

The Impact Of Tiktok Social Media Usage, Fear Of Missing Out (Fomo) Behavior, And Financial Literacy On Personal Financial Management Among UNPAB Management Students Of The 2022 Cohort

Pengaruh Media Sosial Tiktok, Perilaku Fear Of Missing Out, Dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Manajemen UNPAB Stambuk 2022

Gresia Samosir¹⁾, Cahyo Pramono²⁾, Noni Ardian³⁾

^{1,2,3} Prodi Manajemen, Universitas Pembangunan Panca Budi

Email: ¹⁾ gresiasamosir1212@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [05 April 2026]

Revised [07 Mei 2026]

Accepted [08 Mei 2026]

KEYWORDS

TikTok Social Media, Financial Literacy, Personal Financial Management.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial TikTok, perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO), dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB) Stambuk 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Manajemen UNPAB Stambuk 2022 yang berjumlah 352 orang, dengan jumlah sampel sebanyak 77 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang diukur menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial media sosial TikTok dan literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa, sedangkan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, media sosial TikTok, perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO), dan literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Manajemen UNPAB Stambuk 2022. Temuan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara positif serta tingkat literasi keuangan yang baik berperan penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of TikTok social media, Fear of Missing Out (FoMO) behavior, and financial literacy on personal financial management among Management students of Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB), Class of 2022. This research employs a quantitative approach using a survey method. The population of this study consists of 352 Management students of UNPAB Class of 2022, with a sample of 77 respondents determined using the Slovin formula with a 10% margin of error. Data were collected through questionnaires measured using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression analysis with the assistance of statistical software. The results show that partially, TikTok social media and financial literacy have a positive and significant effect on students' personal financial management, while Fear of Missing Out (FoMO) does not have a significant effect. Simultaneously, TikTok social media, Fear of Missing Out (FoMO), and financial literacy have a significant effect on the personal financial management of Management students at UNPAB Class of 2022. These findings indicate that the positive use of social media and a high level of financial literacy play an important role in shaping students' personal financial management behavior.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara generasi muda memperoleh informasi, termasuk dalam pengelolaan keuangan pribadi. Media sosial kini berfungsi sebagai sarana edukasi digital, dimana tiktok menjadi salah satu platform yang berkembang pesat di kalangan Gen Z (Kaplan & Haenlein, 2010; Narimo et al., 2023). DataReportal (2024) mencatat bahwa tiktok merupakan media sosial ketiga paling populer di Indonesia dengan tingkat pengguna 75,5% dari total populasi internet. Pra-survei terhadap 30 mahasiswa Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi (UNPAB) stambuk 2022 menunjukkan bahwa 93,4% responden menggunakan TikTok untuk mencari informasi atau edukasi keuangan, dan 86,6% menyatakan termotivasi memperbaiki cara mengelola keuangan pribadi setelah mengakses konten edukasi keuangan. Disisi lain, intensitas penggunaan media sosial juga memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas karena takut tertinggal dari tren atau informasi yang beredar di media sosial (Beyens et al., 2016; Przybylski et al., 2013). FoMO sering dikaitkan dengan perilaku konsumtif dan pengambilan keputusan keuangan yang kurang rasional (Ananta et al., 2025). Namun, pra-survei menunjukkan bahwa FoMO

pada mahasiswa UNPAB cenderung bersifat konstruktif, dimana 96,7% responden terdorong mengikuti tren positif yang menambah pengetahuan finansial dan 56,6% tidak terpengaruh untuk membeli produk yang sedang viral. Hal ini sejalan dengan (Abel et al., 2016) yang menyatakan bahwa FoMO dapat berfungsi sebagai pendorong eksplorasi informasi apabila diarahkan secara positif. Selain itu, literasi keuangan merupakan faktor penting dalam membentuk perilaku keuangan rasional (Nababan & Sadalia, 2013). Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia berada pada angka 65,43% dan masih tergolong menengah (OJK, 2024). Meskipun demikian, mahasiswa Manajemen UNPAB menunjukkan dasar literasi keuangan yang cukup baik, seperti kemampuan membedakan kebutuhan, keinginan, perencanaan keuangan, serta kebiasaan menabung. Literasi keuangan berperan dalam meredam pengaruh negatif media sosial dan FoMO terhadap pengelolaan keuangan pribadi, yang mencakup perencanaan, pengendalian, dan evaluasi keuangan (Kuswadi, 2005; Lusardi & Mitchell, 2014; Prawira & Santoso, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh media sosial tiktok, FoMO, dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa Manajemen UNPAB stambuk 2022.

LANDASAN TEORI

Pengelolaan keuangan pribadi

Pengelolaan keuangan pribadi merupakan kemampuan individu dalam merencanakan, mengelola, dan mengendalikan sumber daya keuangan secara efektif guna mencapai stabilitas dan tujuan keuangan jangka pendek maupun jangka panjang (Kuswadi, 2005). Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyatakan bahwa pengelolaan keuangan pribadi mencakup pengelola pendapatan, pengeluaran, tabungan, serta investasi secara terencana untuk mencapai kesejahteraan dan stabilitas keuangan (OJK, 2019). Individu yang memiliki pengelolaan keuangan yang baik cenderung mampu mengambil keputusan finansial secara rasional dan mengendalikan perilaku konsumtif. Hal ini didukung oleh penelitian Ardian et al. yang menunjukkan bahwa pemahaman dan perencanaan keuangan berperan penting dalam membantu individu mengelola keuangan secara lebih terarah dan berkelanjutan (Ardian et al., 2022).

Media sosial TikTok

Media sosial adalah sebuah aplikasi internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang lain, berbagi informasi, dan menciptakan konten digital. Media sosial saat ini digunakan sebagai alat pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen terutama pada mahasiswa karena dapat melihat berbagai promosi yang dilakukan secara cepat (Tampubolon et al., 2025)

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan dan berbagi konten serta berinteraksi secara virtual (Kaplan & Haenlein, 2010). (Nasrullah, 2017) menyatakan bahwa media sosial memiliki karakteristik partisipasi, keterbukaan, dan konektivitas yang memungkinkan pengguna untuk saling terhubung serta melakukan pertukaran informasi secara cepat dan luas. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media edukasi dan pembentuk perilaku.

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang sangat populer di kalangan generasi Z dan mahasiswa. (Kaye et al., 2021) menyebutkan bahwa TikTok berkembang pesat karena didukung oleh algoritma rekomendasi yang mempersonalisasi konten berdasarkan preferensi dan interaksi pengguna. Perkembangan tersebut menjadikan TikTok tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi, termasuk informasi keuangan.

Perilaku fear of missing out (FoMO)

Fear of missing out (FoMO) merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan perasaan cemas dan takut tertinggal dari pengalaman atau informasi yang dimiliki orang lain. (Przybylski et al., 2013) mendefinisikan FoMO sebagai kecemasan yang muncul ketika individu merasa orang lain memiliki pengalaman yang lebih menarik atau berharga dibandingkan dirinya. Kondisi ini sering kali diperkuat oleh intensitas penggunaan media sosial.

(Beyens et al., 2016) menjelaskan bahwa individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung lebih sering mengakses media sosial untuk memastikan dirinya tidak tertinggal tren. (Alt, 2018) menambahkan bahwa FoMO berkaitan dengan kebutuhan akan koneksi sosial dan pengakuan. Dalam konteks keuangan, FoMO dapat mendorong individu untuk mengikuti tren konsumsi dan gaya hidup tanpa mempertimbangkan kemampuan finansialnya.

Indikator FoMO meliputi kecemasan tertinggal tren, kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain, takut tertinggal dari teman yang lebih aktif di tiktok, dorongan untuk mengikuti tren terbaru, serta rasa ingin tahu terhadap tren finansial di tiktok (Przybylski et al., 2013).

Literasi keuangan

Literasi keuangan merupakan kemampuan individu dalam memahami konsep keuangan serta menerapkannya dalam pengambilan keputusan keuangan yang efektif. Nababan dan Sadalia (2013) mendefinisikan literasi keuangan sebagai kemampuan mengelola keuangan pribadi berdasarkan pengetahuan dan perilaku finansial yang tepat. (OECD, 2016) menjelaskan bahwa literasi keuangan merupakan kombinasi pengetahuan, keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri yang diperlukan individu untuk membuat keputusan keuangan yang efektif serta mencapai kesejahteraan keuangan.

(Lusardi & Mitchell, 2014) menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan kualitas keputusan keuangan individu, seperti menabung, berinvestasi, dan mengelola pengeluaran. Mahasiswa dengan tingkat literasi keuangan yang baik cenderung memiliki pengelolaan keuangan pribadi yang lebih terencana dan bertanggung jawab. (Pramono et al., 2011) mendefinisikan literasi keuangan adalah suatu pengetahuan serta kemampuan seseorang dalam proses pengelolaan keuangan pribadi untuk meningkatkan kualitas pengelolaan keuangan pribadi serta pengambilan keputusan-keputusan pengelolaan keuangan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif multivariat dan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial tiktok, perilaku fear of missing out (FoMO), dan literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa. Pendekatan kuantitatif digunakan karena penelitian ini berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel melalui data numerik yang dianalisis secara statistik (Sugiyono, 2019). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner terstruktur. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa aktif Prodi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi stambuk 2022 dengan jumlah 352. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin, sehingga diperoleh sebanyak 77 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan metode accidental sampling, yaitu pengambilan sampel berdasarkan responden yang secara kebetulan ditemui dan memenuhi kriteria penelitian. Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas, dengan tingkat reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha. Analisis data dilakukan melalui uji asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji t (parsial) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual dan uji f (simultan) untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Seluruh pengujian statistik dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% dan berpedoman pada analisis regresi sebagaimana dikemukakan oleh (Ghozali, 2018). Selain itu, koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Media Sosial TikTok (X1)

Variabel	Instrumen	R hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Media Sosial TikTok (X1)	X1.1	0.661	0.224	0.000	Valid
	X1.2	0.813	0.224	0.000	Valid
	X1.3	0.816	0.224	0.000	Valid
	X1.4	0.744	0.224	0.000	Valid
	X1.5	0.794	0.224	0.000	Valid
	X1.6	0.826	0.224	0.000	Valid
	X1.7	0.830	0.224	0.000	Valid
	X1.8	0.848	0.224	0.000	Valid
	X1.9	0.742	0.224	0.000	Valid
	X1.10	0.836	0.224	0.000	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Fear of Missing Out (FoMO) (X2)

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
FoMO (X2)	X2.1	0.695	0.224	0.000	Valid
	X2.2	0.648	0.224	0.000	Valid
	X2.3	0.671	0.224	0.000	Valid
	X2.4	0.735	0.224	0.000	Valid
	X2.5	0.667	0.224	0.000	Valid
	X2.6	0.823	0.224	0.000	Valid
	X2.7	0.501	0.224	0.000	Valid
	X2.8	0.402	0.224	0.000	Valid
	X2.9	0.595	0.224	0.000	Valid
	X2.10	0.665	0.224	0.000	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan (X3)

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Literasi Keuangan (X3)	X3.1	0.619	0.224	0.000	Valid
	X3.2	0.662	0.224	0.000	Valid
	X3.3	0.693	0.224	0.000	Valid
	X3.4	0.757	0.224	0.000	Valid
	X3.5	0.639	0.224	0.000	Valid
	X3.6	0.672	0.224	0.000	Valid
	X3.7	0.685	0.224	0.000	Valid
	X3.8	0.689	0.224	0.000	Valid
	X3.9	0.721	0.224	0.000	Valid
	X3.10	0.595	0.224	0.000	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)

Variabel	Instrumen	r hitung	r tabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y)	Y1.1	0.713	0.224	0.000	Valid
	Y1.2	0.488	0.224	0.000	Valid
	Y1.3	0.637	0.224	0.000	Valid
	Y1.4	0.646	0.224	0.000	Valid
	Y1.5	0.530	0.224	0.000	Valid
	Y1.6	0.696	0.224	0.000	Valid
	Y1.7	0.666	0.224	0.000	Valid
	Y1.8	0.662	0.224	0.000	Valid
	Y1.9	0.675	0.224	0.000	Valid
	Y1.10	0.631	0.224	0.000	Valid

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Media Sosial TikTok (X1), Fear of Missing Out (X2), Literasi Keuangan (X3), dan Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y) memiliki nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel* dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Reliabilitas (Kehandalan)

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Media Sosial Tiktok	0.934	Reliabel
Fear of Missing Out	0.845	Reliabel
Literasi Keuangan	0.863	Reliabel
Keuangan Pribadi	0.914	Reliabel

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Media Sosial TikTok sebesar 0,934, Fear of Missing Out sebesar 0,845, Literasi Keuangan sebesar 0,863, dan Pengelolaan Keuangan Pribadi sebesar 0,914. Seluruh nilai tersebut lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Distribusi normal merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis statistik parametrik, seperti regresi linier, ANOVA, maupun uji-t. Oleh karena itu, pengujian normalitas menjadi langkah penting sebelum melakukan analisis lebih lanjut. Menurut (Ghozali, 2018), jika nilai signifikansi uji normalitas $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi, artinya data tidak berbeda secara signifikan dari distribusi normal. Hasil dari uji normalitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Nilai asymp. Sig (2-tailed)	Taraf Signifikansi	Keterangan
0.200	0.080	Berdistribusi Normal

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Hal ini menunjukkan bahwa pada tabel 6, diketahui nilai signifikansi sebesar $0.080 > 0.05$ atau diatas 0.05 , sehingga dapat disimpulkan bahwa residual sudah memenuhi asumsi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan linier yang tinggi antar variabel independen. Keberadaan multikolinearitas dapat menyebabkan estimasi regresi menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan, karena kesalahan standar menjadi besar dan koefisien regresi bisa menjadi tidak signifikan padahal secara teoritis signifikan. Menurut (Ghozali, 2018), Nilai VIF ideal berada di bawah 10 dan nilai Tolerance di atas 0,10, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model. Berikut tabel hasil uji multikolinieritas:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

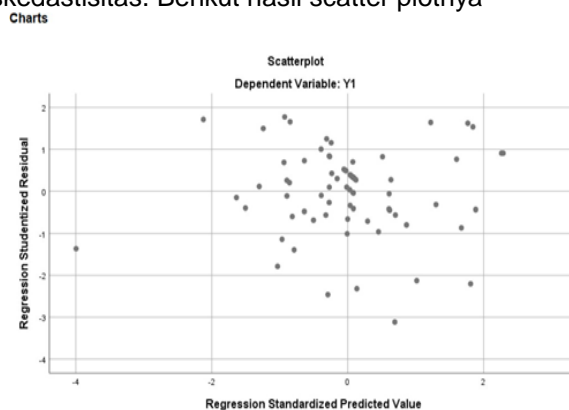
Variabel Independen	Tolerance	VIF
Media Sosial TikTok (X1)	0.817	1.224
Fear of Missing Out (FoMO) (X2)	0.901	1.109
Literasi Keuangan (X3)	0.900	1.111

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 7, dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu heteroskedastisitas yang dalam pengujiannya yaitu uji glejser dengan melihat nilai sig > 0.05 maka hasil uji bebas dari heteroskedastisitas. Berikut hasil scatter plotnya



Gambar 1 Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan grafik scatterplot antara Regression Standardized Predicted Value dengan Regression Studentized Residual, dapat dijelaskan bahwa titik-titik residual menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola mengerucut (cone), melebar, atau bergelombang. Penyebaran residual terlihat relatif merata di sepanjang nilai prediksi, baik pada nilai rendah maupun tinggi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa varians residual cenderung konstan dan tidak bergantung pada nilai variabel independen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heterokedastisitas, sehingga asumsi homokedastisitas terpenuhi dan model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu (residual) pada periode pengamatan yang berbeda dalam model regresi. Kriteria pengambilan keputusan pada uji Durbin–Watson adalah sebagai berikut: jika nilai DW berada di sekitar angka 2, maka tidak terjadi autokorelasi; jika $DW < 2$ menunjukkan adanya autokorelasi positif; dan jika $DW > 2$ menunjukkan adanya autokorelasi negatif.

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.822	0.676	0.662	2.75623	2.073

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dalam penelitian ini, analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Media Sosial TikTok (X1), Fear of Missing Out (FoMO) (X2), dan Literasi Keuangan (X3) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y).

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Std. Error	t	Sig.
	B			
(Constant)	4.741	3.029	1.565	0.122
Media Sosial TikTok (X1)	0.160	0.051	3.116	0.003
Fear of Missing Out (X2)	0.005	0.053	0.101	0.920
Literasi Keuangan (X3)	0.694	0.068	10.238	0.000

Tabel 10. Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Variabel	Hipotesis	β	Sig.	Interpretasi Hasil	Keterangan
X1 → Y Media Sosial TikTok	Media Sosial TikTok berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.160	0.003	Signifikan	Diterima
X2 → Y Fear of Missing Out	Fear of Missing Out berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.005	0.920	Tidak Signifikan	Ditolak
X3 → Y Literasi Keuangan	Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi	0.694	0.000	Signifikan	Diterima

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Hasil Uji F Test dan Koefisien Determinasi

Tabel 11. Hasil Uji Hipotesis Secara Uji Simultan (Uji F)

Model	Sumber	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1156.109	3	385.37	50.728	0.000
	Residual	554.566	73	7.597		
	Total	1710.675	76			

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji ANOVA (uji F) pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 50,728 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen, yaitu Media Sosial TikTok (X1), Fear of Missing Out (FoMO) (X2), dan Literasi Keuangan (X3), secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu Pengelolaan Keuangan Pribadi (Y).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) berada pada kisaran antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perubahan variabel dependen. Dalam analisis regresi linier berganda, nilai Adjusted R Square digunakan karena telah memperhitungkan jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model.

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.822	0.676	0.662	2.75623	2.073

Sumber: Hasil Pengelolaan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,662. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 66,2% variasi Pengelolaan Keuangan Pribadi dapat dijelaskan oleh variabel Media Sosial TikTok, Fear of Missing Out (FoMO), dan Literasi Keuangan. Sementara itu, sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti dalam penelitian ini, seperti gaya hidup, tingkat pendapatan, kontrol diri, lingkungan sosial, serta faktor psikologis lainnya yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi.

Pembahasan

Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Media Sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t hitung* yang lebih besar dari *t tabel* serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin intens dan tepat penggunaan media sosial TikTok, maka semakin baik pula pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Secara empiris, hasil ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi dan edukasi, khususnya terkait keuangan. Banyaknya konten mengenai tips menabung, pengelolaan anggaran, pengendalian pengeluaran, hingga investasi yang dikemas secara singkat dan menarik mampu meningkatkan kesadaran mahasiswa dalam mengelola keuangannya. Dengan demikian, mahasiswa yang mampu menyaring dan memanfaatkan konten TikTok secara bijak cenderung memiliki perilaku keuangan yang lebih terarah.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial dapat memberikan dampak positif terhadap perilaku keuangan apabila konten yang dikonsumsi bersifat edukatif

dan informatif. Hal ini memperkuat argumen bahwa pengaruh media sosial tidak selalu bersifat negatif, melainkan sangat bergantung pada pola penggunaan dan tujuan penggunaannya.

Pengaruh Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel Fear of Missing Out (FoMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *t hitung* yang lebih kecil dari *t tabel* serta nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa FoMO berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan pribadi tidak dapat diterima.

Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun mahasiswa mengalami perasaan takut tertinggal terhadap tren, aktivitas sosial, atau gaya hidup yang ditampilkan di media sosial, kondisi tersebut tidak secara langsung memengaruhi kemampuan mereka dalam mengelola keuangan secara keseluruhan. Hal ini dapat disebabkan oleh adanya kontrol diri, kesadaran prioritas kebutuhan, atau keterbatasan finansial yang membuat mahasiswa tetap berhati-hati dalam mengatur keuangannya.

Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi

Hasil uji *t* menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini dibuktikan dengan nilai *t hitung* yang lebih besar dari *t tabel* serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Temuan ini menegaskan bahwa literasi keuangan merupakan faktor penting dan dominan dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa mengenai konsep keuangan seperti penganggaran, tabungan, pengelolaan utang, dan perencanaan keuangan, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengelola keuangan sehari-hari. Mahasiswa dengan literasi keuangan yang baik cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan keuangan dan mampu menghindari perilaku konsumtif yang tidak terkontrol.

Temuan ini memperkuat teori perilaku keuangan yang menyatakan bahwa pengetahuan dan pemahaman keuangan merupakan dasar utama dalam membentuk sikap dan perilaku keuangan individu. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan berbagai penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa literasi keuangan memiliki pengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan pribadi, khususnya pada kelompok mahasiswa.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Media Sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial TikTok, khususnya dalam mengakses konten edukasi dan informasi keuangan, mampu membantu mahasiswa dalam meningkatkan kesadaran serta kemampuan mengelola keuangan pribadi secara lebih baik.
2. Fear of Missing Out (FoMO) tidak berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa perasaan takut tertinggal terhadap tren atau aktivitas sosial yang muncul di media sosial tidak secara langsung memengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengelola keuangan pribadi, terutama dalam aspek perencanaan dan pengendalian keuangan.
3. Literasi Keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Semakin tinggi tingkat literasi keuangan mahasiswa, maka semakin baik pula perilaku mereka dalam mengelola keuangan pribadi, seperti menyusun anggaran, mengendalikan pengeluaran, dan mengambil keputusan keuangan secara rasional.
4. Secara simultan, Media Sosial TikTok, Fear of Missing Out (FoMO), dan Literasi Keuangan berpengaruh signifikan terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi faktor informasi digital, psikologis, dan pengetahuan keuangan secara bersama-sama berkontribusi dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan pribadi mahasiswa.

Saran

1. Bagi Mahasiswa
Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan media sosial TikTok secara lebih bijak, khususnya dengan mengakses konten-konten yang bersifat edukatif terkait pengelolaan keuangan dan literasi keuangan. Selain itu, mahasiswa perlu meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam mengelola keuangan pribadi agar mampu mengontrol pengeluaran serta membuat keputusan keuangan yang lebih rasional.
2. Bagi Perguruan Tinggi (UNPAB)
Universitas Pembangunan Panca Budi diharapkan dapat meningkatkan program edukasi literasi keuangan bagi mahasiswa, baik melalui mata kuliah, seminar, maupun pelatihan keuangan praktis.



Hal ini bertujuan untuk membekali mahasiswa dengan pengetahuan keuangan yang memadai guna menunjang pengelolaan keuangan pribadi yang lebih baik.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya menyarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi mempengaruhi pengelolaan keuangan pribadi, seperti gaya hidup, pengendalian diri, pendapatan, atau pengaruh lingkungan sosial. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan responden dari program studi atau perguruan tinggi lain serta menggunakan metode penelitian yang berbeda agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P. ... Burr, S. A. (2016). Social media and the fear of missing out: Scale development and assessment. *Journal of Business & Economics Research*, 14(1).
- Alt, D. (2018). Students' wellbeing, fear of missing out, and social media engagement for leisure in higher education learning environments. *Current Psychology*, 37(1), 128–138.
- Ananta, S. H. ... Ilir, K. O. (2025). Fomo Dan Konsumerisme : Studi Tentang Pembelian. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 3(5), 1–12.
- Ardian, N. ... Capah, A. B. (2022). Analysis of Financial Literacy Levels and Its Influence on Financial Decisions of the Community of Kwala Serapuh Village, Langkat District. *Proceedings The 1st Annual Dharmawangsa International Conference*, 840–851.
- Beyens, I. ... Eggermont, S. (2016). "I don't want to miss a thing": Adolescents' fear of missing out and its relationship to adolescents' social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8.
- DataReportal (2024) *Digital 2024: Indonesia*. DataReportal.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kaye, D. B. V. ... Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Kuswadi (2005) *Cara mengelola keuangan pribadi secara efektif*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *American Economic Journal: Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44.
- Nababan, D. and Sadalia, I. (2013) 'Analisis personal financial literacy dan financial behavior mahasiswa strata I Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara', *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 1(1), pp. 1– 15.
- Narimo, S. ... Gano-an, J. C. (2023). Analysis of the Utilization of TikTok as a Financial and Educational Learning Medium. *Journal of Higher Education Theory & Practice*, 23(18).
- Nasrullah, R. (2017). Blogger Dan Digital Word of Mouth: Getok Tular Digital Ala Blogger Dalam Komunikasi Pemasaran Di Media Sosial. *Jurnal Sositeknologi*, 16(1), 1–16. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2017.16.1.1>
- OECD. (2016). Adult Financial Literacy Competencies CORE COMPETENCIES FRAMEWORK ON. *Financial Literacy and Education Trust Fund*, 1–100.
- OJK. (2019). *Edukasi Keuangan*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/Literasi-Keuangan.aspx>
- OJK. (2024). *Otoritas Jasa Keuangan & Badan Pusat Statistik.2024. Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024*. OJK. https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2024.aspx?utm_source=chatgpt.com
- Pramono, C. ... Keuangan, L. (2011). 1, 2, 3*. 118–125.
- Prawira, Y. and Santoso, H. (2022) 'Pengelolaan keuangan pribadi di kalangan generasi Z', *Jurnal Ekonomi Digital dan Bisnis*, 3(2), pp. 45–57.
- Przybylski, A. K. ... Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.

- Sugiyono. (2019). Sugiyono.(2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sianipar, R., & Salim, V.(2019). Faktor Etos Kerja Dan Lingkungan Kerja Dalam Membentuk 'Loyalitas Kerja'Pegawai Pada Pt Timur Raya Alam Damai. Anuar, S. 2019. Th. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(6), 3674.
- Tampubolon, S. V. ... Ananda, G. C. (2025). Pengaruh media sosial dan literasi keuangan terhadap sikap konsumtif pada mahasiswa universitas pembangunan panca budi. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 4.