

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di Indonesia, tantangan keuangan generasi milenial semakin nyata. Kondisi ini memperlihatkan adanya kesenjangan dalam cara mereka mengelola uang yang bisa menimbulkan risiko di masa depan. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2022 mengungkapkan bahwa pada kelompok usia 25-35 tahun yang didominasi oleh generasi milenial terdapat kesenjangan yang signifikan antara indeks inklusi keuangan yang tinggi (87,18%) dan indeks literasi keuangan yang masih relatif rendah (38,43%).¹ Kondisi ini menciptakan sebuah situasi di mana akses untuk mendapatkan berbagai produk dan layanan keuangan, seperti pinjaman digital (pinjol) dan kartu kredit, semakin mudah, tetapi pemahaman untuk mengelolanya secara bijak dan bertanggung jawab justru sangat terbatas.

Kesenjangan antara tingginya indeks inklusi keuangan dan masih rendahnya literasi keuangan dimanfaatkan oleh perkembangan ekosistem digital yang masif. Media sosial, khususnya platform seperti instagram, tiktok, dan shopee, menjadi ruang utama dalam mempromosikan dan menormalisasi gaya hidup konsumtif. Melalui konten *influencer* serta iklan yang sangat terarah, fenomena *fear of missing out* (FOMO) dieksploitasi sehingga mendorong perilaku konsumsi yang tidak sehat. Lingkungan digital yang persuasif ini, seperti yang diungkapkan Lusardi, menciptakan tekanan eksternal yang sangat kuat dan berdampak signifikan terhadap

¹ Ojk, “Siaran Pers Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan Tahun 2022,” Otoritas Jasa Keuangan, 2022.

keputusan pengeluaran generasi milenial yang seringkali mendorong mereka ke dalam pola perilaku keuangan yang impulsif dan tidak sehat.²

Generasi milenial, yang lahir antara tahun 1981 sampai 1996, merupakan kelompok demografis yang menjadi penggerak utama perekonomian modern. Namun, berbagai literatur global mengindikasikan bahwa generasi ini menghadapi tantangan keuangan yang kompleks, seperti tingginya biaya hidup, stagnasi upah, dan tekanan untuk memenuhi gaya hidup konsumtif yang dipamerkan secara digital.³ Hal ini seringkali berujung pada perilaku keuangan yang kurang sehat, seperti menabung rendah, utang konsumtif yang tinggi, dan perencanaan keuangan jangka panjang yang minim. Studi *Organisation for Economic Co-operation and Development* menekankan pentingnya literasi dan perilaku keuangan yang bijak bagi stabilitas ekonomi individu dan nasional, khususnya pada kelompok usia produktif seperti milenial.⁴

Faktor pertama yang diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan yaitu lingkungan keluarga. Penelitian Sabri Aw dan Rahim menunjukkan bahwa proses sosialisasi keuangan dalam keluarga melalui komunikasi, pengawasan, dan teladan orang tua berpengaruh besar terhadap kemampuan keuangan dan kesejahteraan keuangan anak muda. Hasil penelitian ini juga menegaskan bahwa meskipun generasi muda banyak terpapar gaya hidup konsumtif dan informasi keuangan yang kompleks dari media sosial, keluarga yang mampu membangun

² Annamaria Lusardi, "Financial Literacy and the Need for Financial Education: Evidence and Implications," *Swiss Journal of Economics and Statistics* 155, no. 1 (December 1, 2019), <https://doi.org/10.1186/s41937-019-0027-5>.

³ Soyeon Shim Et Al., "Pathways To Life Success: A Conceptual Model Of Financial Well-Being For Young Adults," *Journal Of Applied Development Psychology* 30, No. 6 (2009), <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2009.02.003>.

⁴ "Oecd/Infe 2020 International Survey Of Adult Financial Literacy," Oecd/Infe 2020 International Survey Of Adult Financial Literacy, 2020, <https://doi.org/10.1787/145f5607-en>.

komunikasi terbuka dan memberikan edukasi keuangan praktis yang dapat menjadi filter pelindung.⁵ Dengan cara ini, anak muda dapat membentuk sikap keuangan yang lebih kritis dan rasional, sehingga mampu mengelola keuangan dengan lebih bertanggung jawab. Oleh karena itu, keluarga bukan hanya berperan sebagai faktor awal tetapi juga sebagai penguat yang dapat mengurangi dampak negatif pengaruh eksternal terhadap perilaku keuangan generasi muda.

Faktor kedua yang diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan yaitu gaya hidup. Tingginya penetrasi produk keuangan digital di kalangan generasi muda tidak hanya didorong oleh kebutuhan produktif, melainkan juga oleh tekanan gaya hidup konsumtif. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) yang diulas dalam artikel Katadata 2023 berjudul "Utang Pinjol Gen Z dan Milenial Rp 25,9 T Dukung Pertumbuhan Ekonomi" mengungkap besarnya nilai pinjaman online (pinjol) pada generasi Z dan milenial yang mencapai Rp25,9 triliun per kuartal I-2023, dengan kontribusi terbesar berasal dari segmen pinjaman konsumtif. Lonjakan utang konsumtif ini, yang tumbuh hingga 104,8% (yoy), secara empiris mengindikasikan adanya keterkaitan kuat antara dinamika gaya hidup modern dengan perilaku keuangan yang kurang sehat.

Fakta bahwa pinjaman tersebut banyak dimanfaatkan untuk membiayai gaya hidup seperti pembelian *gadget*, *fashion*, liburan, dan kebutuhan konsumsi lainnya memperkuat proposisi bahwa gaya hidup menjadi pendorong utama yang memengaruhi keputusan finansial generasi muda.⁶ Fenomena ini menunjukkan

⁵ Mohamad Fazli Sabri et al., "The Influence of Financial Knowledge, Financial Socialization, Financial Behaviour, and Financial Strain on Young Adults' Financial Well-Being," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 11, no. 12 (December 18, 2021), <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v11-i12/11799>.

⁶ Lenny Septiani, "Utang Pinjol Gen Z Dan Milenial Rp 25,9 T, Dukung Pertumbuhan Ekonomi," *Katadata.Co.Id*, 2023,

bahwa di tengah kemudahan akses pembiayaan, gaya hidup berperan sebagai variabel kritis yang berpotensi mendorong perilaku keuangan yang impulsif dan berisiko, khususnya pada populasi milenial.

Faktor ketiga yang diduga memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan yaitu media sosial. Hasil dari data *We Are Social* yang mencatat pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebesar 4,0 juta (+2,9 persen) antara awal 2024 dan awal 2025.⁷ Lebih lanjut, Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan oleh Istanti Dkk, media sosial terbukti memiliki pengaruh yang signifikan dan multidimensional terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa media sosial telah menjadi sumber informasi keuangan utama yang menggantikan peran sumber tradisional, dengan 58% responden milenial mengakui pernah mengambil keputusan investasi berdasarkan tren di media sosial atau rekomendasi *influencer* keuangan tanpa melakukan analisis mendalam terlebih dahulu.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) akibat sering melihat konten tentang gaya hidup dan kesuksesan finansial di media sosial membuat banyak orang terdorong untuk bersikap konsumtif dan melakukan investasi secara terburu-buru, terutama pada instrumen berisiko tinggi seperti *cryptocurrency* dan saham teknologi. Penelitian Istanti Dkk lebih lanjut mengidentifikasi bahwa 61% generasi milenial mengakui konten media sosial mempengaruhi keputusan pembelian mereka, sementara 43% menggunakan *platform* tersebut secara aktif untuk mencari informasi investasi. Di satu sisi, media sosial berperan positif dalam meningkatkan

<https://Katadata.Co.Id/Digital/Fintech/65542545cf86c/Utang-Pinjol-Gen-Z-Dan-Milenial-Rp-25-9-T-Dukung-Pertumbuhan-Ekonomi>.

⁷ Simon Kemp, "Digital 2025: Indonesia," Datareportal, 2025, <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2025-Indonesia>.

kesadaran dan literasi keuangan melalui konten edukatif yang mudah diakses. Namun, di sisi lain, tingginya arus informasi yang tidak terfilter berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau menyesatkan, terutama apabila tidak diimbangi dengan tingkat literasi keuangan yang memadai.⁸ Temuan ini menggarisbawahi perlunya pendekatan edukasi keuangan yang adaptif terhadap karakteristik generasi digital, sekaligus pentingnya regulasi konten keuangan digital untuk melindungi konsumen dari informasi yang tidak akurat atau manipulatif.

Berdasarkan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/TPB) dari Ajzen 1985, menjelaskan bahwa perilaku seseorang, termasuk perilaku keuangan, tidak terbentuk secara langsung, melainkan dipengaruhi oleh faktor-faktor yang membentuk niat atau sikap sebelum perilaku itu muncul. Dalam konteks keuangan, TPB menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor tidak langsung yang memengaruhi perilaku keuangan seseorang, yaitu karakteristik demografis, sifat kepribadian, serta faktor latar belakang sosial dan informasi.

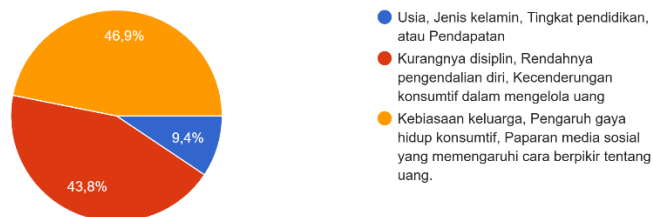
Ketiga faktor ini berperan dalam membentuk *financial attitude*, yang pada akhirnya berpengaruh langsung terhadap perilaku keuangan seseorang, seperti kebiasaan menabung, berinvestasi, atau mengelola pengeluaran secara bijak. Karakteristik demografis seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan dapat memengaruhi pola pengambilan keputusan keuangan. Sementara itu, sifat kepribadian seperti disiplin, tanggung jawab, dan pengendalian diri berperan dalam membentuk sikap terhadap pengelolaan uang. Adapun faktor latar belakang sosial dan informasi mencakup pengaruh lingkungan keluarga, gaya

⁸ Enny Istanti Et Al., “Perilaku Keuangan Generasi Milenial: Memahami Pola Pengambilan Keputusan Keuangan Pada Generasi Digital,” 2025.

hidup, dan media sosial yang memberikan nilai, kebiasaan, serta pengetahuan finansial yang turut membentuk sikap dan perilaku keuangan individu.⁹

Sebelum melakukan penelitian, penulis melakukan studi pendahuluan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan generasi milenial di Tasikmalaya.

Faktor apa yang paling sering menyebabkan anda melakukan kesalahan dalam mengelola keuangan (*financial behavior*)?
32 jawaban



Sumber: Hasil Studi Pendahuluan Generasi Milenial Tasikmalaya

Gambar 1.1 Faktor dalam mengelola keuangan (*financial behavior*)

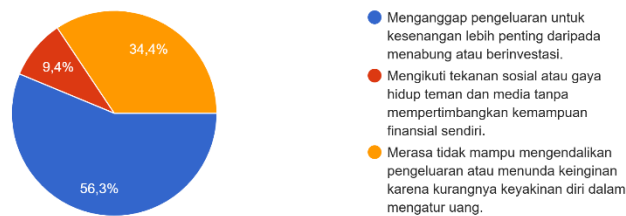
Hasil studi pendahuluan terhadap 32 responden generasi milenial di Tasikmalaya yang paling sering menyebabkan kesalahan dalam mengelola keuangan (*financial behavior*). Berdasarkan hasil survei, diperoleh data bahwa mayoritas responden, yaitu 46,9%, menyatakan bahwa kesalahan dalam pengelolaan keuangan paling sering disebabkan oleh kebiasaan keluarga dalam mengatur uang secara bijak, dipengaruhi oleh gaya hidup konsumtif, serta paparan media sosial yang memengaruhi cara berpikir tentang uang. Selanjutnya, 43,8% responden mengungkapkan bahwa faktor penyebab kesalahan dalam mengelola keuangan adalah kurangnya disiplin, rendahnya pengendalian diri, serta kecenderungan konsumtif dalam menggunakan uang. Sementara itu, hanya 9,4%

⁹ Ajzen I., "From Intentions To Actions: A Theory Of Planned Behavior Icekajzen," In In Action Control: From Cognition To Behaviour, 1985, 11–39.

responden yang menilai bahwa faktor seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku keuangan mereka.

Oleh karena itu, peneliti memfokuskan penelitian ini pada tiga aspek utama dari faktor sosial dan informasi, yaitu lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial, sebagai variabel yang diduga berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial.

Menurut Anda, kesalahan apa yang paling sering anda lakukan dalam mengelola keuangan?
32 jawaban



Sumber: Hasil Studi Pendahulua Generasi Milenial Tasikmalaya

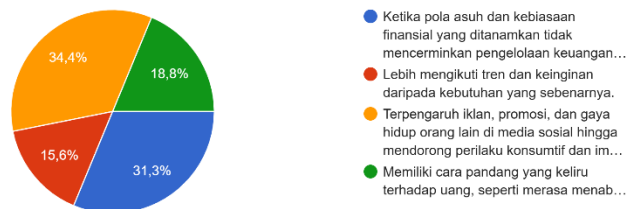
Gambar 1.2 Kesalahan yang paling sering dilakukan dalam mengelola keuangan

Hasil studi pendahuluan dari 32 responden generasi milenial yang disurvei, yang paling sering dilakukan dalam mengelola keuangan adalah 56,3% responden menyatakan bahwa mereka cenderung mengutamakan pengeluaran untuk kesenangan dibandingkan menabung atau berinvestasi. 34,4% menyatakan ketidakmampuan mengendalikan pengeluaran atau menunda keinginan karena kurangnya keyakinan diri dalam mengatur uang. 9,4% menyebut mengikuti tekanan sosial atau gaya hidup teman/media tanpa mempertimbangkan kemampuan finansial sendiri.

Temuan ini menunjukkan bahwa masalah pengelolaan keuangan di antara responden lebih terkait dengan sikap dan kontrol diri (*financial attitude*) daripada semata faktor demografis. Hasil ini mendukung relevansi penelitian tentang

pengaruh lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku keuangan dengan *financial attitude* sebagai variabel intervening.

Apa yang paling sering membuat anda salah dalam pembentukan perilaku keuangan individu?
32 jawaban



Sumber: Hasil Studi Pendahulua Generasi Milenial Tasikmalaya

Gambar 1.3 Kesalahan dalam pembentukan perilaku keuangan individu

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang ditunjukkan pada Gambar 1.3, sebanyak 34,4% responden menyatakan bahwa kesalahan dalam pembentukan perilaku keuangan individu paling sering terjadi karena pengaruh iklan, promosi, dan gaya hidup orang lain di media sosial yang mendorong perilaku konsumtif dan impulsif. Sementara itu, 31,3% responden mengaitkan kesalahan tersebut dengan pola asuh dan kebiasaan finansial dalam keluarga yang tidak mencerminkan pengelolaan keuangan yang baik. Selanjutnya, 18,8% responden menilai bahwa kesalahan tersebut berasal dari cara pandang yang keliru terhadap uang, seperti merasa menabung adalah hal yang sulit atau kurang penting, dan 15,6% responden menyebutkan bahwa kesalahan lebih banyak disebabkan oleh kecenderungan untuk mengikuti tren dan keinginan dibandingkan kebutuhan nyata.

Hasil ini mengindikasikan bahwa faktor lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial memiliki kontribusi besar terhadap pembentukan perilaku keuangan individu. Ketiga faktor tersebut berperan melalui *financial attitude* (sikap keuangan) sebagai variabel intervening, di mana pola pikir, kebiasaan, dan persepsi

terhadap uang yang dibentuk oleh keluarga, lingkungan sosial, serta paparan media akan memengaruhi cara individu mengatur, menyimpan, dan menggunakan keuangannya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pembentukan perilaku keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor rasional atau pengetahuan finansial, tetapi juga oleh sikap keuangan yang terbentuk melalui pengalaman sosial dan budaya dalam kehidupan sehari-hari.

Kota Tasikmalaya dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki komposisi penduduk yang didominasi oleh usia produktif, khususnya generasi milenial yang menjadi kelompok paling aktif dalam aktivitas ekonomi dan penggunaan layanan digital. Sebagai kota berkembang yang berada pada tahap transisi menuju modernisasi,¹⁰ Tasikmalaya memiliki lingkungan sosial yang lebih stabil, masyarakatnya cenderung lebih homogen, dan dinamika perubahan sosialnya tidak sedrastis kota metropolitan., sehingga fenomena perilaku keuangan generasi mudanya dapat diamati secara lebih terfokus. Selain itu, gaya hidup masyarakat milenial di Tasikmalaya menunjukkan pola yang unik karena berada di antara nilai tradisional dan pengaruh modernisasi, berbeda dengan kota-kota besar yang memiliki tingkat konsumtif dan paparan digital yang jauh lebih tinggi. Keunikan ini menjadikan Tasikmalaya relevan untuk diteliti guna memahami dinamika perilaku keuangan generasi milenial dalam konteks kota berkembang.¹¹

Hafifah dkk menjelaskan dalam penelitiannya bahwa lingkungan keluarga memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan. Hal ini karena pendidikan keuangan dalam keluarga sering berlangsung secara insidental, kapan saja terjadi,

¹⁰ Tasikmalaya Municipality and I N Figures, “Kota Tasikmalaya Dalam Angka” 19 (2025): hlm 59.

¹¹ Ebed Hamri et al., “KEBIJAKAN PEMEKARAN WILAYAH DAN PENGEMBANGAN PUSAT PERTUMBUHAN EKONOMI KOTA TASIKMALAYA,” 2016, hlm 123.

dan melalui komunikasi sehari-hari. Dengan arahan orang tua, anak belajar membuat keputusan keuangan yang lebih bijak.¹² Abdillah dan Rijal menjelaskan bahwa gaya hidup juga berpengaruh terhadap perilaku keuangan. karena gaya hidup menentukan bagaimana pendapatan dialokasikan apakah digunakan untuk konsumsi jangka pendek yang bersifat hedonis, atau diarahkan pada tujuan keuangan jangka panjang seperti tabungan, investasi, dan perencanaan masa depan.¹³ Penelitian Dewi dkk menjelaskan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan media sosial menjadi sarana utama penyebaran informasi berupa iklan, promosi, serta tren gaya hidup yang ditampilkan oleh *influencer* maupun teman sebaya. Paparan konten tersebut mendorong individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan, melainkan lebih banyak didorong oleh keinginan mengikuti tren.¹⁴

Dari penjelasan variabel diatas terdapat gap hasil penelitian seperti penelitian tersebut masih menempatkan lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial hanya sebagai variabel bebas (independen) yang secara langsung memengaruhi perilaku keuangan. Hanya sedikit penelitian yang mengkaji bagaimana ketiga variabel tersebut dapat berpengaruh tidak langsung melalui variabel psikologis, khususnya *financial attitude*. Padahal, sikap keuangan berperan

¹² A Hafifah Sianipar, Tison Binsar Gultom, And Albert Benjamin Simamora, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Lingkungan Keluarga Perilaku Keuangan Mahasiswa," *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 2 (2022), <https://doi.org/10.47709/Educendikia.V2i2.1729>.

¹³ Abdillah Arif Nasution And Muhammad Rijal Balatif, "Pengaruh Literasi Keuangan, Inklusi Keuangan, Gaya Hidup, Dan Financial Technology Terhadap Perilaku Keuangan Pegawai Pt. X Di Sumut," *Jurnal Akuntansi* 9, No. 1 (January 1, 2025): 542–56, <https://doi.org/10.33395/Owner.V9i1.2428>.

¹⁴ Dewi Wulandari, R. Taufiq Nur Muftiyanto, And Agus Suyatno, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Gaya Hidup, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Kota Surakarta," *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 2, No. 3 (August 6, 2024): 230–39, <https://doi.org/10.61132/Rimba.V2i3.1155>.

penting sebagai jembatan yang menghubungkan faktor eksternal dengan perilaku keuangan nyata. Individu yang memiliki *financial attitude* positif cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan finansial, mampu mengendalikan pengeluaran konsumtif, dan mengarahkan pendapatan pada tabungan serta investasi.

Kesenjangan ini menegaskan pentingnya penelitian yang menempatkan *financial attitude* sebagai variabel intervening dalam hubungan antara lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku keuangan generasi milenial. Dengan adanya variabel intervening ini, dapat dianalisis apakah pengaruh faktor eksternal tersebut akan semakin kuat, melemah, atau bahkan berubah arah ketika dimediasi oleh sikap keuangan. Penelitian dengan pendekatan ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai mekanisme pembentukan perilaku keuangan generasi milenial, khususnya di Tasikmalaya, sehingga diambil sebuah judul yaitu **“Pengaruh Lingkungan Keluarga, Gaya Hidup, Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Dengan *Financial Attitude* Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Generasi Milenial Tasikmalaya)”**

B. Rumusan Masalah

Masalah yang dapat penulis rumuskan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh lingkungan keluarga terhadap *financial attitude*?
2. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap *financial attitude*?
3. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap *financial attitude*?

4. Bagaimana pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya?
5. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya?
6. Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya?
7. Bagaimana pengaruh *financial attitude* terhadap perilaku keuangan?
8. Bagaimana lingkungan keluarga berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening?
9. Bagaimana gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening?
10. Bagaimana media sosial berpengaruh terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan rumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui pengaruh lingkungan keluarga terhadap *financial attitude*.
2. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap *financial attitude*.
3. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap *financial attitude*.
4. Mengetahui pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya.

5. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya
6. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku keuangan generasi milenial di Tasikmalaya.
7. Mengetahui pengaruh *financial attitude* terhadap perilaku keuangan
8. Mengetahui pengaruh lingkungan keluarga terhadap perilaku keuangan melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening.
9. Mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku keuangan melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening.
10. Mengetahui pengaruh media sosial terhadap perilaku keuangan melalui *financial attitude* sebagai variabel intervening.

D. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Kegunaan Ilmiah

Kegunaan Ilmiah Secara penelitian ini bermanfaat dalam menambah pengetahuan di bidang perilaku keuangan (*financial behavior*), khususnya dengan menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* Ajzen, 1985. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur mengenai pengaruh lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial terhadap perilaku keuangan dengan *financial attitude* sebagai variabel intervening. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan kajian serupa, terutama dalam konteks generasi milenial maupun generasi lainnya.

2. Kegunaan Praktis

- a.) Bagi perguruan tinggi, penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi akademik dalam pengembangan kurikulum di bidang ekonomi, manajemen, dan perilaku keuangan. Selain itu, penelitian ini juga dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa maupun dosen sebagai sumber informasi dalam melakukan penelitian lanjutan, sekaligus memperkuat bukti empiris mengenai penerapan teori perilaku TPB dalam konteks keuangan.
- b.) Bagi masyarakat, khususnya generasi milenial, penelitian ini memberikan pemahaman mengenai pentingnya sikap keuangan (*financial attitude*) dalam membentuk perilaku keuangan yang bijak. Penelitian ini juga membantu milenial untuk mengevaluasi sejauh mana lingkungan keluarga, gaya hidup, dan media sosial memengaruhi kebiasaan keuangan mereka. Dengan demikian, masyarakat dapat terdorong untuk lebih sadar dalam mengelola keuangan, menghindari perilaku konsumtif, serta meningkatkan perencanaan keuangan untuk masa depan.