3	5	5	5	5	5	28
95	5	5	5	5	5	5	30
96	5	4	5	5	5	4	28
97	2	4	5	5	4	4	24
98	4	4	5	4	5	4	26
99	1	4	3	3	3	2	16
100	5	2	5	5	3	2	22
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	4	4	4	5	5	27
103	5	4	4	5	4	4	26
104	5	5	4	5	5	5	29
105	5	5	5	5	4	5	29
106	5	4	5	5	4	3	26
107	5	5	5	5	5	5	30
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	4	4	3	4	4	23
110	5	5	5	5	3	5	28
111	5	4	4	4	5	3	25
112	4	5	4	4	4	3	24
113	5	5	5	4	4	4	27
114	4	4	4	4	4	4	24
115	4	5	4	4	4	4	25
116	5	4	4	4	4	4	25
117	5	5	4	3	4	3	24
118	5	5	5	5	5	5	30

119	2	5	5	5	5	5	27
120	5	5	5	5	5	5	30
121	5	5	5	5	5	4	29
122	5	5	5	5	5	5	30
123	1	5	5	5	5	5	26
124	5	5	4	5	4	4	27
125	5	5	5	3	4	2	24
126	5	5	5	5	5	5	30
127	5	4	4	5	3	3	24
128	4	5	5	5	5	5	29
129	5	5	5	4	5	5	29
130	4	5	4	5	4	4	26
131	4	4	4	4	4	4	24
132	5	5	5	4	4	4	27
133	4	4	4	4	5	4	25
134	5	4	4	5	5	5	28
135	5	5	4	4	4	4	26
136	4	4	4	4	4	4	24
137	5	4	5	4	5	5	28
138	4	5	5	5	5	5	29
139	4	5	5	4	5	5	28
140	4	2	2	2	5	5	20
141	5	4	5	4	4	4	26
142	5	5	5	5	5	5	30
143	5	4	4	5	5	5	28
144	5	5	4	5	4	5	28
145	4	4	4	4	4	4	24
146	5	5	4	5	5	5	29
147	5	4	4	5	5	5	28
148	5	4	4	4	4	4	25
149	5	5	5	5	5	5	30
150	5	5	5	4	5	5	29
151	5	5	4	4	4	4	26
152	5	5	5	5	5	5	30
153	5	4	5	4	4	4	26
154	4	4	4	4	4	4	24
155	5	4	4	4	4	4	25
156	5	5	4	5	4	4	27
157	5	5	5	4	5	4	28
158	5	4	5	4	5	5	28
159	4	4	4	4	4	4	24

160	5	4	4	4	4	4	25
161	5	5	5	5	4	4	28
162	5	5	5	5	5	5	30
163	2	5	5	5	1	5	23
164	5	4	4	5	3	3	24
165	4	4	4	4	4	4	24
166	4	4	4	4	4	4	24
167	4	5	5	4	5	5	28
168	4	5	4	4	4	4	25
169	5	5	5	5	5	5	30
170	5	5	5	4	4	3	26
171	4	4	3	5	5	2	23
172	5	5	5	4	5	4	28
173	5	5	4	4	3	4	25
174	5	5	4	5	5	5	29
175	5	5	5	5	5	5	30
176	5	5	4	5	5	5	29
177	4	4	4	4	4	4	24
178	5	4	5	4	5	5	28
179	5	4	5	5	5	5	29
180	5	4	5	5	5	4	28
181	5	4	4	4	4	4	25
182	5	4	5	5	5	5	29
183	4	5	5	5	4	4	27
184	4	4	4	4	4	4	24
185	5	5	5	5	5	5	30
186	5	4	5	5	5	5	29
187	4	4	5	4	4	4	25
188	5	4	5	5	5	5	29
189	5	5	5	5	5	5	30
190	5	4	5	4	4	4	26
191	5	5	5	4	5	4	28
192	5	4	4	4	4	4	25
193	4	4	4	4	5	5	26
194	5	5	4	4	4	4	26
195	5	5	4	4	4	4	26
196	4	4	4	5	4	4	25
197	4	4	4	4	4	4	24
198	5	5	5	5	5	5	30
199	5	5	5	4	4	4	27
200	5	4	5	4	4	5	27

201	5	5	5	5	5	5	30
202	5	5	2	5	5	5	27
203	5	5	5	5	5	5	30
204	5	5	5	5	5	5	30
205	5	5	5	5	5	5	30
206	5	5	5	5	5	3	28
207	5	4	5	2	4	2	22
208	5	5	5	5	5	5	30
209	5	5	5	5	5	4	29
210	4	5	5	4	4	4	26
211	5	5	5	5	4	4	28
212	4	5	5	5	5	5	29
213	5	5	5	5	5	5	30
214	5	4	5	5	5	3	27
215	4	4	5	5	5	5	28
216	5	5	5	5	5	5	30
217	5	4	5	5	5	5	29
218	4	5	5	4	4	4	26
219	5	4	5	5	5	5	29
220	4	4	4	5	5	5	27
221	4	5	5	5	5	5	29
222	5	5	5	5	5	5	30
223	5	5	4	5	5	5	29
224	5	5	5	5	4	3	27
225	5	5	1	4	5	5	25
226	5	5	5	5	5	4	29
227	5	4	5	5	5	5	29
228	5	5	5	5	5	5	30
229	5	5	5	4	4	4	27
230	4	4	5	5	5	4	27
231	5	4	5	5	4	4	27
232	5	5	5	5	5	5	30
233	5	5	5	5	5	5	30
234	5	5	5	5	5	5	30
235	4	4	4	5	4	4	25
236	5	5	5	5	5	5	30
237	5	5	5	5	5	5	30
238	5	5	5	4	5	5	29
239	4	4	5	3	3	3	22
240	4	5	5	5	4	4	27
241	4	5	5	5	5	5	29

242	5	4	4	5	4	4	26
243	5	4	4	5	5	5	28
244	5	5	5	5	5	5	30
245	4	4	5	5	4	4	26
246	4	5	5	4	4	4	26
247	4	5	4	5	3	3	24
248	5	5	4	5	5	4	28
249	5	5	4	5	5	5	29
250	5	5	5	5	5	5	30
251	4	4	4	4	5	4	25
252	4	4	5	5	5	4	27
253	5	5	3	4	4	4	25
254	5	5	5	5	5	5	30
255	5	5	5	4	4	5	28
256	3	4	4	3	4	4	22
257	4	5	5	4	4	4	26
258	5	5	5	5	5	5	30
259	4	4	4	4	4	4	24
260	5	5	5	4	4	4	27
261	5	5	5	5	4	4	28
262	3	4	3	3	5	5	23
263	5	5	4	4	4	4	26
264	5	4	4	4	4	4	25
265	4	5	5	4	5	5	28
266	4	4	5	4	4	4	25
267	5	5	5	5	5	5	30
268	5	5	5	5	5	5	30
269	5	4	5	5	4	4	27
270	5	5	5	4	4	4	27
271	5	5	4	5	4	5	28
272	5	5	5	4	5	4	28
273	5	4	3	5	5	4	26
274	5	5	5	4	5	5	29
275	4	5	4	5	5	4	27
276	4	5	4	4	4	4	25
277	4	4	5	5	5	4	27
278	4	4	4	4	4	4	24
279	5	4	4	4	4	4	25
280	5	3	5	4	2	2	21
281	5	5	5	4	4	4	27
282	4	4	4	4	4	4	24

283	5	4	5	5	5	5	29
284	5	4	4	5	5	5	28
285	5	5	4	5	5	4	28
286	4	5	5	5	4	4	27
287	5	5	5	5	5	5	30
288	5	5	4	4	4	4	26
289	5	5	5	5	5	5	30
290	4	5	5	5	5	5	29
291	4	5	5	5	4	5	28
292	4	4	4	5	4	5	26
293	4	4	4	4	4	4	24
294	5	5	4	4	4	2	24
295	4	4	4	4	4	4	24
296	5	4	4	4	4	4	25
297	5	5	4	3	4	3	24
298	5	5	5	5	4	4	28
299	5	3	4	5	5	4	26
300	4	1	5	5	5	4	24
301	5	5	5	4	3	3	25
302	4	5	4	5	5	4	27
303	5	5	5	5	5	5	30
304	5	4	5	5	5	3	27
305	5	4	4	4	4	4	25
306	5	2	5	2	2	2	18
307	4	4	5	5	5	5	28
308	4	5	5	5	5	5	29
309	4	5	5	5	4	5	28
310	4	4	5	5	5	5	28
311	4	4	4	4	4	4	24
312	5	5	5	5	5	5	30
313	5	5	5	5	5	5	30
314	5	5	4	5	4	5	28
315	5	4	4	4	5	5	27
316	1	1	1	1	1	1	6
317	4	5	5	5	5	5	29
318	5	5	5	5	5	5	30
319	4	5	4	4	5	4	26
320	5	4	5	4	4	4	26
321	4	5	4	3	4	2	22
322	5	4	4	5	5	5	28
323	5	4	4	5	5	4	27

324	4	5	5	5	5	3	27
325	5	4	4	3	4	4	24
326	4	4	4	5	4	4	25
327	5	5	5	4	4	4	27
328	5	5	5	5	5	5	30
329	4	4	4	5	5	4	26
330	5	5	5	4	4	4	27
331	5	5	5	4	4	4	27
332	4	5	4	5	5	5	28
333	4	5	5	5	5	5	29
334	5	5	5	5	4	4	28
335	4	5	5	5	5	5	29
336	5	5	5	4	4	5	28
337	5	5	5	5	5	5	30
338	5	4	4	4	4	4	25
339	5	5	5	5	5	5	30
340	5	5	5	5	5	5	30
341	4	4	4	4	4	4	24
342	5	5	5	5	5	5	30
343	4	5	4	5	5	5	28
344	5	4	4	4	5	5	27
345	5	5	4	5	5	5	29
346	4	4	4	4	4	4	24
347	5	5	5	5	5	5	30
348	5	5	5	5	5	5	30
349	5	4	5	5	5	4	28
350	5	5	5	5	5	5	30
351	4	5	4	3	4	3	23
352	4	5	5	5	5	5	29
353	5	5	5	5	5	5	30
354	4	5	4	4	4	4	25
355	4	4	4	4	4	4	24
356	5	4	5	5	5	5	29
357	4	5	4	5	4	4	26
358	5	5	5	4	5	5	29
359	4	4	5	5	4	4	26
360	4	4	5	5	5	5	28
361	5	5	5	5	5	3	28
362	5	4	4	5	5	5	28
363	5	5	5	5	5	5	30
364	5	5	5	4	5	5	29

365	5	4	5	5	5	4	28
366	5	5	5	5	5	5	30
367	5	4	5	5	5	3	27
368	5	5	5	5	5	5	30
369	5	5	5	5	5	5	30
370	4	1	5	5	5	5	25
371	5	5	5	5	5	5	30
372	5	4	5	4	4	4	26
373	5	5	5	5	5	5	30
374	4	4	5	5	4	4	26
375	5	5	5	5	5	5	30
376	5	5	5	5	5	5	30
377	4	1	3	5	3	2	18
378	5	4	5	5	5	5	29
379	5	5	5	4	4	5	28
380	5	5	5	5	5	4	29
381	5	4	4	5	5	5	28
382	5	5	5	5	5	5	30
383	4	5	5	5	5	5	29
384	5	5	5	5	5	5	30
385	5	2	4	4	4	4	23
386	5	5	4	4	4	3	25
387	5	5	5	5	4	4	28
388	4	4	5	5	5	5	28
389	5	5	5	4	4	4	27
390	4	4	5	4	5	3	25
391	5	5	5	5	5	5	30
392	4	5	5	5	5	5	29
393	5	5	4	4	4	4	26
394	5	5	5	5	5	5	30
395	4	4	4	4	4	4	24
396	5	5	4	5	5	4	28
397	5	5	5	4	5	5	29
398	5	5	5	5	5	5	30
399	5	5	5	5	5	4	29
400	5	5	5	4	4	4	27
401	5	5	5	4	4	4	27
402	5	5	5	4	5	5	29
403	5	4	5	5	5	5	29
404	4	5	4	5	4	4	26
405	5	5	5	5	5	5	30

406	4	4	4	5	5	5	27
407	5	5	5	5	5	5	30
408	5	5	4	4	4	4	26
409	4	5	4	4	4	4	25
410	4	5	5	5	5	5	29
411	4	4	5	5	5	4	27
412	5	5	5	4	4	5	28
413	5	5	5	5	5	4	29
414	5	5	4	2	2	2	20
415	4	5	4	4	4	4	25
416	5	5	5	5	5	5	30
417	5	5	5	5	5	5	30
418	3	5	4	5	5	5	27
419	5	5	4	4	4	4	26
420	5	5	5	5	5	5	30
421	5	5	5	5	5	5	30
422	5	5	5	5	5	5	30
423	3	5	5	5	5	5	28
424	2	5	1	1	5	5	19
425	4	5	5	4	5	5	28
426	5	5	5	5	5	5	30
427	5	5	5	5	5	5	30
428	5	5	4	4	4	2	24
429	3	3	3	5	4	5	23
430	5	5	5	5	5	5	30
431	5	4	4	4	4	4	25
432	3	1	1	2	1	2	10
433	5	5	5	4	5	5	29
434	2	2	2	2	2	1	11
435	5	5	5	5	5	5	30
436	4	4	5	1	1	1	16
437	4	5	4	5	4	5	27
438	5	4	3	4	4	4	24
439	5	5	5	5	5	5	30
440	4	4	4	4	4	4	24
441	4	4	4	4	4	4	24
442	4	4	4	5	5	5	27
443	5	5	5	5	5	5	30
444	4	4	4	4	4	4	24
445	4	4	3	3	3	3	20
446	5	4	4	5	5	4	27

Kemudahan (X1)

No. Responden	K1	K2	K3	K4	Total
1	3	4	4	4	15
2	5	4	4	5	18
3	3	5	3	3	14
4	3	3	4	4	14
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	5	5	5	4	19
8	3	3	4	4	14
9	4	3	4	4	15
10	4	4	4	4	16
11	3	3	4	4	14
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20
14	3	4	4	4	15
15	4	3	4	4	15
16	5	5	5	5	20
17	4	3	4	4	15
18	4	4	4	4	16
19	2	3	1	2	8
20	3	4	4	4	15
21	4	4	5	4	17
22	3	4	4	4	15
23	1	1	1	1	4
24	5	5	5	5	20
25	3	1	3	2	9
26	1	1	1	4	7
27	5	5	5	5	20
28	5	3	5	3	16
29	4	4	4	4	16
30	5	5	4	4	18
31	4	4	4	4	16
32	3	5	5	5	18
33	3	3	3	4	13
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	3	4	4	15
37	5	5	5	5	20

38	5	5	5	5	20
39	5	5	4	4	18
40	4	4	4	4	16
41	5	5	4	4	18
42	3	3	3	4	13
43	4	4	3	3	14
44	5	4	5	5	19
45	4	4	4	4	16
46	3	4	4	4	15
47	4	4	4	4	16
48	4	4	3	3	14
49	3	3	3	3	12
50	3	4	4	4	15
51	4	3	3	3	13
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	3	3	4	4	14
56	4	3	4	3	14
57	4	4	4	4	16
58	1	4	2	4	11
59	1	3	3	3	10
60	3	4	4	4	15
61	5	4	4	4	17
62	1	1	1	1	4
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	5	4	5	5	19
66	5	5	5	5	20
67	5	5	5	5	20
68	3	3	3	3	12
69	3	3	4	4	14
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	2	2	2	2	8
75	3	3	4	3	13
76	4	5	5	4	18
77	1	1	1	1	4
78	3	3	4	4	14

79	4	4	4	4	16
80	3	3	4	4	14
81	5	5	5	4	19
82	4	4	4	4	16
83	4	3	4	4	15
84	3	3	3	2	11
85	3	4	3	4	14
86	4	4	4	4	16
87	4	4	3	3	14
88	4	4	4	4	16
89	4	3	3	4	14
90	5	4	4	4	17
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	3	3	3	4	13
97	3	3	3	3	12
98	4	5	5	4	18
99	2	3	3	4	12
100	3	4	3	1	11
101	3	3	4	3	13
102	4	5	4	4	17
103	3	3	3	3	12
104	4	4	5	5	18
105	4	4	4	4	16
106	4	4	4	4	16
107	5	5	5	5	20
108	5	5	5	5	20
109	5	3	4	4	16
110	2	1	2	3	8
111	3	4	4	4	15
112	3	3	3	3	12
113	4	4	4	4	16
114	4	4	5	3	16
115	4	4	4	4	16
116	3	3	4	4	14
117	4	4	4	4	16
118	5	5	5	5	20
119	1	1	4	4	10

120	5	5	5	5	20
121	4	4	4	3	15
122	5	5	5	5	20
123	5	5	5	1	16
124	4	4	4	2	14
125	3	3	4	4	14
126	5	5	5	5	20
127	4	5	4	5	18
128	3	3	4	4	14
129	2	3	3	3	11
130	2	4	4	4	14
131	4	4	4	4	16
132	5	4	4	4	17
133	4	4	4	3	15
134	3	3	3	4	13
135	4	4	4	4	16
136	4	4	4	4	16
137	5	5	5	5	20
138	4	4	5	4	17
139	5	5	4	5	19
140	2	2	2	2	8
141	5	4	4	4	17
142	5	4	4	5	18
143	5	4	4	4	17
144	4	4	4	4	16
145	4	4	4	4	16
146	3	4	4	4	15
147	2	2	2	4	10
148	4	4	4	4	16
149	1	1	1	1	4
150	4	4	4	4	16
151	4	3	4	4	15
152	3	3	3	3	12
153	4	4	4	4	16
154	4	4	4	4	16
155	3	3	4	4	14
156	2	2	4	4	12
157	3	4	3	3	13
158	3	4	3	4	14
159	4	4	4	4	16
160	2	3	4	3	12

161	4	4	4	4	16
162	5	5	5	5	20
163	4	4	5	5	18
164	4	4	4	4	16
165	4	4	4	4	16
166	3	4	4	4	15
167	3	4	4	4	15
168	4	3	4	4	15
169	5	5	5	5	20
170	3	3	2	2	10
171	5	5	3	4	17
172	4	4	4	3	15
173	4	4	5	5	18
174	1	1	3	3	8
175	1	2	1	2	6
176	3	3	3	3	12
177	4	4	4	4	16
178	4	4	5	5	18
179	4	3	4	4	15
180	3	4	4	4	15
181	4	4	4	4	16
182	3	3	4	4	14
183	4	4	4	4	16
184	4	4	4	3	15
185	4	4	4	4	16
186	4	4	4	4	16
187	3	4	3	3	13
188	4	4	4	4	16
189	4	4	4	4	16
190	4	4	4	4	16
191	3	4	5	5	17
192	4	4	4	4	16
193	4	4	4	4	16
194	3	3	3	3	12
195	4	3	4	4	15
196	4	4	4	3	15
197	3	4	3	4	14
198	4	4	4	4	16
199	2	3	2	4	11
200	5	5	5	5	20
201	5	5	5	5	20

202	5	5	5	5	20
203	5	5	5	3	18
204	4	4	4	4	16
205	5	5	5	4	19
206	4	4	4	4	16
207	4	2	4	4	14
208	5	5	5	4	19
209	3	4	4	3	14
210	4	4	4	4	16
211	2	2	4	4	12
212	4	4	4	4	16
213	4	3	5	5	17
214	3	3	4	4	14
215	4	4	4	4	16
216	4	4	4	4	16
217	4	4	4	3	15
218	5	5	5	5	20
219	4	4	4	4	16
220	4	4	4	4	16
221	4	4	4	4	16
222	3	5	5	5	18
223	4	4	4	4	16
224	5	3	4	3	15
225	3	3	4	4	14
226	4	3	4	4	15
227	3	2	3	3	11
228	5	4	4	4	17
229	5	5	5	4	19
230	3	4	4	4	15
231	3	4	4	4	15
232	5	5	5	5	20
233	5	5	5	5	20
234	5	5	5	5	20
235	5	3	4	3	15
236	3	4	4	5	16
237	5	5	5	5	20
238	2	2	3	4	11
239	3	4	4	4	15
240	3	3	3	4	13
241	4	4	4	4	16
242	3	4	4	4	15

243	4	4	4	4	16
244	1	2	2	3	8
245	4	3	4	4	15
246	2	2	2	4	10
247	5	5	3	4	17
248	3	2	4	4	13
249	4	4	5	5	18
250	4	4	4	4	16
251	4	4	4	4	16
252	4	4	4	4	16
253	4	2	3	3	12
254	5	5	5	5	20
255	5	4	4	4	17
256	5	4	4	3	16
257	4	4	4	3	15
258	4	5	5	5	19
259	4	4	4	4	16
260	3	3	3	3	12
261	5	5	5	5	20
262	5	5	4	4	18
263	5	4	4	4	17
264	4	4	4	4	16
265	4	4	4	4	16
266	3	3	3	4	13
267	5	5	5	5	20
268	5	5	5	5	20
269	4	3	3	3	13
270	4	3	4	4	15
271	2	2	1	3	8
272	4	4	4	4	16
273	3	4	3	4	14
274	2	2	2	2	8
275	4	4	4	4	16
276	4	4	4	4	16
277	3	3	3	3	12
278	4	4	4	4	16
279	2	3	3	3	11
280	4	4	4	4	16
281	3	2	4	4	13
282	3	3	3	3	12
283	4	4	4	4	16

284	3	3	4	4	14
285	3	4	4	4	15
286	1	2	2	2	7
287	4	4	4	4	16
288	2	2	3	3	10
289	4	4	4	4	16
290	3	3	4	4	14
291	3	4	4	4	15
292	4	4	4	4	16
293	2	2	4	4	12
294	5	5	5	4	19
295	4	4	4	4	16
296	2	4	4	2	12
297	4	4	3	4	15
298	5	4	4	4	17
299	3	3	4	4	14
300	4	4	4	4	16
301	5	5	5	5	20
302	4	4	4	4	16
303	4	4	4	4	16
304	2	4	4	3	13
305	4	4	4	4	16
306	5	5	5	5	20
307	4	4	4	4	16
308	4	4	4	4	16
309	4	4	4	4	16
310	4	4	3	5	16
311	4	4	4	4	16
312	5	5	5	5	20
313	3	4	4	4	15
314	3	4	4	4	15
315	3	3	3	4	13
316	5	5	5	5	20
317	5	5	5	5	20
318	4	4	4	4	16
319	4	4	4	4	16
320	3	3	4	4	14
321	4	2	2	3	11
322	3	3	4	4	14
323	2	3	4	4	13
324	4	4	4	4	16

325	3	4	4	4	15
326	3	3	3	3	12
327	1	3	3	3	10
328	5	5	5	5	20
329	3	3	3	3	12
330	5	4	4	4	17
331	4	4	4	4	16
332	4	4	5	5	18
333	2	3	3	4	12
334	3	4	4	4	15
335	5	5	5	5	20
336	4	3	4	3	14
337	4	4	4	4	16
338	5	4	4	4	17
339	5	5	5	5	20
340	3	3	3	3	12
341	4	4	4	4	16
342	4	4	4	4	16
343	2	3	4	4	13
344	5	4	4	5	18
345	3	1	3	3	10
346	3	3	3	3	12
347	5	5	5	5	20
348	4	4	4	4	16
349	4	4	4	4	16
350	5	5	5	5	20
351	4	4	4	5	17
352	4	4	4	4	16
353	4	2	5	4	15
354	5	5	5	5	20
355	2	2	2	2	8
356	4	4	4	4	16
357	3	4	4	4	15
358	4	4	4	4	16
359	3	2	2	2	9
360	1	2	3	3	9
361	4	5	4	4	17
362	4	4	4	4	16
363	5	5	5	5	20
364	5	5	5	4	19
365	3	4	4	3	14

366	4	4	4	4	16
367	5	5	5	5	20
368	4	4	5	5	18
369	5	5	5	5	20
370	1	1	1	1	4
371	4	4	4	4	16
372	5	4	4	4	17
373	5	5	5	5	20
374	4	5	5	4	18
375	2	2	3	3	10
376	4	3	5	4	16
377	4	5	3	5	17
378	3	3	4	4	14
379	3	3	4	4	14
380	1	1	2	3	7
381	3	4	4	3	14
382	2	5	2	3	12
383	4	4	4	4	16
384	5	2	3	5	15
385	3	4	3	3	13
386	4	4	4	4	16
387	3	4	4	4	15
388	5	5	5	5	20
389	4	4	4	4	16
390	4	4	5	4	17
391	4	4	4	4	16
392	4	4	4	4	16
393	3	4	4	4	15
394	4	4	4	4	16
395	4	4	4	4	16
396	3	3	4	4	14
397	5	4	5	4	18
398	2	2	3	3	10
399	4	2	4	4	14
400	4	4	4	4	16
401	4	4	4	4	16
402	5	5	5	5	20
403	5	5	5	4	19
404	4	4	4	4	16
405	4	3	5	5	17
406	4	4	4	4	16

407	3	3	3	4	13
408	3	3	4	3	13
409	4	4	4	4	16
410	4	4	4	4	16
411	3	4	4	4	15
412	3	4	4	3	14
413	3	4	4	4	15
414	3	3	3	3	12
415	4	4	4	4	16
416	3	4	4	4	15
417	3	4	4	3	14
418	4	5	4	4	17
419	1	1	3	4	9
420	1	1	1	1	4
421	5	5	5	5	20
422	4	4	4	4	16
423	1	1	3	3	8
424	1	1	1	4	7
425	5	5	5	5	20
426	1	4	4	2	11
427	4	4	5	4	17
428	2	2	4	4	12
429	5	5	4	4	18
430	1	1	1	1	4
431	4	4	5	3	16
432	1	5	3	2	11
433	4	3	4	4	15
434	5	2	4	4	15
435	5	5	5	5	20
436	2	3	2	3	10
437	4	4	4	4	16
438	4	4	4	4	16
439	5	5	5	5	20
440	4	4	4	4	16
441	4	4	4	4	16
442	3	4	3	3	13
443	5	5	5	5	20
444	4	4	4	4	16
445	4	4	4	4	16
446	4	2	4	4	14

Sosial (X2)

No. Responden	S1	S2	S3	S4	Total
1	4	4	3	4	15
2	4	5	4	4	17
3	5	5	5	5	20
4	4	4	2	2	12
5	2	3	3	4	12
6	5	5	3	4	17
7	5	4	5	5	19
8	4	4	4	4	16
9	4	3	3	2	12
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	3	14
12	5	2	2	4	13
13	5	5	2	2	14
14	2	3	4	4	13
15	3	4	3	3	13
16	5	5	5	5	20
17	5	3	3	3	14
18	4	3	2	2	11
19	3	4	4	3	14
20	3	3	3	3	12
21	2	4	2	4	12
22	5	5	4	4	18
23	1	1	1	1	4
24	5	5	3	4	17
25	2	1	1	3	7
26	5	4	3	1	13
27	5	5	5	5	20
28	5	4	4	5	18
29	5	5	4	3	17
30	4	4	5	4	17
31	4	5	4	4	17
32	5	5	3	5	18
33	5	5	3	4	17
34	5	4	4	4	17
35	4	4	4	4	16
36	4	4	3	4	15
37	5	5	5	5	20

38	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	20
40	3	3	3	3	12
41	4	4	2	4	14
42	4	3	3	4	14
43	4	3	5	4	16
44	5	5	5	5	20
45	4	4	3	2	13
46	5	5	3	5	18
47	4	4	4	4	16
48	3	3	3	3	12
49	4	4	3	4	15
50	3	3	3	4	13
51	2	4	2	4	12
52	4	3	2	4	13
53	4	4	4	4	16
54	4	5	3	4	16
55	4	4	4	3	15
56	4	4	5	4	17
57	4	5	4	4	17
58	4	4	3	4	15
59	5	5	5	5	20
60	4	2	2	4	12
61	4	5	3	4	16
62	5	3	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	2	3	3	4	12
65	4	5	2	2	13
66	5	4	3	5	17
67	3	4	4	4	15
68	4	4	2	2	12
69	5	4	3	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	2	2	4	12
74	2	2	2	2	8
75	4	4	3	4	15
76	4	4	2	4	14
77	1	1	1	1	4
78	4	4	3	4	15

79	4	4	3	4	15
80	4	4	4	4	16
81	5	5	5	5	20
82	3	5	2	3	13
83	5	4	3	3	15
84	4	4	2	4	14
85	4	3	4	4	15
86	4	4	2	2	12
87	2	4	2	4	12
88	4	4	3	4	15
89	5	4	4	4	17
90	3	4	3	4	14
91	4	4	4	4	16
92	3	3	2	4	12
93	4	3	3	4	14
94	3	5	2	2	12
95	4	4	4	4	16
96	4	4	4	4	16
97	4	4	2	2	12
98	4	4	4	4	16
99	4	5	2	3	14
100	2	2	4	2	10
101	5	3	2	4	14
102	4	4	4	4	16
103	3	3	3	4	13
104	5	5	5	5	20
105	5	4	3	4	16
106	4	4	4	4	16
107	5	5	5	5	20
108	5	5	5	5	20
109	4	4	5	4	17
110	4	3	2	2	11
111	4	3	3	4	14
112	4	2	2	2	10
113	3	2	2	4	11
114	4	3	2	4	13
115	4	4	2	4	14
116	4	4	3	4	15
117	4	4	4	4	16
118	5	5	5	5	20
119	5	5	1	5	16

120	5	5	5	5	20
121	4	4	3	4	15
122	5	5	5	5	20
123	5	5	5	5	20
124	4	5	2	4	15
125	4	5	2	2	13
126	5	5	5	5	20
127	4	4	3	4	15
128	5	4	3	4	16
129	4	4	3	4	15
130	4	4	2	2	12
131	4	4	4	4	16
132	3	5	5	5	18
133	4	4	4	4	16
134	3	4	3	4	14
135	5	4	2	4	15
136	4	3	3	3	13
137	4	5	2	5	16
138	4	4	3	4	15
139	5	5	5	5	20
140	2	2	2	2	8
141	3	4	2	2	11
142	2	5	3	4	14
143	4	4	3	4	15
144	3	4	2	4	13
145	4	4	2	4	14
146	4	3	4	3	14
147	4	4	4	4	16
148	4	4	4	4	16
149	5	5	5	5	20
150	4	4	2	4	14
151	5	4	2	4	15
152	5	5	5	5	20
153	4	4	4	4	16
154	4	4	4	4	16
155	4	2	2	2	10
156	4	3	2	4	13
157	3	3	3	4	13
158	4	4	2	4	14
159	4	4	2	4	14
160	4	1	3	3	11

161	4	4	4	4	16
162	5	5	5	5	20
163	4	4	4	5	17
164	3	4	2	2	11
165	4	4	4	4	16
166	4	4	4	4	16
167	4	4	2	4	14
168	2	4	2	2	10
169	5	5	5	5	20
170	5	2	2	4	13
171	5	4	4	5	18
172	3	4	3	3	13
173	5	3	2	2	12
174	2	4	3	4	13
175	5	4	2	4	15
176	5	4	4	4	17
177	4	4	4	4	16
178	5	4	4	5	18
179	5	4	4	5	18
180	4	2	2	4	12
181	3	4	2	3	12
182	5	3	3	3	14
183	3	4	4	4	15
184	4	4	4	4	16
185	4	4	4	4	16
186	4	4	3	4	15
187	4	2	2	4	12
188	4	3	3	4	14
189	5	4	4	4	17
190	4	4	4	5	17
191	5	3	1	4	13
192	4	4	4	4	16
193	4	4	4	4	16
194	4	4	4	4	16
195	3	4	4	4	15
196	4	2	2	4	12
197	3	4	3	3	13
198	3	4	4	4	15
199	4	4	1	1	10
200	4	4	4	4	16
201	5	5	5	5	20

202	5	3	3	5	16
203	3	4	2	2	11
204	4	4	4	4	16
205	4	4	4	4	16
206	5	2	2	4	13
207	2	4	2	2	10
208	4	4	3	5	16
209	3	5	2	5	15
210	4	4	4	4	16
211	5	2	2	4	13
212	4	4	4	4	16
213	5	5	5	5	20
214	4	4	3	2	13
215	4	2	2	3	11
216	5	4	4	4	17
217	3	3	3	3	12
218	5	4	3	3	15
219	4	4	2	4	14
220	4	4	4	4	16
221	4	4	4	4	16
222	5	5	5	5	20
223	5	4	3	4	16
224	4	5	4	4	17
225	4	3	3	4	14
226	4	4	2	4	14
227	5	3	3	4	15
228	4	4	5	4	17
229	2	4	3	4	13
230	3	4	2	2	11
231	4	4	4	4	16
232	5	5	5	5	20
233	5	5	5	5	20
234	5	5	5	5	20
235	4	4	3	4	15
236	5	4	4	4	17
237	5	5	5	5	20
238	4	4	4	3	15
239	4	4	4	4	16
240	3	4	4	4	15
241	3	4	4	4	15
242	4	3	3	4	14

243	4	4	4	4	16
244	3	4	4	3	14
245	3	4	3	4	14
246	4	5	5	5	19
247	5	4	4	4	17
248	5	3	3	5	16
249	4	4	4	4	16
250	5	4	4	4	17
251	3	3	3	4	13
252	4	4	4	4	16
253	5	5	5	3	18
254	5	4	4	2	15
255	4	4	4	4	16
256	4	4	4	4	16
257	4	4	3	4	15
258	3	3	3	4	13
259	4	4	4	4	16
260	3	4	3	2	12
261	5	5	3	5	18
262	4	4	4	4	16
263	4	2	2	4	12
264	4	4	4	4	16
265	4	4	3	3	14
266	3	3	4	4	14
267	4	4	4	4	16
268	5	5	5	5	20
269	2	2	2	2	8
270	4	2	2	4	12
271	3	3	3	5	14
272	4	4	4	4	16
273	5	2	2	3	12
274	4	4	3	3	14
275	2	4	2	3	11
276	4	3	2	4	13
277	5	4	3	5	17
278	4	4	4	4	16
279	4	4	3	4	15
280	4	4	4	4	16
281	3	4	2	4	13
282	4	3	4	4	15
283	5	4	3	4	16

284	5	4	3	4	16
285	3	4	3	3	13
286	4	4	4	4	16
287	5	5	4	4	18
288	3	4	4	2	13
289	5	3	3	4	15
290	4	4	4	4	16
291	3	3	4	5	15
292	3	4	4	4	15
293	4	3	4	3	14
294	5	4	4	4	17
295	4	4	4	4	16
296	4	4	2	4	14
297	2	2	3	3	10
298	5	4	3	4	16
299	5	5	4	4	18
300	4	4	3	4	15
301	4	3	2	4	13
302	4	4	2	4	14
303	5	4	3	4	16
304	4	2	2	2	10
305	4	4	2	4	14
306	5	3	3	3	14
307	2	4	2	4	12
308	4	4	3	4	15
309	3	3	2	3	11
310	4	5	4	4	17
311	4	2	2	4	12
312	5	5	5	5	20
313	4	3	3	4	14
314	4	4	2	4	14
315	4	4	3	3	14
316	5	5	5	5	20
317	4	4	4	4	16
318	3	3	3	4	13
319	4	4	2	4	14
320	4	4	4	4	16
321	5	4	3	5	17
322	4	3	4	4	15
323	4	3	5	4	16
324	2	4	2	4	12

325	4	4	3	3	14
326	4	2	2	4	12
327	4	2	1	2	9
328	4	4	4	2	14
329	5	3	3	3	14
330	5	4	4	4	17
331	2	2	2	3	9
332	5	5	5	5	20
333	2	3	2	3	10
334	3	4	3	3	13
335	5	3	1	1	10
336	5	3	2	4	14
337	4	4	3	4	15
338	4	4	4	2	14
339	5	5	5	5	20
340	4	4	3	4	15
341	4	4	4	4	16
342	4	4	3	4	15
343	1	4	1	1	7
344	5	5	3	4	17
345	5	3	3	1	12
346	4	2	2	4	12
347	5	5	5	5	20
348	3	3	3	4	13
349	4	4	3	4	15
350	3	3	3	5	14
351	5	2	2	4	13
352	3	3	3	4	13
353	1	4	2	2	9
354	4	4	4	5	17
355	4	4	2	2	12
356	4	5	4	3	16
357	3	4	2	4	13
358	4	4	4	4	16
359	3	4	2	4	13
360	5	4	3	4	16
361	5	3	3	4	15
362	3	4	3	2	12
363	5	5	2	4	16
364	5	5	2	4	16
365	5	4	3	5	17

366	3	5	2	5	15
367	5	5	2	2	14
368	5	5	2	5	17
369	5	5	5	5	20
370	3	3	3	3	12
371	3	4	2	3	12
372	3	4	4	4	15
373	5	5	5	5	20
374	4	4	4	5	17
375	3	4	2	2	11
376	5	5	5	5	20
377	5	5	4	5	19
378	5	3	2	3	13
379	5	5	5	5	20
380	4	3	2	1	10
381	5	5	3	5	18
382	4	4	4	4	16
383	4	2	2	1	9
384	5	5	5	5	20
385	4	3	3	5	15
386	4	2	4	5	15
387	3	2	2	4	11
388	5	3	3	3	14
389	4	4	3	4	15
390	3	4	3	4	14
391	5	4	4	4	17
392	3	3	3	4	13
393	5	2	3	4	14
394	3	4	1	3	11
395	4	4	2	3	13
396	2	1	1	4	8
397	5	4	5	4	18
398	5	4	3	4	16
399	3	5	4	3	15
400	3	4	1	4	12
401	3	4	2	4	13
402	5	5	3	5	18
403	5	4	4	3	16
404	4	4	4	4	16
405	4	5	1	1	11
406	2	4	2	4	12

407	4	5	4	4	17
408	4	4	2	3	13
409	4	4	3	3	14
410	5	4	3	3	15
411	2	3	3	4	12
412	3	4	3	3	13
413	5	2	2	4	13
414	5	4	2	2	13
415	4	4	4	4	16
416	4	3	2	4	13
417	4	3	3	4	14
418	5	5	3	4	17
419	5	2	2	2	11
420	4	2	3	4	13
421	5	5	5	5	20
422	5	1	1	1	8
423	3	3	3	5	14
424	4	4	4	4	16
425	2	4	5	5	16
426	4	2	2	2	10
427	3	4	3	4	14
428	5	4	4	5	18
429	4	5	4	3	16
430	1	1	1	1	4
431	4	4	2	4	14
432	2	4	3	4	13
433	2	2	2	2	8
434	4	4	4	4	16
435	2	4	4	4	14
436	1	2	5	2	10
437	4	4	4	4	16
438	3	2	2	2	9
439	5	5	5	5	20
440	4	4	4	4	16
441	4	4	2	4	14
442	4	4	3	3	14
443	5	5	5	5	20
444	4	4	4	4	16
445	4	3	2	2	11
446	4	4	4	4	16

Motivasi Hedonis (X3)

No. Responden	MH1	MH2	MH3	MH4	MH5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	3	3	3	17
3	3	2	4	5	5	19
4	3	2	3	4	4	16
5	4	3	3	4	4	18
6	5	4	4	5	5	23
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	5	5	22
9	4	3	4	3	4	18
10	4	4	4	4	2	18
11	5	3	4	2	4	18
12	4	3	3	2	3	15
13	3	3	3	4	4	17
14	4	4	4	3	4	19
15	4	4	3	3	3	17
16	5	5	5	5	5	25
17	5	3	4	4	4	20
18	5	3	2	2	2	14
19	4	4	4	4	4	20
20	4	3	4	3	3	17
21	4	4	4	5	5	22
22	5	5	5	3	5	23
23	1	1	1	1	1	5
24	4	3	4	4	4	19
25	4	3	3	3	2	15
26	3	5	4	5	3	20
27	5	5	5	5	5	25
28	4	4	4	4	4	20
29	5	4	4	3	3	19
30	5	5	5	5	4	24
31	3	4	3	4	4	18
32	4	3	3	4	3	17
33	5	3	4	5	5	22
34	5	4	4	5	5	23
35	4	4	4	4	3	19
36	4	3	3	4	4	18
37	5	5	5	5	5	25

38	5	5	5	5	5	25
39	5	4	5	4	4	22
40	4	4	4	3	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	5	5	25
43	4	5	3	5	4	21
44	4	3	3	3	4	17
45	4	3	3	2	2	14
46	5	5	4	5	5	24
47	4	4	4	4	4	20
48	3	3	3	3	4	16
49	4	3	3	3	3	16
50	2	3	3	3	4	15
51	4	2	2	3	4	15
52	4	2	4	4	4	18
53	4	2	5	5	5	21
54	2	2	3	4	5	16
55	3	4	3	3	3	16
56	5	4	4	5	5	23
57	5	4	4	4	4	21
58	4	3	3	3	4	17
59	5	5	4	4	4	22
60	5	1	3	2	2	13
61	5	4	3	2	3	17
62	5	2	5	3	4	19
63	5	5	4	4	4	22
64	4	3	3	3	4	17
65	4	2	2	4	4	16
66	3	2	3	5	5	18
67	5	2	4	4	4	19
68	5	5	3	5	5	23
69	4	4	3	3	3	17
70	4	4	4	4	4	20
71	5	4	4	4	5	22
72	4	5	4	4	4	21
73	4	4	4	1	3	16
74	4	2	2	2	4	14
75	3	4	3	3	5	18
76	3	3	2	2	2	12
77	5	5	5	5	5	25
78	5	4	4	4	4	21

79	4	4	4	4	5	21
80	4	4	4	4	5	21
81	5	5	5	5	5	25
82	4	4	4	4	4	20
83	4	3	4	3	4	18
84	4	4	4	3	2	17
85	3	4	3	4	3	17
86	4	4	4	4	4	20
87	4	3	2	3	3	15
88	4	4	3	4	4	19
89	3	3	3	5	5	19
90	4	4	4	3	3	18
91	4	4	4	4	4	20
92	3	3	3	4	3	16
93	4	3	3	3	3	16
94	3	2	3	4	5	17
95	4	4	4	4	4	20
96	4	3	4	3	4	18
97	2	1	2	2	3	10
98	5	3	4	5	4	21
99	5	4	4	5	5	23
100	2	5	4	5	3	19
101	4	3	3	4	5	19
102	5	5	4	5	4	23
103	5	4	4	3	4	20
104	5	5	4	3	4	21
105	2	3	4	4	4	17
106	5	5	4	5	5	24
107	5	5	5	5	5	25
108	5	5	5	5	5	25
109	5	4	3	4	5	21
110	2	2	3	2	2	11
111	4	4	4	4	3	19
112	4	4	4	3	3	18
113	3	3	3	4	4	17
114	5	3	4	4	4	20
115	4	4	4	4	4	20
116	5	5	4	5	5	24
117	4	5	5	4	4	22
118	5	5	5	5	5	25
119	2	2	2	5	5	16

120	5	5	5	5	5	25
121	4	3	4	4	4	19
122	5	5	5	5	5	25
123	5	5	4	5	5	24
124	5	4	4	5	5	23
125	5	2	2	1	1	11
126	5	5	5	5	5	25
127	4	5	5	4	5	23
128	3	3	2	4	4	16
129	4	2	2	3	4	15
130	4	2	2	2	2	12
131	4	4	4	4	4	20
132	5	3	5	5	5	23
133	4	4	4	4	4	20
134	5	5	4	4	4	22
135	5	5	4	5	5	24
136	4	4	3	3	4	18
137	5	4	5	5	5	24
138	4	4	4	4	4	20
139	5	5	4	5	5	24
140	2	2	2	2	2	10
141	4	2	2	5	4	17
142	5	3	3	5	5	21
143	5	3	3	5	5	21
144	4	3	4	5	5	21
145	4	4	4	5	5	22
146	3	4	4	4	4	19
147	4	4	4	4	4	20
148	4	4	4	4	4	20
149	5	5	5	5	5	25
150	4	3	3	3	4	17
151	4	3	4	4	4	19
152	5	5	5	5	5	25
153	4	4	4	4	4	20
154	4	4	4	4	4	20
155	2	4	4	4	4	18
156	4	3	3	5	4	19
157	5	2	4	5	5	21
158	4	3	3	3	4	17
159	4	2	2	2	4	14
160	4	5	4	5	4	22

161	4	4	5	5	5	23
162	5	5	5	5	5	25
163	1	5	4	4	4	18
164	4	3	4	2	4	17
165	4	4	4	4	4	20
166	4	2	2	4	4	16
167	5	4	4	3	4	20
168	4	4	2	4	4	18
169	5	5	5	5	5	25
170	5	5	5	4	4	23
171	5	5	5	5	5	25
172	3	3	3	3	4	16
173	5	5	5	5	5	25
174	3	3	3	3	4	16
175	5	3	4	5	5	22
176	4	3	3	4	4	18
177	4	4	4	4	4	20
178	4	4	5	5	4	22
179	3	3	2	2	5	15
180	5	4	3	4	5	21
181	3	2	4	4	4	17
182	5	3	4	5	5	22
183	4	3	3	2	2	14
184	4	4	4	4	2	18
185	4	4	4	4	4	20
186	5	4	3	5	5	22
187	5	4	3	5	4	21
188	5	4	3	5	5	22
189	5	2	3	4	5	19
190	4	3	3	4	4	18
191	5	3	3	2	2	15
192	4	4	4	4	4	20
193	4	4	4	4	4	20
194	4	4	4	4	4	20
195	4	4	4	5	5	22
196	4	4	3	5	5	21
197	4	4	4	4	4	20
198	4	4	4	4	4	20
199	3	3	2	3	4	15
200	5	5	5	5	5	25
201	5	5	5	5	5	25

202	3	3	5	3	4	18
203	5	2	2	2	2	13
204	5	5	5	5	5	25
205	4	3	2	2	2	13
206	5	5	3	5	5	23
207	4	2	2	2	3	13
208	4	3	4	3	3	17
209	4	2	4	4	5	19
210	5	5	4	3	4	21
211	4	4	4	4	4	20
212	5	5	5	5	5	25
213	5	5	5	5	4	24
214	4	4	4	4	4	20
215	3	3	4	5	5	20
216	4	4	4	5	5	22
217	3	3	2	3	4	15
218	4	4	4	4	4	20
219	5	3	3	4	4	19
220	4	4	4	4	4	20
221	4	4	4	4	4	20
222	5	5	5	5	5	25
223	4	3	5	5	5	22
224	4	4	4	5	3	20
225	3	4	3	3	4	17
226	2	3	3	3	2	13
227	3	3	3	2	5	16
228	5	5	5	4	4	23
229	4	4	2	4	4	18
230	4	3	3	3	5	18
231	5	3	3	2	2	15
232	5	5	5	5	5	25
233	5	5	5	5	5	25
234	5	5	5	5	5	25
235	4	3	2	2	2	13
236	3	3	3	3	4	16
237	5	5	5	5	5	25
238	5	5	4	5	5	24
239	4	4	4	4	4	20
240	4	3	3	3	4	17
241	4	3	3	3	3	16
242	3	3	3	3	3	15

243	4	4	4	4	4	20
244	4	2	2	1	1	10
245	4	4	3	1	4	16
246	3	3	3	3	4	16
247	4	2	3	2	4	15
248	4	2	5	3	4	18
249	5	5	5	5	5	25
250	4	4	4	4	4	20
251	4	4	3	4	4	19
252	5	4	4	4	4	21
253	3	3	3	4	3	16
254	1	1	1	1	1	5
255	4	4	4	4	4	20
256	5	5	5	5	5	25
257	5	4	4	5	5	23
258	5	3	3	3	4	18
259	4	4	4	4	4	20
260	4	2	2	3	2	13
261	5	5	5	5	5	25
262	4	3	3	1	1	12
263	3	3	4	2	3	15
264	4	4	4	4	4	20
265	2	1	2	2	1	8
266	4	4	4	2	3	17
267	5	5	4	4	5	23
268	5	5	5	5	5	25
269	4	2	1	2	3	12
270	5	5	3	2	4	19
271	5	5	3	3	3	19
272	4	4	4	4	5	21
273	5	5	5	4	4	23
274	3	4	3	4	4	18
275	4	4	2	2	2	14
276	4	4	4	4	4	20
277	4	4	4	5	4	21
278	4	4	4	4	4	20
279	5	3	2	2	4	16
280	5	4	3	3	4	19
281	5	5	3	5	5	23
282	4	3	4	4	4	19
283	4	3	4	3	4	18

284	4	4	4	5	5	22
285	3	2	5	5	5	20
286	5	3	3	3	4	18
287	4	5	4	5	5	23
288	4	4	3	3	3	17
289	5	3	3	4	5	20
290	5	3	3	4	4	19
291	4	4	3	5	5	21
292	5	3	4	3	4	19
293	4	3	3	3	5	18
294	5	5	3	5	5	23
295	4	4	4	4	4	20
296	4	4	4	4	4	20
297	4	4	4	4	4	20
298	5	3	3	3	4	18
299	3	2	3	5	5	18
300	5	2	3	3	3	16
301	4	4	2	4	4	18
302	3	3	3	4	4	17
303	5	4	4	5	5	23
304	4	2	2	1	1	10
305	4	3	3	4	3	17
306	4	3	3	4	4	18
307	4	2	2	2	2	12
308	4	4	3	3	4	18
309	4	4	3	4	4	19
310	5	5	5	5	4	24
311	3	3	4	4	4	18
312	5	5	5	5	5	25
313	4	3	3	3	4	17
314	4	4	4	3	3	18
315	4	4	3	5	5	21
316	5	5	5	5	5	25
317	3	2	2	2	4	13
318	3	3	3	3	3	15
319	4	4	4	4	4	20
320	5	4	4	4	4	21
321	2	1	2	4	1	10
322	5	5	4	4	4	22
323	3	2	2	3	1	11
324	4	4	3	5	5	21

325	3	4	4	3	4	18
326	4	3	3	4	4	18
327	5	5	4	5	5	24
328	5	4	4	4	4	21
329	4	3	3	4	4	18
330	2	2	2	3	3	12
331	5	3	4	4	4	20
332	5	3	5	1	1	15
333	5	3	3	1	1	13
334	4	3	3	4	3	17
335	1	1	1	1	4	8
336	4	4	4	4	5	21
337	5	3	4	4	4	20
338	5	5	5	5	5	25
339	5	5	5	5	5	25
340	2	2	2	2	4	12
341	4	4	4	4	4	20
342	4	4	4	4	4	20
343	3	2	2	4	3	14
344	4	4	5	5	5	23
345	5	3	3	5	5	21
346	2	2	2	4	4	14
347	5	5	4	4	4	22
348	5	3	3	3	3	17
349	5	4	3	3	2	17
350	5	5	5	3	5	23
351	4	3	5	5	4	21
352	3	2	2	3	3	13
353	5	2	2	2	4	15
354	3	4	4	3	4	18
355	2	2	2	2	2	10
356	5	3	3	3	1	15
357	4	4	2	3	4	17
358	5	4	4	4	4	21
359	4	4	3	5	4	20
360	4	3	3	4	3	17
361	5	3	3	5	5	21
362	4	4	4	3	2	17
363	5	3	3	3	3	17
364	5	3	3	4	4	19
365	5	3	4	5	5	22

366	5	3	3	5	5	21
367	5	5	3	5	5	23
368	5	2	1	4	2	14
369	5	5	5	5	5	25
370	3	3	3	3	3	15
371	3	3	3	3	4	16
372	4	3	3	4	4	18
373	5	5	5	5	5	25
374	5	5	4	4	4	22
375	5	2	2	2	4	15
376	5	5	5	5	5	25
377	4	5	4	5	4	22
378	5	5	4	5	5	24
379	5	1	1	1	1	9
380	3	2	3	3	4	15
381	5	5	5	5	5	25
382	5	4	2	4	4	19
383	3	4	3	4	5	19
384	2	2	2	1	1	8
385	4	3	4	5	5	21
386	4	4	3	3	3	17
387	4	3	3	4	3	17
388	5	3	3	3	4	18
389	4	3	4	3	4	18
390	4	5	3	4	3	19
391	3	1	2	3	4	13
392	2	2	3	2	2	11
393	5	4	4	5	5	23
394	4	2	2	4	4	16
395	4	3	3	4	4	18
396	4	3	3	3	5	18
397	4	5	5	5	4	23
398	4	3	3	3	3	16
399	5	5	4	4	4	22
400	3	3	2	3	4	15
401	4	3	3	2	4	16
402	5	3	3	2	4	17
403	4	3	4	5	5	21
404	4	2	4	4	4	18
405	4	3	4	4	4	19
406	4	4	4	4	4	20

407	1	3	3	3	4	14
408	4	4	3	4	3	18
409	4	2	2	4	4	16
410	4	2	4	5	4	19
411	3	3	3	3	4	16
412	3	2	2	1	3	11
413	3	4	3	4	4	18
414	3	3	2	4	5	17
415	4	4	4	4	4	20
416	4	4	2	4	4	18
417	4	4	3	3	3	17
418	2	3	4	5	4	18
419	3	3	3	2	3	14
420	5	3	3	3	3	17
421	5	5	5	5	5	25
422	1	1	1	1	1	5
423	5	1	1	5	5	17
424	1	5	5	5	5	21
425	5	5	4	4	5	23
426	5	5	5	4	5	24
427	4	3	3	4	4	18
428	5	5	5	5	5	25
429	4	4	4	4	4	20
430	4	5	3	5	5	22
431	4	2	3	4	4	17
432	3	4	2	2	1	12
433	2	2	2	2	4	12
434	3	3	3	3	3	15
435	5	5	5	5	5	25
436	3	1	1	2	2	9
437	5	3	4	2	4	18
438	4	1	4	3	4	16
439	5	5	5	5	5	25
440	4	4	4	4	4	20
441	2	2	2	3	3	12
442	4	4	4	3	4	19
443	3	1	1	1	3	9
444	4	4	4	4	4	20
445	3	3	3	3	4	16
446	5	4	4	5	5	23

Self Monitoring (X4)

No. Responden	SM1	SM2	SM3	SM4	SM5	SM6	Total
1	4	4	4	4	5	3	24
2	5	5	5	4	4	5	28
3	5	4	4	3	5	1	22
4	4	4	4	2	4	2	20
5	3	4	4	4	4	3	22
6	3	5	4	4	4	3	23
7	5	5	4	3	3	4	24
8	4	3	3	3	3	1	17
9	4	4	4	4	4	3	23
10	3	4	4	4	5	5	25
11	4	4	3	3	5	1	20
12	1	2	1	2	4	4	14
13	2	5	5	3	1	3	19
14	2	4	3	4	4	3	20
15	4	4	4	4	4	3	23
16	5	5	5	5	5	5	30
17	2	4	4	4	3	2	19
18	3	4	4	3	5	4	23
19	3	4	4	4	4	4	23
20	4	4	4	4	3	4	23
21	4	5	4	2	2	4	21
22	3	3	4	4	3	4	21
23	1	1	1	2	5	5	15
24	1	3	3	3	4	3	17
25	3	3	3	4	3	3	19
26	3	3	3	5	5	5	24
27	5	5	5	2	2	1	20
28	4	4	5	4	4	4	25
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	3	23
31	3	4	3	3	3	3	19
32	3	2	2	3	4	3	17
33	4	4	4	3	4	3	22
34	4	3	3	4	4	4	22
35	4	4	4	4	4	4	24
36	3	4	4	3	3	3	20
37	5	5	5	5	5	5	30

38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	4	5	4	5	4	27
40	4	4	4	4	5	2	23
41	5	4	4	4	5	4	26
42	3	3	3	3	3	3	18
43	4	5	4	4	4	4	25
44	2	4	4	4	5	3	22
45	2	3	3	2	4	2	16
46	2	4	4	3	4	3	20
47	4	4	4	4	4	3	23
48	4	3	4	3	5	3	22
49	3	3	4	4	5	3	22
50	4	4	4	3	5	2	22
51	2	4	3	3	5	3	20
52	4	4	3	3	3	4	21
53	4	2	2	3	5	5	21
54	2	4	3	3	3	4	19
55	4	3	4	3	4	4	22
56	3	4	4	3	5	4	23
57	4	4	4	4	4	4	24
58	4	3	3	4	4	2	20
59	2	2	2	3	5	3	17
60	3	3	2	3	3	3	17
61	4	4	3	4	4	2	21
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	4	3	4	4	23
65	3	4	3	3	4	3	20
66	5	5	5	3	5	5	28
67	4	4	4	4	5	5	26
68	4	3	4	4	4	4	23
69	3	3	4	3	4	4	21
70	4	4	4	4	4	4	24
71	2	4	4	4	4	2	20
72	4	4	5	4	4	4	25
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	2	4	2	2	18
75	3	4	2	3	4	3	19
76	3	4	4	3	5	3	22
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	4	5	4	25

79	4	5	5	4	4	5	27
80	4	3	4	3	4	4	22
81	5	5	5	5	5	5	30
82	3	4	4	2	4	3	20
83	3	4	4	2	4	2	19
84	3	3	3	3	2	2	16
85	4	3	4	3	1	1	16
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	3	3	2	4	2	18
88	3	4	4	3	4	3	21
89	4	4	4	5	4	1	22
90	4	4	4	3	4	3	22
91	4	4	4	4	4	4	24
92	4	4	4	4	4	3	23
93	3	4	4	3	3	3	20
94	2	4	2	2	3	1	14
95	4	4	4	4	4	4	24
96	4	4	4	4	4	4	24
97	2	4	4	4	4	3	21
98	3	5	4	4	5	4	25
99	1	3	4	4	5	2	19
100	3	5	3	5	2	3	21
101	3	3	3	5	3	3	20
102	4	4	4	4	4	3	23
103	4	4	4	3	4	3	22
104	5	5	3	5	5	2	25
105	3	4	4	4	4	3	22
106	4	5	4	4	3	4	24
107	5	5	5	5	5	5	30
108	4	5	5	5	5	5	29
109	3	5	4	3	3	2	20
110	2	2	2	2	5	2	15
111	4	4	3	2	4	3	20
112	2	4	2	2	2	2	14
113	4	4	4	3	3	3	21
114	3	3	3	2	4	3	18
115	4	4	4	4	4	4	24
116	4	4	3	2	2	1	16
117	3	4	4	3	4	5	23
118	5	5	5	5	5	5	30
119	4	4	4	4	4	4	24

120	4	4	4	4	5	4	25
121	4	3	1	2	4	2	16
122	5	5	5	5	5	5	30
123	5	5	5	5	5	5	30
124	2	4	2	3	3	3	17
125	2	2	3	1	5	2	15
126	5	5	5	3	2	3	23
127	5	4	4	3	4	5	25
128	4	4	3	4	4	2	21
129	3	4	3	2	4	3	19
130	4	4	4	2	4	2	20
131	4	4	4	4	4	4	24
132	3	4	3	4	3	3	20
133	3	4	4	4	4	4	23
134	3	4	3	3	4	2	19
135	4	4	4	4	5	5	26
136	4	4	4	4	4	4	24
137	4	5	4	2	3	4	22
138	4	4	4	4	4	4	24
139	5	5	5	5	4	5	29
140	2	2	2	2	2	2	12
141	2	4	4	4	4	2	20
142	3	5	4	4	5	4	25
143	3	4	3	4	5	4	23
144	3	5	1	5	5	1	20
145	4	3	2	2	2	2	15
146	4	3	4	4	4	4	23
147	3	3	3	4	2	2	17
148	4	4	4	4	4	4	24
149	5	5	5	5	5	5	30
150	4	4	4	4	4	4	24
151	3	4	3	3	4	3	20
152	5	5	5	5	5	5	30
153	4	4	4	4	4	4	24
154	4	4	4	4	4	4	24
155	4	4	4	2	4	2	20
156	4	4	4	4	4	4	24
157	3	4	3	4	5	3	22
158	4	4	4	4	5	3	24
159	2	4	4	2	4	2	18
160	4	2	2	4	5	4	21

161	4	4	4	4	4	4	24
162	5	5	5	5	5	5	30
163	5	3	3	4	2	5	22
164	2	4	3	3	4	3	19
165	4	4	4	4	4	4	24
166	2	2	2	2	2	3	13
167	3	3	3	2	4	3	18
168	4	4	4	2	2	2	18
169	4	4	4	4	5	4	25
170	4	1	3	4	3	3	18
171	3	5	4	1	1	1	15
172	5	4	4	4	3	3	23
173	1	4	2	2	5	2	16
174	2	3	3	3	5	4	20
175	5	5	5	5	5	5	30
176	2	3	4	3	4	4	20
177	4	4	4	4	4	4	24
178	5	4	4	5	4	3	25
179	4	4	4	3	5	3	23
180	4	3	4	3	3	3	20
181	1	3	4	4	5	5	22
182	3	3	4	3	3	3	19
183	3	4	4	4	4	4	23
184	4	3	5	3	3	3	21
185	4	4	4	4	4	4	24
186	4	4	4	2	4	3	21
187	4	4	4	3	5	4	24
188	4	4	4	3	4	3	22
189	4	4	4	3	5	3	23
190	3	4	4	3	3	3	20
191	4	5	5	3	4	3	24
192	4	4	4	4	4	4	24
193	4	4	4	4	4	4	24
194	4	4	4	4	4	4	24
195	4	4	4	4	4	4	24
196	4	4	4	3	4	4	23
197	3	4	4	3	4	4	22
198	4	4	4	4	4	4	24
199	4	3	4	2	3	1	17
200	5	5	5	5	5	2	27
201	5	5	5	5	5	5	30

202	5	5	5	5	5	5	30
203	4	3	4	3	3	4	21
204	4	4	4	4	3	3	22
205	2	5	4	4	3	4	22
206	4	4	3	3	5	3	22
207	2	2	2	5	5	4	20
208	3	4	4	3	3	3	20
209	4	4	4	5	5	5	27
210	3	4	4	4	5	4	24
211	4	4	4	4	5	2	23
212	3	4	3	4	4	4	22
213	4	4	3	3	4	4	22
214	4	4	4	4	4	3	23
215	1	2	2	2	5	2	14
216	4	3	4	3	3	3	20
217	4	4	3	4	5	2	22
218	5	5	5	4	4	4	27
219	4	4	4	3	5	5	25
220	4	4	4	4	4	4	24
221	4	4	4	4	4	4	24
222	5	5	5	5	4	3	27
223	3	4	4	3	4	3	21
224	3	3	4	2	1	1	14
225	4	4	3	3	5	5	24
226	2	4	3	5	4	2	20
227	3	4	4	2	1	2	16
228	4	4	5	4	4	4	25
229	3	4	4	3	5	3	22
230	4	4	4	3	5	3	23
231	3	4	4	4	4	3	22
232	5	5	5	5	5	5	30
233	5	5	5	5	5	5	30
234	5	5	5	5	5	5	30
235	3	4	4	3	3	3	20
236	4	3	3	4	1	4	19
237	5	5	5	5	5	5	30
238	2	3	2	1	3	1	12
239	4	4	4	4	4	4	24
240	3	4	4	3	4	2	20
241	4	4	4	3	3	4	22
242	4	3	3	2	4	2	18

243	4	4	4	4	4	4	24
244	2	3	3	4	5	5	22
245	2	3	4	3	4	3	19
246	4	3	3	3	4	2	19
247	4	4	4	3	5	4	24
248	4	3	3	2	4	2	18
249	2	5	4	2	3	2	18
250	3	3	4	4	5	4	23
251	3	3	4	4	3	3	20
252	3	4	3	4	3	3	20
253	5	2	1	1	1	1	11
254	2	2	2	5	4	2	17
255	4	4	4	5	5	4	26
256	5	5	5	5	4	4	28
257	3	4	4	4	4	3	22
258	4	4	4	2	4	3	21
259	4	4	4	4	4	4	24
260	3	4	4	2	4	2	19
261	3	5	5	5	5	5	28
262	1	3	4	3	3	4	18
263	4	4	4	3	4	2	21
264	4	4	4	4	4	4	24
265	3	4	4	3	4	3	21
266	3	2	3	4	4	4	20
267	4	4	4	4	4	4	24
268	5	5	5	5	5	5	30
269	4	3	3	3	5	1	19
270	4	4	4	3	4	3	22
271	5	5	4	3	4	2	23
272	4	4	5	3	4	4	24
273	5	3	3	2	5	4	22
274	3	3	3	2	4	3	18
275	2	4	4	1	5	2	18
276	4	4	5	5	4	4	26
277	3	4	4	4	4	3	22
278	2	2	4	4	4	2	18
279	3	4	3	1	3	1	15
280	2	5	4	4	5	4	24
281	4	2	1	1	4	1	13
282	2	3	2	3	4	2	16
283	4	3	4	3	4	3	21

284	3	5	4	2	4	3	21
285	3	3	3	3	4	2	18
286	4	4	4	4	5	4	25
287	2	4	4	4	4	2	20
288	3	3	3	3	4	3	19
289	4	3	4	3	5	3	22
290	2	3	2	3	4	2	16
291	3	4	4	4	5	3	23
292	3	4	3	3	3	3	19
293	5	5	4	5	4	5	28
294	3	3	4	5	3	3	21
295	4	4	4	4	4	4	24
296	4	4	4	4	4	4	24
297	4	3	4	4	4	4	23
298	3	3	2	4	5	4	21
299	3	4	4	4	5	3	23
300	4	4	4	4	5	2	23
301	3	5	5	3	4	3	23
302	3	4	3	3	4	3	20
303	3	4	4	3	5	3	22
304	4	3	4	4	4	4	23
305	3	4	4	4	4	3	22
306	5	5	5	5	3	4	27
307	2	4	4	2	2	2	16
308	3	4	4	4	4	4	23
309	4	5	4	4	4	3	24
310	4	5	4	4	5	4	26
311	3	4	3	4	3	2	19
312	5	5	5	5	5	5	30
313	3	4	3	2	3	2	17
314	4	4	4	4	4	3	23
315	3	3	2	1	3	1	13
316	1	1	1	1	1	1	6
317	5	5	5	5	5	5	30
318	3	3	4	4	4	4	22
319	4	4	4	4	4	4	24
320	3	4	3	4	5	3	22
321	3	4	4	3	2	4	20
322	2	3	3	4	4	2	18
323	3	3	2	3	1	2	14
324	4	4	4	4	4	3	23

325	3	4	4	3	3	3	20
326	4	3	4	3	4	3	21
327	3	4	3	4	4	2	20
328	4	4	4	4	4	4	24
329	2	2	2	2	1	1	10
330	5	3	5	2	5	4	24
331	4	4	4	2	5	2	21
332	5	4	4	4	4	3	24
333	3	4	3	3	4	4	21
334	4	4	4	4	4	4	24
335	4	4	3	4	5	3	23
336	4	5	4	4	4	1	22
337	3	5	5	4	5	4	26
338	5	5	5	5	5	5	30
339	3	5	5	5	3	5	26
340	3	4	3	3	2	2	17
341	4	4	4	4	4	4	24
342	3	4	4	4	5	4	24
343	4	2	2	2	4	4	18
344	3	5	5	5	5	4	27
345	3	3	3	3	3	3	18
346	2	2	4	2	3	2	15
347	4	4	4	4	4	4	24
348	4	4	4	2	4	3	21
349	4	5	5	4	4	4	26
350	5	5	5	3	5	5	28
351	4	4	4	5	4	4	25
352	3	3	4	3	4	3	20
353	5	5	5	1	5	2	23
354	5	5	5	5	3	4	27
355	2	2	2	4	4	2	16
356	3	4	3	3	4	2	19
357	2	4	4	2	4	3	19
358	4	4	4	4	5	4	25
359	2	2	3	3	4	1	15
360	3	3	3	3	4	2	18
361	4	4	4	3	4	3	22
362	4	4	4	3	4	3	22
363	2	4	4	3	5	3	21
364	4	4	4	4	4	3	23
365	3	2	1	1	1	1	9

366	2	5	4	4	4	3	22
367	3	5	5	5	5	3	26
368	4	5	5	5	5	4	28
369	5	5	5	5	5	5	30
370	4	4	4	4	4	4	24
371	2	4	4	3	4	2	19
372	3	3	4	3	3	3	19
373	5	5	5	5	5	5	30
374	4	4	4	4	4	4	24
375	2	3	2	2	3	2	14
376	5	5	5	5	5	5	30
377	5	5	5	4	5	4	28
378	3	3	4	3	4	2	19
379	4	4	1	1	1	1	12
380	4	4	4	4	4	1	21
381	3	5	5	4	4	5	26
382	4	3	1	3	3	1	15
383	4	4	4	3	3	3	21
384	4	4	4	3	4	4	23
385	4	3	4	3	4	3	21
386	4	4	5	4	5	4	26
387	3	4	3	3	3	2	18
388	3	3	4	3	4	3	20
389	3	4	4	4	4	4	23
390	4	4	4	3	4	4	23
391	2	3	3	3	3	3	17
392	3	4	2	2	4	2	17
393	5	3	5	3	4	2	22
394	4	4	4	2	4	2	20
395	4	4	4	2	4	1	19
396	3	3	4	3	4	3	20
397	5	5	5	3	3	4	25
398	3	2	2	4	4	2	17
399	4	4	4	3	3	4	22
400	2	3	4	3	4	3	19
401	2	3	2	3	2	4	16
402	3	4	4	5	5	1	22
403	3	5	4	4	4	3	23
404	2	4	2	4	5	2	19
405	4	5	4	4	5	2	24
406	4	4	4	2	4	2	20

407	4	4	4	4	4	3	23
408	3	3	3	4	4	3	20
409	4	4	4	4	4	4	24
410	3	4	4	4	4	5	24
411	4	4	4	3	4	3	22
412	3	3	4	3	5	3	21
413	3	4	4	2	4	2	19
414	2	3	4	3	4	2	18
415	4	4	4	4	4	4	24
416	4	4	4	3	4	3	22
417	3	4	3	2	3	1	16
418	2	4	4	4	5	3	22
419	2	2	2	1	5	1	13
420	3	1	1	1	3	1	10
421	5	5	5	5	5	5	30
422	4	4	4	4	1	1	18
423	5	4	4	4	5	4	26
424	4	4	4	4	4	4	24
425	4	5	4	5	4	5	27
426	5	5	5	5	2	5	27
427	4	3	4	4	4	3	22
428	2	4	4	4	2	2	18
429	3	3	3	3	4	4	20
430	5	5	5	5	5	5	30
431	3	4	4	4	4	4	23
432	3	3	3	2	3	3	17
433	4	4	2	4	4	4	22
434	3	3	3	3	1	1	14
435	5	5	5	2	3	2	22
436	3	3	3	2	1	3	15
437	4	5	4	4	5	4	26
438	4	4	4	3	5	2	22
439	5	5	5	5	5	5	30
440	4	4	4	4	4	4	24
441	4	4	4	3	4	3	22
442	3	3	3	3	4	2	18
443	5	3	5	3	5	5	26
444	4	4	4	4	4	4	24
445	4	4	4	3	3	3	21
446	4	4	4	4	4	4	24

Literasi Keuangan (Z)

No. Responden	LK1	LK2	LK3	Total
1	4	4	4	12
2	5	5	5	15
3	4	5	5	14
4	4	3	4	11
5	4	4	4	12
6	4	4	5	13
7	4	4	4	12
8	3	5	5	13
9	4	3	4	11
10	5	5	5	15
11	3	4	4	11
12	4	3	5	12
13	5	5	5	15
14	4	5	4	13
15	4	4	4	12
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	3	3	3	9
21	4	4	4	12
22	5	5	4	14
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	4	4	4	12
26	3	5	5	13
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	4	3	5	12
30	3	4	3	10
31	5	5	5	15
32	4	5	5	14
33	4	4	5	13
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	4	4	5	13
37	5	5	5	15

38	5	5	5	15
39	5	4	5	14
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	4	4	4	12
43	5	5	4	14
44	4	4	5	13
45	3	4	5	12
46	4	3	5	12
47	3	3	4	10
48	3	4	4	11
49	4	4	5	13
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	5	13
53	5	5	5	15
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	4	5	13
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	4	4	3	11
60	4	4	4	12
61	3	4	4	11
62	5	5	5	15
63	4	4	4	12
64	4	3	4	11
65	4	4	4	12
66	5	5	5	15
67	4	4	5	13
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	4	4	4	12
71	3	4	4	11
72	4	4	4	12
73	3	4	5	12
74	2	4	5	11
75	3	4	4	11
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	3	4	4	11

79	4	4	4	12
80	4	4	5	13
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12
83	4	3	4	11
84	4	4	5	13
85	1	1	1	3
86	4	4	4	12
87	4	5	5	14
88	3	4	4	11
89	1	1	1	3
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	4	4	4	12
94	4	4	5	13
95	4	4	4	12
96	4	5	5	14
97	4	4	5	13
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	3	5	3	11
101	5	5	5	15
102	4	5	5	14
103	4	4	4	12
104	5	5	5	15
105	5	5	4	14
106	4	4	4	12
107	5	5	5	15
108	5	5	5	15
109	3	4	4	11
110	5	5	5	15
111	4	4	4	12
112	2	4	4	10
113	4	4	4	12
114	4	4	4	12
115	4	4	4	12
116	4	4	4	12
117	4	4	5	13
118	5	5	5	15
119	5	5	5	15

120	5	5	5	15
121	4	4	4	12
122	5	5	5	15
123	4	5	5	14
124	4	4	5	13
125	4	4	5	13
126	5	5	2	12
127	4	5	3	12
128	3	4	4	11
129	4	4	4	12
130	4	4	5	13
131	4	4	4	12
132	4	4	4	12
133	4	4	4	12
134	3	4	5	12
135	5	4	5	14
136	3	3	3	9
137	5	5	5	15
138	4	4	5	13
139	5	5	5	15
140	2	2	2	6
141	4	4	4	12
142	4	4	5	13
143	4	4	4	12
144	5	5	5	15
145	4	4	4	12
146	5	4	3	12
147	4	4	4	12
148	4	4	4	12
149	5	5	5	15
150	4	4	3	11
151	4	3	4	11
152	5	5	5	15
153	4	4	4	12
154	4	4	4	12
155	4	4	4	12
156	4	5	4	13
157	4	4	5	13
158	4	4	4	12
159	4	4	4	12
160	3	4	4	11

161	5	4	4	13
162	5	5	5	15
163	5	5	5	15
164	4	4	4	12
165	4	4	4	12
166	4	4	5	13
167	5	5	5	15
168	2	4	4	10
169	4	4	4	12
170	2	3	5	10
171	1	1	1	3
172	4	3	4	11
173	5	4	4	13
174	5	5	5	15
175	2	4	4	10
176	4	4	5	13
177	4	4	4	12
178	3	3	3	9
179	4	5	5	14
180	4	4	4	12
181	5	5	5	15
182	3	4	5	12
183	4	4	4	12
184	3	3	5	11
185	4	4	4	12
186	4	4	4	12
187	4	4	4	12
188	4	4	5	13
189	5	5	5	15
190	4	4	4	12
191	2	4	5	11
192	4	4	4	12
193	4	4	4	12
194	4	4	4	12
195	4	4	4	12
196	4	4	4	12
197	3	4	4	11
198	4	4	4	12
199	1	1	1	3
200	5	5	5	15
201	5	5	5	15

202	5	5	5	15
203	4	4	4	12
204	3	2	4	9
205	4	5	3	12
206	5	5	5	15
207	2	4	4	10
208	4	5	3	12
209	4	5	5	14
210	4	4	4	12
211	4	5	4	13
212	4	4	4	12
213	5	5	5	15
214	4	4	4	12
215	4	5	5	14
216	4	4	4	12
217	4	5	5	14
218	4	4	4	12
219	4	5	5	14
220	4	4	4	12
221	4	4	4	12
222	5	5	5	15
223	3	4	5	12
224	4	4	5	13
225	5	5	5	15
226	4	4	5	13
227	4	4	5	13
228	5	5	4	14
229	4	4	4	12
230	4	4	5	13
231	4	4	4	12
232	5	5	5	15
233	5	5	5	15
234	5	5	5	15
235	4	4	4	12
236	4	4	5	13
237	5	5	5	15
238	4	5	5	14
239	4	4	4	12
240	4	4	4	12
241	5	4	5	14
242	4	4	4	12

243	4	4	4	12
244	5	5	5	15
245	4	4	4	12
246	4	4	4	12
247	4	4	5	13
248	4	4	4	12
249	3	4	4	11
250	5	4	5	14
251	4	3	4	11
252	3	4	5	12
253	1	4	5	10
254	5	5	5	15
255	5	4	4	13
256	5	5	5	15
257	4	3	4	11
258	4	5	4	13
259	4	4	4	12
260	4	4	4	12
261	5	5	4	14
262	4	3	3	10
263	5	4	5	14
264	4	4	4	12
265	4	4	4	12
266	4	3	3	10
267	4	4	4	12
268	5	5	5	15
269	1	1	1	3
270	4	5	5	14
271	4	4	5	13
272	4	4	4	12
273	5	5	5	15
274	3	4	4	11
275	4	5	5	14
276	4	4	4	12
277	3	4	4	11
278	4	4	4	12
279	3	4	4	11
280	5	5	4	14
281	4	4	5	13
282	2	3	4	9
283	4	4	5	13

284	4	5	5	14
285	4	4	4	12
286	4	4	5	13
287	4	4	4	12
288	3	4	4	11
289	4	4	4	12
290	3	4	5	12
291	4	5	5	14
292	4	4	4	12
293	4	4	4	12
294	4	4	4	12
295	4	4	4	12
296	4	4	4	12
297	2	4	4	10
298	4	4	4	12
299	3	3	5	11
300	4	4	5	13
301	4	3	3	10
302	3	4	4	11
303	4	4	5	13
304	2	4	4	10
305	4	4	4	12
306	5	4	4	13
307	2	4	5	11
308	4	4	4	12
309	4	4	5	13
310	4	5	4	13
311	4	3	4	11
312	5	5	5	15
313	4	4	5	13
314	4	4	4	12
315	3	4	4	11
316	1	1	1	3
317	4	4	4	12
318	4	4	4	12
319	4	4	4	12
320	4	4	5	13
321	4	2	4	10
322	4	4	4	12
323	2	2	2	6
324	3	4	5	12

325	4	4	4	12
326	3	4	4	11
327	4	4	4	12
328	4	4	4	12
329	1	1	1	3
330	3	5	5	13
331	4	4	4	12
332	5	5	5	15
333	5	5	5	15
334	4	4	4	12
335	1	5	5	11
336	4	4	5	13
337	5	5	5	15
338	5	4	4	13
339	5	5	5	15
340	5	5	5	15
341	4	4	4	12
342	4	4	4	12
343	3	5	5	13
344	4	4	4	12
345	4	5	5	14
346	4	4	5	13
347	4	4	4	12
348	2	3	4	9
349	5	5	5	15
350	5	5	5	15
351	5	3	4	12
352	3	4	5	12
353	5	5	5	15
354	4	4	4	12
355	4	4	4	12
356	4	4	5	13
357	2	4	5	11
358	5	5	4	14
359	2	5	5	12
360	4	5	5	14
361	4	4	4	12
362	4	4	4	12
363	5	5	5	15
364	4	4	5	13
365	1	1	1	3

366	4	4	5	13
367	5	5	5	15
368	5	5	5	15
369	5	5	5	15
370	4	4	4	12
371	4	4	4	12
372	3	4	4	11
373	5	5	5	15
374	4	4	4	12
375	5	4	4	13
376	5	5	5	15
377	5	5	3	13
378	5	4	5	14
379	5	5	5	15
380	4	5	5	14
381	5	5	5	15
382	1	5	5	11
383	5	5	5	15
384	4	4	5	13
385	2	3	5	10
386	4	4	4	12
387	4	4	4	12
388	4	5	5	14
389	4	4	4	12
390	3	4	4	11
391	5	5	5	15
392	3	5	5	13
393	4	4	4	12
394	4	5	5	14
395	4	4	4	12
396	5	4	4	13
397	3	3	4	10
398	4	4	5	13
399	3	3	5	11
400	4	4	4	12
401	4	4	4	12
402	5	5	5	15
403	4	5	5	14
404	2	5	5	12
405	5	4	4	13
406	2	4	5	11

407	4	5	5	14
408	4	4	4	12
409	4	4	4	12
410	5	3	4	12
411	4	4	4	12
412	3	3	3	9
413	4	3	4	11
414	3	4	2	9
415	4	4	4	12
416	4	3	4	11
417	4	4	4	12
418	2	5	5	12
419	4	4	5	13
420	2	5	5	12
421	5	5	5	15
422	4	5	5	14
423	5	5	5	15
424	4	4	4	12
425	5	4	5	14
426	3	2	5	10
427	4	4	4	12
428	4	4	4	12
429	3	3	3	9
430	4	4	5	13
431	4	3	4	11
432	4	4	3	11
433	1	4	4	9
434	3	2	4	9
435	5	5	5	15
436	5	3	3	11
437	4	4	4	12
438	5	5	4	14
439	5	5	5	15
440	4	4	4	12
441	4	4	4	12
442	3	3	4	10
443	5	5	5	15
444	4	4	4	12
445	4	3	4	11
446	4	4	4	12