

**ANALISIS LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN YOUTUBE
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALOPO
DALAM MEMILIH LEMBAGA KEUANGAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

ALIAH RAHMADANI

2104020031

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

**ANALISIS LITERASI KEUANGAN DAN PENGGUNAAN YOUTUBE
TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KOTA PALOPO
DALAM MEMILIH LEMBAGA KEUANGAN**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo*



UIN PALOPO

Oleh

ALIAH RAHMADANI

2104020031

Dosen Pembimbing:

Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PALOPO
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aliah Rahmadani
NIM : 21 0402 0031
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi/tesis ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 2 Mei 2025

Yang membuat pernyataan



ALIAH RAHMADANI

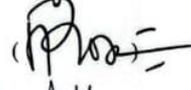
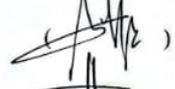
NIM 21 0402 0031

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Literasi Keuangan dan Penggunaan Youtube terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palopo dalam Memilih Lembaga Keuangan ditulis oleh Aliah Rahmadani Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020031, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Selasa, tanggal 22 Juli 2025 Masehi bertepatan dengan 26 Muharram 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 15 September 2025

TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Ilham, S.Ag., M.A. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Rismayanti, S.E., M.Si. | Penguji I | () |
| 4. H. Mukhtharam Ayyubi S.E., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Nur Ariani Aqidah S.E., M.Sc. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n Rektor UIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP. 198201242009011006

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah



Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.
NIP. 198912072019031005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “ Analisis Literasi Keuangan dan Penggunaan Youtube Terhadap Keputusan Masyarakat Kota Palopo dalam Memilih Lembaga Keuangan” setelah melalui proses yang panjang.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW. kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana pendidikan dalam bidang Perbankan Syariah pada Universitas Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada kedua orang tua tercinta Arifin dan Rabaisa dengan penuh cinta dan rasa syukur, skripsi ini aku persembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta dua sosok luar biasa yang selalu menjadi pelita dalam setiap langkah hidupku. Terima kasih atas kasih sayang tanpa batas, doa yang tak pernah putus, dan segala pengorbanan yang tak pernah kalian ungkapkan dengan kata-kata. Saya bangga menjadi anak kalian bangga tumbuh dalam dekapan cinta yang tulus dan didikan yang penuh makna. Jika hari ini saya bisa sampai pada titik ini, itu karena kalian adalah alasan terkuatku untuk terus melangkah. Semoga setiap

huruf dalam karya ini menjadi cermin dari rasa cintaku kepada kalian.

Terimakasih saya ucapkan kepada semua pihak yaitu :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Bapak Dr. Takdir, S.H., M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Dr. Alia Lestari, S.Si., M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum Perencanaan dan Keuangan, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Edi Indra Setiawan, SE.,M.M. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah. Ikhsan Purnama S.E., Sy., M.E., Sy selaku Sekretaris Prodi Perbankan Syariah. beserta para staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Nur Ariani Aqidah, M.E., M.Sc., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan masukan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dewan Penguji, Penguji I Ibu Rismayanti, S.E., M.Si. dan Penguji II Bapak H. Mukhtaram Ayyubi, S.E.I., M.Si. yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Bapak/Ibu Dosen dan staf IAIN Palopo yang telah banyak membantu dan memberikan tambahan ilmu, khususnya dalam bidang Perbankan Syariah.
7. Zainuddin S., S.E., M.Ak selaku Kepala Unit Perpustakaan Universitas Islam Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
8. Kepada saudari saya, Alfina Damayanti, serta saudara saya, Aldo Saputra dan Alpian Saputra, terima kasih atas kasih sayang, doa, dan semangat yang tak henti-hentinya diberikan. Kalian adalah tempat saya kembali di tengah kelelahan dan sumber kekuatan di saat hampir menyerah. Kehadiran kalian telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, dan saya bersyukur dapat tumbuh dan belajar bersama dalam keluarga yang penuh dukungan dan cinta.
9. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Muhamad Arwan, yang telah memberikan dukungan, pendampingan, dan pengertian selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dalam mendengarkan setiap kegelisahan, atas semangat dan dorongan yang tak henti diberikan, serta atas nasihat yang membantu penulis tetap fokus dan berpikir jernih di tengah berbagai tantangan. Terima kasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
10. Kepada seluruh teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2021, khususnya kelas A, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas kebersamaan, bantuan, semangat, dan berbagai saran yang diberikan selama

proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran kalian memberikan warna tersendiri dalam setiap langkah yang penulis tempuh.

11. Terakhir, saya ingin menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada diri saya sendiri, Aliah Rahmadani, atas ketekunan dan semangat juang yang senantiasa terjaga dalam menjalani setiap proses dan tantangan selama penyusunan penelitian ini. Meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah, saya bersyukur karena mampu bertahan, terus melangkah, dan tidak menyerah di tengah berbagai rintangan. Setiap perjuangan, kelelahan, dan pengorbanan yang telah dilalui menjadi bagian penting dari proses pembentukan pribadi yang lebih tangguh. Untuk itu, saya menyampaikan penghargaan kepada diri sendiri atas dedikasi dan komitmen yang telah diberikan hingga penelitian ini dapat terselesaikan.

Palopo, 2 Mei 2025 Penulis

ALIAH RAHMADANI
NIM. 21 040 20031

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Transliterasi adalah mengalihkan suatu tulisan dalam aksara misalnya, dari aksara Arab ke aksara Latin. Berikut ini adalah surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158 Tahun 1987-Nomor 0543 b/u/1997 tentang Transliterasi Arab-Latin yang peneliti gunakan dalam penulisan skripsi ini.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
ض	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)

ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.jika ia terletak di tengah atau di akhir maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vocal Bahasa arab,seperti vocal Bahasa Indonesia , terdiri atas vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.Vocal tunggal Bahasa arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, translitenya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Fathah</i>	A	A
ا	<i>Kasrah</i>	I	I
ا	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, translitenya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ئَ	<i>fathah dan ya'</i>	Ai	A dan I
وَ	<i>fathah dan wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauła*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ... آ...	<i>fatHah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis diatas
ى	<i>kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis diatas
ؤ	<i>damma dan wau</i>	ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā' marbūtah

Transliterasinya untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun transliterasinya adalah (h).

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kat sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةَ الْأَطْفَالِ	: <i>raudah al-aṭ fāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fāḍilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-ḥikmah</i>

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydīd (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّانَا	: <i>rabbānā</i>
نَجَّيْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-ḥaqq</i>
نُعَمُّ	: <i>nu'ima</i>
عَدُوُّ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf ى ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan di dahului oleh huruf kasrah (سِسِيّ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang transliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qomariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata

sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (<i>al-zalzalāh</i>)
الفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf *hamzah* menjadi apostrof hanya berlaku bagi *hamzah* yang terletak di tengah dan di akhir kata. Namun bila *hamzah* terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa *alif*.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Bahasa Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan Bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan Bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *Al-Qur'ān*), *alhamdulillah*, dan *munaqasyah*. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fi Zilal al-Qur'an

Al-Sunnah qabl al-tadwin

Al-'Ibarat bi 'umum al-lafz la bi khusus al-sabab

9. *Lafz al-Jalālah* (الله)

Kata ,Allah'yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai mudaf ilaih (frasa nominal), ditransli-terasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ : *dīnullāh*

بِاللَّهِ : *billāh*

Adapun ta marbutah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al- jalalah, ditransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *hum fī raḥmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul

referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan Syahru

Ramadān al-lazī unzila fīhi Al-Qurān

Nasir al-Din al-Tusi

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

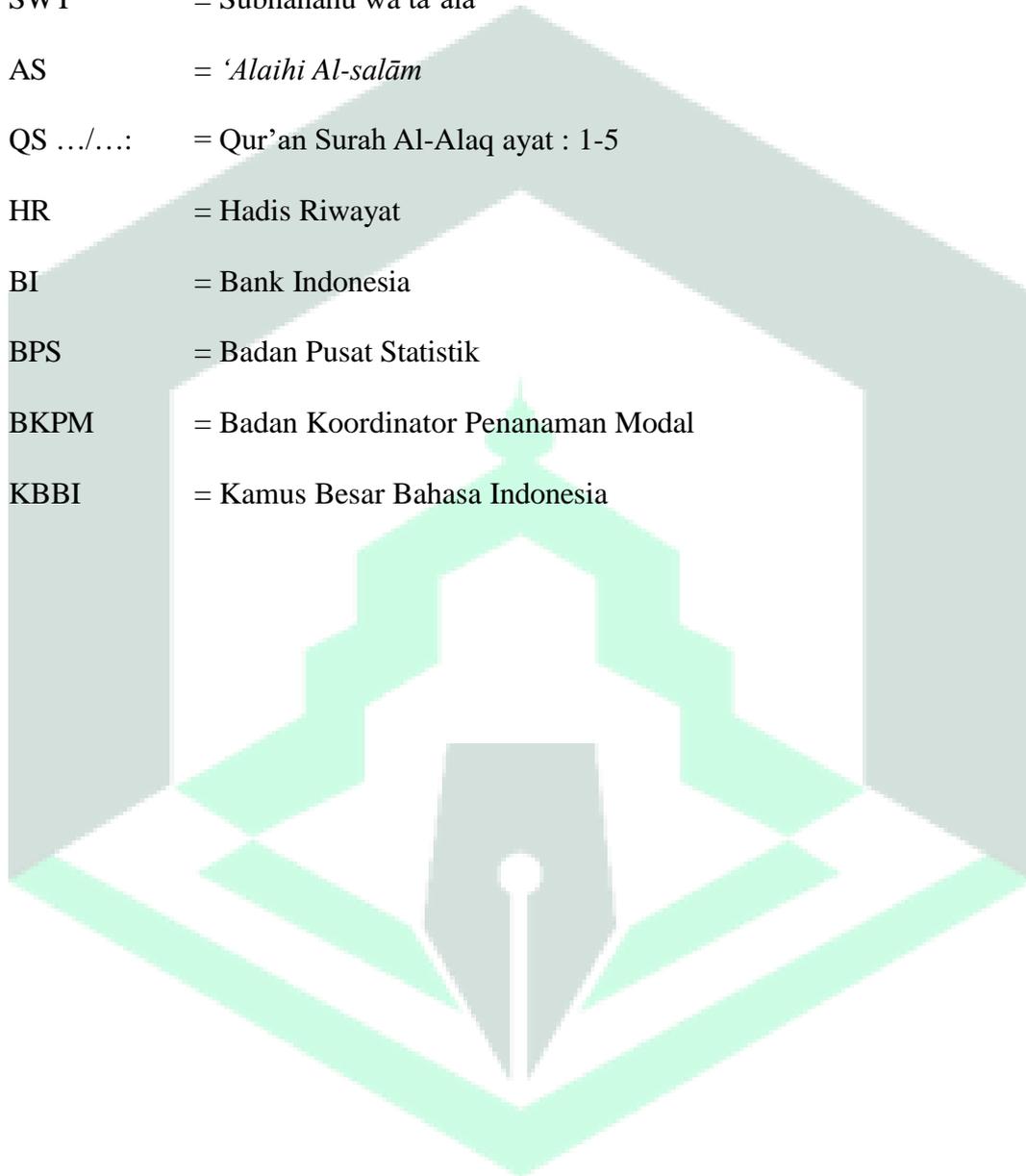
Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah:

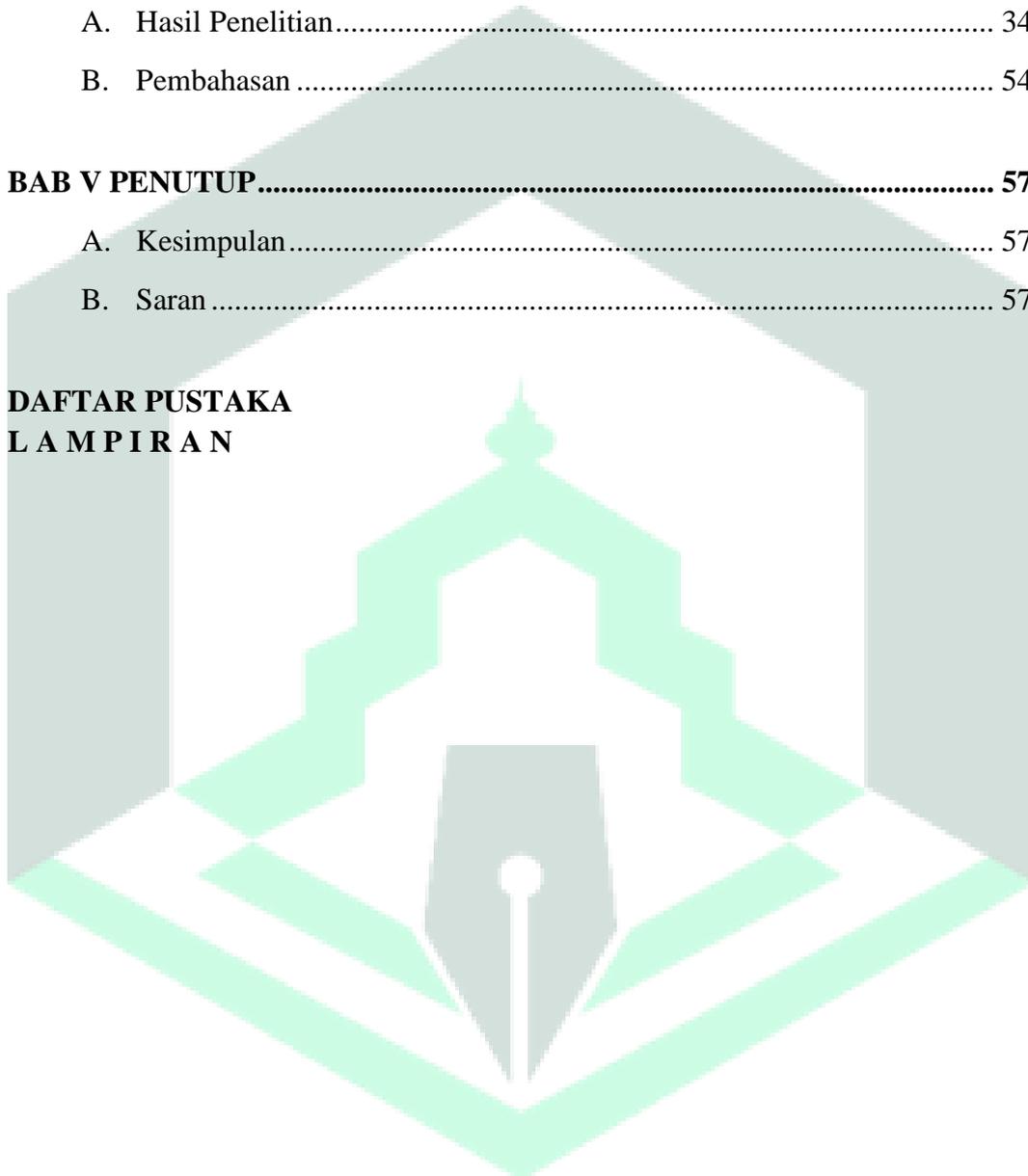
SAW.	= Sallallahu ‘Alaihi Wasallam
SWT	= Subhanahu wa ta’ala
AS	= <i>‘Alaihi Al-salām</i>
QS .../...:	= Qur’an Surah Al-Alaq ayat : 1-5
HR	= Hadis Riwayat
BI	= Bank Indonesia
BPS	= Badan Pusat Statistik
BKPM	= Badan Koordinator Penanaman Modal
KBBI	= Kamus Besar Bahasa Indonesia



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUTAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II KAJIAN TEORI	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	7
B. Landasan Teori	10
C. Kerangka Pikir.....	18
D. Hipotesis	19
BAB III METODE PENELITIAN	20
A. Jenis Penelitian	20
B. Lokasi dan Waktu.....	21
C. Definisi Operasional	21
D. Populasi dan Sampel.....	23
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Instrumen Penelitian	26

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	27
H. Teknik Analisis Data	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Hasil Penelitian.....	34
B. Pembahasan	54
BAB V PENUTUP	57
A. Kesimpulan.....	57
B. Saran	57
DAFTAR PUSTAKA	
L A M P I R A N	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	22
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin	37
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan X1	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Youtube X2	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Memilih Y	42
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.11 Uji Normalitas Menggunakan Analisis Kolmogorov-Smirnov Test. 45	
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	47
Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	49
Tabel 4.14 Hasil Uji t	50
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Data Menggunakan Normal Plot.....	46
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Tabulasi Data Kuesioner

Lampiran 3: Data Responden

Lampiran 4: Uji Instrumen Penelitian

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6: Uji Regresi Linier Berganda

Lampiran 7: Riwayat Hidup



ABSTRAK

Aliah Rahmadani, 2025. “Analisis Literasi Keuangan Dan Penggunaan Youtube Terhadap Keputusan Masyarakat kota Palopo Dalam Memilih Lembaga Keuangan”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Nur Ariani Aqidah.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Literasi Keuangan dan Penggunaan Youtube terhadap Keputusan Masyarakat kota Palopo dalam Memilih Lembaga Keuangan. Penelitian ini bertujuan: Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan; Untuk menganalisis pengaruh penggunaan youtube terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan; dan Untuk menganalisis pengaruh simultan literasi keuangan dan penggunaan youtube terhadap keputusan masyarakat Palopo dalam memilih lembaga keuangan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota Palopo, dengan sampel sebanyak 130 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linear berganda, serta uji hipotesis (uji t, uji F, dan koefisien determinasi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan, Penggunaan YouTube, juga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan, Literasi keuangan dan penggunaan youtube secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan literasi keuangan serta pemanfaatan youtube sebagai sumber informasi dapat memperkuat pengambilan keputusan keuangan yang lebih tepat di kalangan masyarakat, khususnya dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah

Kata Kunci: Literasi Keuangan, Youtube, Keputusan Memilih, Lembaga Keuangan.

ABSTRACT

Aliah Rahmadani, 2025. “An Analysis of Financial Literacy and YouTube Usage on the Decision-Making of Residents in Palopo City in Choosing Financial Institutions.” Undergraduate Thesis, Sharia Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic University of Palopo. Supervised by Nur Ariani Aqidah.

This thesis discusses the influence of financial literacy and YouTube usage on the decision-making of the people of Palopo City in choosing financial institutions. The objectives of this study are: (1) to analyze the influence of financial literacy on the decision-making of the people of Palopo City in choosing financial institutions; (2) to analyze the influence of YouTube usage on the decision-making of the people of Palopo; and (3) to analyze the simultaneous influence of financial literacy and YouTube usage on the decision-making of the people of Palopo in choosing financial institutions. This research uses a quantitative method with a survey approach. The population consists of residents of Palopo City, and the sample includes 130 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using an online questionnaire. The data analysis techniques include classical assumption tests (normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests), multiple linear regression analysis, and hypothesis testing (t-test, F-test, and coefficient of determination). The results show that financial literacy has a positive and significant effect on the decision-making of the people of Palopo City in selecting financial institutions. Similarly, YouTube usage also has a positive and significant effect. Furthermore, financial literacy and YouTube usage simultaneously have a positive and significant effect on the financial decision-making of the people in choosing financial institutions. This study indicates that improving financial literacy and utilizing YouTube as an information source can enhance the quality of financial decisions among the community, especially in selecting financial institutions that align with Sharia principles.

Keywords: *Financial Literacy, Youtube, Decision-Making, Financial Institution.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah pesatnya perkembangan globalisasi dan digitalisasi, keterampilan literasi keuangan menjadi semakin penting bagi setiap individu. Pemahaman keuangan yang baik tidak hanya membantu seseorang untuk mengelola keuangan pribadi, namun dapat membantu dalam membuat keputusan finansial yang tepat. Hanya saja secara global, tingkat literasi keuangan masih tergolong rendah bahkan di negara dengan perekonomian yang kuat seperti Kanada, Inggris dan Amerika Serikat masih banyak yang belum memahami bagaimana konsep dasar keuangan. Hal ini di buktikan dengan penelitian yang menjelaskan bahwa pemahaman finansial masyarakat dunia berkisar antara 13% hingga 71%.¹

Hasil survey Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan 2024 yang di lakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan mengungkapkan bahwa indeks literasi keuangan di Indonesia mencapai 65,34% sedangkan tingkat inklusi keuangan sebesar 75,02%. Angka tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat masyarakat yang menggunakan layanan keuangan tetapi belum sepenuhnya memahami secara detail produk, manfaat dan resikonya. Dalam banyak kasus, perempuan dan orang yang penghasilannya rendah sering kali kurang paham cara mengelola keuangan. Banyak yang mengira bahwa literasi keuangan

¹ J. Schlumpf, "Why Financial Transparency Without Financial Literacy is Not Enough: the Global Impact of Education on Financial Literacy Rates," *Loyola Consumer Law Review* 33 (2021): i.

hanya membahas hal-hal sulit seperti investasi atau pasar saham. Padahal, anggapan ini salah. Literasi keuangan juga mencakup hal-hal dasar, seperti bagaimana mengatur uang, menabung, dan menghindari utang.² Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan menjadi penting untuk membantu mahasiswa, dalam mengelola keuangan, menghindari risiko utang, dan meningkatkan kemampuan berinvestasi secara optimal.³

Seiring berkembangnya teknologi digital, youtube kini menjadi salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat, dalam membuat keputusan keuangan.⁴ Masyarakat sering mengakses YouTube untuk menonton video edukatif, ulasan produk keuangan, testimoni nasabah, webinar, dan diskusi seputar keuangan, termasuk keuangan syariah.⁵ Banyak konten kreator dan ahli keuangan membagikan informasi mengenai produk tabungan, pembiayaan, dan investasi syariah, sehingga masyarakat dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangannya sebelum mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, YouTube juga menyediakan berbagai materi pembelajaran seperti tutorial dan seminar daring yang membahas konsep perbankan syariah, risiko keuangan, serta strategi pengelolaan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Dengan akses yang mudah dan gratis, platform ini

² Muhammad Nur Alam Muhajir, Nur Apriani Buluatie, Muh. Zulqarnain, dan Alma, "Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Gaya Hidup? Bukti Empiris Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja." *Jurnal Muamalah* 14, no 2 (2024).

³ K. Laturette, L. P. Widianingsih, dan L. Subandi, "Literasi Keuangan Pada Generasi Z," *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9, no. 1 (2021): 131-139.

⁴ H. Hasyim et al., "Hubungan Antara Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Keuangan," *Journal of Education Transportation and Business* 1, no. 2 (2024): 572-582.

⁵ F. Thursina, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN di Kota Bandung," *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science* 1, no. 1 (2023): 19-30.

menjadi sarana yang efektif dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya memilih lembaga keuangan syariah yang aman, terdaftar resmi, dan sesuai kebutuhan mereka.

Keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan tidak hanya dipengaruhi oleh informasi yang diperoleh dari Youtube, tetapi juga oleh faktor lain seperti kemudahan akses layanan digital, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta kepercayaan terhadap lembaga tersebut. Pemahaman yang baik terhadap akad-akad syariah akan mendorong masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih produk perbankan syariah. Lembaga keuangan yang menawarkan layanan digital yang praktis dan berada di bawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) serta Dewan Pengawas Syariah (DPS) cenderung lebih dipercaya oleh mahasiswa.

Fenomena ini juga terjadi di kalangan masyarakat kota Palopo. Banyak dari mereka sudah mulai aktif dalam kegiatan finansial seperti menabung, berinvestasi, bahkan mengakses layanan pembiayaan. Di sisi lain YouTube, memengaruhi preferensi masyarakat terhadap produk keuangan tertentu. Informasi yang disampaikan melalui influencer, iklan, dan konten edukatif sering menjadi acuan utama bagi masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Pemilihan masyarakat sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan teoritis dan empiris yang kuat.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas topik literasi keuangan dan pengaruh media sosial terhadap keputusan keuangan. Penelitian oleh Dina Khairuna Siregar dan Desfi Rahma Anggraeni menunjukkan bahwa

literasi keuangan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan investasi mahasiswa.⁶ Sementara itu, penelitian oleh Tika Mustapa, Rizan Machmud, dan Djoko L. Radji menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UMKM Jiksau Food.⁷ Namun, kedua penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji kombinasi pengaruh literasi keuangan dan youtube dalam konteks pemilihan lembaga keuangan, khususnya pada lingkungan masyarakat kota Palopo.

Dengan adanya gap penelitian tersebut, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan dengan fokus pada bagaimana literasi keuangan dan penggunaan YouTube secara simultan memengaruhi keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan. Novelty penelitian ini terletak pada penggabungan dua variabel, yaitu literasi keuangan dan penggunaan YouTube, dalam satu model untuk menganalisis keputusan masyarakat Kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan syariah. Penelitian ini juga unik karena dilakukan di Kota Palopo, yang belum banyak dijadikan lokasi studi serupa, sehingga memberikan kontribusi baru dalam konteks lokal dan pengembangan literasi keuangan berbasis digital. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan dan penggunaan Youtube terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga

⁶ D. K. Siregar dan D. R. Anggraeni, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Terhadap Keputusan Investasi Mahasiswa," *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management* 2, no. 1 (2022): 96-112.

⁷ A. Mustapa, R. Machmud, dan D. L. Radji, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm Jiksau Food," *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 5, no. 1 (2022): 264-270.

keuangan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya literasi keuangan serta pemanfaatan Youtube, sebagai sumber informasi kredibel dalam mengambil keputusan keuangan yang tepat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka fokus penelitian yang dilakukan peneliti ialah :

1. Apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan?
2. Apakah penggunaan youtube berpengaruh terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan?
3. Apakah literasi keuangan dan penggunaan youtube secara bersama-sama mempengaruhi keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.
2. Untuk menganalisis peran penggunaan youtube dalam mempengaruhi keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.
3. Untuk menganalisis pengaruh simultan antara literasi keuangan dan penggunaan youtube terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperkaya literatur dalam bidang literasi keuangan, khususnya dalam memahami dampak youtube terhadap pengambilan keputusan finansial. Selain itu, studi ini berkontribusi pada perkembangan penelitian di bidang keuangan dan digitalisasi dengan menekankan peran youtube sebagai instrumen strategis dalam mendorong perilaku keuangan yang lebih bijaksana. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademik bagi penelitian selanjutnya yang membahas tema serupa.

2. Manfaat Praktis

Temuan dari penelitian ini dapat membantu masyarakat menyadari pentingnya literasi keuangan dalam memanfaatkan youtube secara cerdas guna mendukung pengambilan keputusan finansial yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan bagi lembaga keuangan mengenai efektivitas youtube sebagai sarana pemasaran yang menarik bagi generasi. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi institusi pendidikan serta pembuat kebijakan dalam merancang program edukasi literasi keuangan berbasis teknologi digital yang sesuai dengan kebutuhan di era modern.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu adalah studi-studi yang telah dilakukan sebelumnya mengenai topik yang sejenis atau berkaitan. Penelitian ini menjadi dasar untuk memperkuat landasan teori, memahami metode yang telah digunakan, serta mengidentifikasi kesenjangan yang bisa diisi oleh penelitian yang sedang dilakukan. Dengan merujuk pada penelitian terdahulu, peneliti dapat mengembangkan argumen, membandingkan hasil, dan memastikan kontribusi baru yang lebih relevan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasyim, Vicky Dwi Pratama, Mentari Rezeki Ramadhani, Tasya Amalia Natali, dan Manurung berjudul "Hubungan Antara Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Keuangan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan, sedangkan literasi keuangan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan.⁸ Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel literasi keuangan dan penggunaan media sosial yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan. Perbedaannya terletak pada lokasi dan subjek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa berbagai kampus,

⁸ H. Hasyim et al., "Hubungan Antara Literasi Keuangan dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Keuangan," *Journal of Education Transportation and Business* 1, no. 2 (2024): 572-582.

sementara penelitian yang saya lakukan akan berfokus pada masyarakat kota Palopo.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Lina Ayu Safitri dan Chriswardana Bayu Dewa dengan judul "Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi Z" menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan. Hal ini disebabkan oleh karakteristik generasi Z yang berkembang di era teknologi dan digitalisasi.⁹ Persamaan pada penelitian ini terletak pada variabel yang digunakan, yaitu pengaruh literasi keuangan melalui media sosial terhadap perilaku keuangan. Adapun perbedaannya terletak pada subjek dan fokus penelitian, di mana penelitian ini meneliti pengelolaan keuangan generasi Z yang menggunakan media sosial Instagram, sementara penelitian saya berfokus pada keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan dan menggunakan platform youtube.

Penelitian yang dilakukan oleh Merci Souisa, Lilian Lopouies, dan Restua Christany dengan judul Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura" menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap minat berinvestasi.¹⁰

⁹ L. A. Safitri dan C. B. Dewa, "Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z," *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2022).

¹⁰ M. Souisa, L. Loppies, dan R. Christany, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura," *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 1 (2023): 1005-1012.

Persamaan pada penelitian ini yaitu terletak pada variabel pengaruh literasi keuangan dan teknologi media sosial terhadap minat investasi. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yang dilakukan pada mahasiswa jurusan manajemen Universitas Pattimura, sementara penelitian saya berfokus pada masyarakat kota Palopo yang memilih lembaga keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Harpa Sugiharti dan Kholida Atiyatul Maula dengan judul "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa" menunjukkan bahwa pengetahuan dasar keuangan, tabungan, pinjaman, dan investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa.¹¹ Persamaan penelitian ini terletak pada variabel literasi keuangan yang berpengaruh terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian ini yang lebih menekankan pada pengelolaan keuangan mahasiswa secara umum, sementara penelitian saya akan fokus pada keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan.

Penelitian yang dilakukan oleh Betari Maharani dan Nur Hidayah dengan judul "Peran Media Sosial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi" menunjukkan bahwa *perceived trust* berpengaruh terhadap niat untuk menggunakan opini investasi dalam pengambilan keputusan investasi. Sementara itu, *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* tidak memiliki

¹¹ H. Sugiharti dan K. A. Maula, "Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa," *Accountthink: Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2019).

pengaruh terhadap niat tersebut.¹² Persamaan pada penelitian ini terletak pada pengaruh media sosial dalam pengambilan keputusan keuangan, terutama dalam membuat keputusan investasi. Adapun perbedaannya, penelitian ini lebih fokus pada aspek *perceived trust* dalam media sosial sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan investasi, sedangkan penelitian saya akan menyoroti pengaruh literasi keuangan dan penggunaan youtube terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan.

B. Landasan Teori

1. Literasi keuangan

a. Pengertian literasi keuangan

Berdasarkan buku pedoman strategi nasional literasi keuangan Indonesia, literasi keuangan merujuk pada serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, kepercayaan diri, serta keterampilan individu dalam mengelola keuangan secara lebih optimal. Literasi mencakup aspek edukasi dan inklusi keuangan, yang berperan dalam membantu masyarakat membuat keputusan finansial cerdas dan bertanggung jawab.¹³ Azizah berpendapat bahwa setiap individu perlu memiliki literasi keuangan sebagai langkah tindakan pencegahan terhadap masalah finansial.¹⁴ Literasi keuangan mengacu pada tingkat pemahaman dan waasan seseorang mengenai prinsip-prinsip keuangan yang berperan

¹² B. Maharani dan N. Hidayah, "Peran media sosial dalam pengambilan keputusan investasi," *Jurnal Akuntansi Trisakti* 8, no. 2 (2021): 275-286.

¹³ D. Bonang, "Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga di Kota Mataram," *J-EBIS (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* (2019): 155-165.

¹⁴ N. S. Azizah, "Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 2 (2020): 92-101.

penting dalam membantu mereka mengambil keputusan yang tepat dalam mengelola serta memanfaatkan sumber daya keuangan secara efisien.¹⁵ Literasi keuangan juga memberikan manfaat yang besar bagi sektor jasa keuangan. Lembaga keuangan dan masyarakat saling membutuhkan satu sama lain sehingga semakin tinggi tingkat Literasi Keuangan masyarakat, maka semakin banyak masyarakat yang akan memanfaatkan produk dan layanan jasa keuangan.¹⁶ Salah satu unsur yang terkait dengan kondisi perekonomian nasional di suatu Negara adalah sistem keuangan dan aktivitas industri jasa keuangan lainnya. Masalah ini berasal dari dampak globalisasi dan kemajuan teknologi yang telah menyebabkan kompleksitas sistem keuangan. Pertumbuhan ekonomi yang pesat tidak lepas dari pengembangan sistem keuangan yang semakin canggih.¹⁷

b. Faktor-faktor literasi keuangan

Faktor-faktor penentu yang memengaruhi tingkat literasi keuangan, yaitu:

- 1) Umur, semakin tua seseorang maka Tingkat literasi keuangannya semakin tinggi karena memiliki pengalaman yang lebih banyak dalam mengelola keuangan.

¹⁵ I. S. N. Fauzi dan A. Sulistyowati, "Literasi keuangan dan perilaku keuangan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada player Call Of Duty: Mobile," *Jurnal Kajian Ilmiah* 22, no. 2 (2022): 129-142.

¹⁶ Mujahidin, Adzan Nor Bakri, Ishak, Muh. Rasbi, dan Qisty Amalina, *Pengabdian Masyarakat tentang Literasi Keuangan pada Pegawai Kemenag Kab. Luwu* (Palopo: IAIN Palopo, t.t.), 1.

¹⁷ Abd. Kadir Arno and A Ziaul Assad, "Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengawasi Resiko Pembiayaan Dalam Investasi "Bodong" Al-Amwal: Journal of Islamic Economic Law Maret 2020, Vol.5, No. [https://Ejournal.Iainpalopo.Ac.Id /Index.Php/Alamwal/Index](https://Ejournal.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Alamwal/Index)," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 5, no. 1 (2020): 59–71.

- 2) Tingkat pendidikan, dengan Tingkat Pendidikan yang tinggi seringkali dikaitkan dengan Tingkat literasi keuangan yang lebih baik. Pendidikan formal memberikan pemahaman tentang konsep keuangan.
- 3) Pendapatan, seseorang yang memiliki pendapatan yang lebih tinggi cenderung memiliki banyak sumber daya dan informasi keuangan sehingga bisa meningkatkan literasi keuangan.¹⁸

c. Indikator literasi keuangan

Terdapat beberapa indikator literasi keuangan yaitu:

- 1) Pengetahuan umum tentang keuangan. Pengetahuan umum ini terkait dengan pengelolaan pemasukan dan pengeluaran dan juga pemahaman tentang konsep dasar keuangan.
- 2) Simpanan dan pinjaman. Simpanan merupakan uang yang ditabung untuk kebutuhan yang akan mendatang, sedangkan pinjaman merupakan sejumlah dana yang dipinjamkan yang harus dilunasinya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 3) Asuransi. Asuransi merupakan persiapan seseorang untuk melindungi dari berbagai risiko seperti Kesehatan, Pendidikan dan jiwa.
- 4) Investasi. Investasi yaitu mengembangkan atau mengelola harta untuk memperoleh keuntungan dan mencapai tujuan yang diinginkan di masa depan.¹⁹

¹⁸ R. Rahayu, "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat literasi keuangan digital: studi pada generasi Z di Indonesia," *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 6, no. 1 (2022): 74-87.

¹⁹ P. S. Hijir, "Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan financial technology (fintech) sebagai variabel intervening pada ukm di kota Jambi," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 11, no. 1 (2022): 147-156.

2. Youtube

a. Pengertian youtube

Media sosial adalah platform berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berinteraksi dengan fleksibilitas, baik dalam menampilkan identitas diri maupun berkomunikasi dengan orang lain. Interaksi ini dapat berlangsung secara langsung (real-time) atau tertunda, dengan jangkauan audiens yang dapat bersifat luas maupun terbatas. Selain sebagai sarana berbagi konten yang dibuat oleh pengguna, media sosial juga berperan dalam membentuk persepsi individu berdasarkan interaksi mereka dengan komunitas digital.²⁰ YouTube merupakan platform berbagi video (video sharing) yang dimiliki oleh google, salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia. Sebagai bagian dari media sosial, youTube memungkinkan penggunanya untuk mengunggah, menonton, dan membagikan berbagai jenis video secara gratis. Platform ini didirikan pada Februari 2005 oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Secara umum, konten yang tersedia di YouTube mencakup video klip film, acara televisi, serta konten buatan pengguna yang beragam.²¹

b. Faktor-faktor youtube

1) Konten edukatif dan review produk keuangan

²⁰ A. Pujiono, "Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z," *Didache: Journal of Christian Education* 2, no. 1 (2021): 1-19.

²¹ Y. Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital," *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 4 (2021): 1006–1013.

Youtube menyediakan berbagai video yang membahas lembaga keuangan, mulai dari ulasan produk, strategi investasi, hingga panduan dalam mengelola keuangan. Informasi dalam format video ini lebih mudah dipahami dan menarik bagi mahasiswa, sehingga dapat membantu mereka dalam menentukan pilihan terkait layanan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

2) Interaksi Sosial

Dalam komunitas youtube interaksi sosial tidak hanya terjadi melalui media berbasis teks, tetapi juga dalam platform berbasis video seperti youtube. Melalui kolom komentar, mahasiswa dapat berdiskusi, berbagi pengalaman, serta menanggapi konten yang mereka tonton. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk memperoleh perspektif lebih luas sebelum mengambil keputusan finansial.

3) Pengaruh influncer keuangan dan keluarga

Youtube memiliki banyak kreator konten atau financial influencers yang membagikan wawasan mengenai keuangan, investasi, serta pengelolaan finansial. Mahasiswa cenderung lebih mempercayai informasi dari YouTuber yang dianggap memiliki pengalaman dan keahlian di bidang tersebut. Selain itu, rekomendasi dari anggota keluarga yang menonton atau membagikan konten keuangan juga dapat berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan.

4) Algoritma dan rekomendasi youtube

Sistem algoritma youtube secara otomatis menampilkan video yang relevan dengan preferensi pengguna berdasarkan riwayat pencarian dan tontonan mereka. Jika mahasiswa sering mencari informasi mengenai perbankan digital, investasi, atau dompet digital, maka YouTube akan menampilkan lebih banyak video terkait topik tersebut. Dengan demikian, paparan informasi yang berulang dapat membentuk pemahaman dan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih lembaga keuangan.

c. Indikator youtube

- 1) Frekuensi akses youtube, seberapa sering mahasiswa menggunakan youtube untuk mencari informasi dan edukasi terkait keuangan.
- 2) Tingkat keterlibatan dengan konten keuangan, seberapa aktif mahasiswa dalam menyukai, mengomentari, atau membagikan video yang membahas produk dan layanan keuangan.
- 3) Sumber informasi dari youtube, siapa yang menjadi sumber utama mahasiswa dalam memperoleh wawasan keuangan, apakah dari financial influencers, lembaga keuangan resmi, atau iklan yang muncul di platform tersebut.
- 4) Dampak sosial dari youtube, seberapa besar pengaruh rekomendasi dari influencer, teman, atau keluarga yang menonton dan membagikan konten keuangan terhadap keputusan mahasiswa dalam mengelola finansial mereka.

- 5) Jenis Konten yang ditonton, tipe video yang sering ditonton mahasiswa, seperti tutorial investasi, ulasan aplikasi keuangan, atau diskusi tentang strategi keuangan.
- 6) Persepsi terhadap kredibilitas youtube, bagaimana mahasiswa menilai akurasi dan keandalan informasi keuangan yang mereka peroleh dari YouTube dalam membantu mereka membuat keputusan keuangan yang lebih baik.²²

3. Keputusan memilih lembaga keuangan

a. Pengertian keputusan memilih lembaga keuangan

Keputusan memilih lembaga keuangan adalah proses menentukan institusi keuangan yang paling sesuai dengan kebutuhan dan tujuan finansial seseorang atau perusahaan berdasarkan berbagai pertimbangan, seperti layanan yang ditawarkan, suku bunga, biaya, keamanan, serta reputasi lembaga tersebut. Lembaga keuangan adalah entitas bisnis kekayaan utamanya berbentuk asset keuangan atau piutang yang berperang sebagai perantara keuangan antara pihak yang memiliki kelebihan dana dan pihak yang membutuhkan dana. Lembaga keuangan terbagi menjadi dua yaitu lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank.²³

²² N. D. Pratidina dan J. Mitha, "Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023): 810-815.

²³ Y. R. Akbar et al., *Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2023).

b. Faktor-faktor keputusan memilih lembaga keuangan

1) Literasi Keuangan Syariah

Tingkat pemahaman masyarakat tentang prinsip dan produk bank syariah seperti akad bagi hasil serta keunggulan di bandingkan bank konvensional.

1) Pengaruh media sosial

Informasi, edukasi, testimoni pengguna di youtube yang membentuk persepsi masyarakat terhadap layanan keunggulan lembaga keuangan

2) Kepercayaan dan kepatuhan Syariah

Keyakinan terhadap keamanan data,serta kepatuhan terhadap prinsip syariah yang di awasi oleh DPS.

3) Kemudahan dan Manfaat yang di gunakan

Aspek seperti akses layanan perbankan digital, ketersediaan ATM dan cabang, biaya administrasi yang terjangkau, serta berbagai program promosi yang menarik bagi mahasiswa.

c. Indikator keputusan memilih lembaga keuangan

1) Kualitas Produk

penggunaan cenderung memilih layanan yang menawarkan kecepatan transaksi, system yang handal serta perlindungan keamanan data. Kepuasan terhadap fitur dan manfaat layanan juga menjadi pertimbangan penting.

2) Reputasi Merek

Keterangan:

—————> : Menunjukkan Pengaruh Secara simultan

-----> : Menunjukkan Pengaruh Secara Parsial

Dari kerangka berpikir tersebut dapat dijelaskan bahwa terdapat dua variabel independent diantaranya yaitu Literasi Keuangan X1, Youtube X2, Kemudian pada variabel dependen yaitu Keputusan Memilih Lembaga Keuangan Y.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh dengan mengumpulkan data dari rumusan masalah yang disajikan secara teoritis dan penelitian dan belum terbentuk jawaban empiris dan praktis dalam menjawab pertanyaan penelitian atau penelitian.²⁵

H₁ : Literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.

H₂ : Penggunaan youtube berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.

H₃ : Literasi keuangan dan penggunaan youtube secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan.

²⁵ A. A. Ritonga, M. F. Daffa, dan Y. Azhari, "ANALISIS PENGUJIAN HIPOTESIS TERHADAP KESEJAHTERAAN MASYARAKAT," *Jurnal Bakti Sosial* 2, no. 2 (2023): 155-164.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode penelitian kuantitatif yang merupakan pendekatan berbasis angka dalam menganalisis suatu fenomena. Metode ini digunakan untuk mengukur dan mengolah data dalam bentuk kuantitas atau jumlah sehingga peneliti dapat memperoleh hasil yang objektif dan terukur. Pada pendekatan ini sangat sesuai untuk meneliti fenomena yang dapat diwakili dengan angka yang dapat dianalisis secara sistematis sehingga menghasilkan kesimpulan yang lebih akurat berdasarkan data yang dikumpulkan.²⁶ Data kuantitatif yang dikumpulkan dari kegiatan di lapangan biasanya masih dalam bentuk data mentah. Untuk menjadikan data tersebut sebagai data empiris dalam menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis penelitian, diperlukan serangkaian proses pengolahan dan analisis data, proses ini bertujuan untuk mengolah data mentah sehingga dapat diinterpretasikan dengan lebih jelas dan memberikan hasil yang relevan dengan tujuan penelitian.²⁷ Pendekatan kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu dengan menghasilkan data berbentuk angka. Data yang telah dikumpulkan akan diolah dan dianalisis menggunakan statistik sebagai alat perhitungan, sehingga dapat mendukung hasil penelitian secara objektif dan terukur.

²⁶ A. Purwanto, *Konsep dasar penelitian kualitatif: Teori dan contoh praktis* (Penerbit P4I, 2022).

²⁷ M. S. Jailani dan D. A. Saksitha, "Tehnik Analisis Data Kuantitatif dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah," *Jurnal Genta Mulia* 15, no. 2 (2024): 79-91.

B. Lokasi dan Waktu

Penelitian ini akan di laksanakan di kota Palopo, subjek penelitiannya adalah masyarakat kota Palopo. waktu penelitian ini akan di laksanakan pada bulan maret 2025.

C. Definisi Operasional

1. Variabel Independent

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependent, dalam penelitian ini variabel independen yang di gunakan adalah literasi keuangan dan youtube.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen.²⁸ Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat disebut juga variabel endogen. Variabel dependen dilambangkan dengan huruf Y, pada penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah Keputusan Memilih Lembaga Keuangan.

²⁸ C. Wulandari dan D. Efendi, "Pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi," *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 11, no. 6 (2022).

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Literasi Keuangan (X1)	Tingkat pemahaman individu mengenai prinsip-prinsip keuangan, yang membantu mereka dalam mengambil keputusan finansial yang tepat dan mengelola sumber daya dengan baik. ²⁹	1. Pengetahuan umum tentang keuangan 2. Simpanan dan pinjaman 3. Asuransi 4. Investasi. ³⁰
Youtube (X2)	YouTube, sebagai bagian dari media sosial, merupakan layanan berbagi video milik Google yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan membagikan video. Didirikan pada 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim, YouTube menyediakan berbagai jenis konten, termasuk hiburan, edukasi, dan informasi. ³¹	1. Frekuensi akses YouTube 2. Tingkat keterlibatan dengan konten keuangan 3. Sumber informasi dari YouTube 4. Jenis konten yang dikonsumsi. ³²
Keputusan Memilih	Proses menentukan lembaga keuangan yang paling sesuai	1. Kualitas produk 2. Reputasi merek

²⁹ N. S. Azizah, "Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup pada perilaku keuangan pada generasi milenial," *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)* 1, no. 2 (2020): 92-101.

³⁰ P. S. Hijir, "Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku keuangan dengan financial technology (fintech) sebagai variabel intervening pada ukm di kota Jambi," *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 11, no. 1 (2022): 147-156.

³¹ Y. Fitriani, "Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Penyajian Konten Edukasi atau Pembelajaran Digital," *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5, no. 4 (2021): 1006-1013.

³² N. D. Pratidina dan J. Mitha, "Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23, no. 1 (2023): 810-815.

Lembaga dengan kebutuhan finansial 3. Keragaman produk.³⁴
Keuangan (Y) individu berdasarkan faktor
kemudahan, keuntungan, serta
reputasi lembaga tersebut.³³

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

Populasi merujuk pada seluruh objek atau subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang menjadi fokus dalam penelitian, yang kemudian di gunakan untuk menarik kesimpulan. Populasi tidak selalu berupa manusia tetapi juga dapat mencakup hewan, tumbuhan, fenomena, gejala atau peristiwa lainnya yang sesuai dengan kriteria penelitian dan dapat di jadikan sumber sampel.³⁵ Dalam penelitian ini populasi yang di teliti adalah masyarakat kota Palopo. Berdasarkan data yang di peroleh jumlah masyarakat kota Palopo sebanyak 180.518.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari populasi yang di pilih dengan menggunakan sampel tertentu, dalam pemilihan sampel sangat penting untuk memastikan bahwa sampel tersebut dapat mencerminkan karakteristik atau keadaan populasi secara akurat. Dengan kata lain sampel yang dipilih harus memiliki sifat-sifat yang mirip dengan populasi yang lebih besar, sehingga hasil

³³ Y. R. Akbar et al., *Lembaga Keuangan Syariah* (Yogyakarta: Deepublish, 2023).

³⁴ N. R. Lubis and T. Balqis, "Analisis Keputusan dan Kepuasan Mahasiswa S2 Uinsu dalam Menggunakan Layanan Fintech (Studi Kasus Dompet Online Dana)," *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 8, no. 4 (2023).

³⁵ N. Suriani dan M. S. Jailani, "Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24-36.

yang di peroleh dapat mewakili keseluruhan populasi, artinya kesimpulan yang di ambil dari penelitian terhadap sampel tersebut diharapkan dapat digeneralisasikan dan di terapkan pada populasi secara keseluruhan, sehingga hasil penelitian menjadi valid dan dapat di percaya.³⁶ Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam menentukan sampel. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk secara sengaja memilih responden yang memiliki karakteristik sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, sampel terdiri dari masyarakat yang telah menggunakan layanan fintech Dana dalam transaksi keuangan mereka. Kriteria pemilihan sampel ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman yang relevan, sehingga dapat memberikan data yang lebih akurat dan sesuai dengan fokus penelitian. Adapun kriteria pada penelitian ini :

1. Bertempat tinggal di Kota Palopo
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Memiliki atau pernah memiliki pengalaman memilih atau menggunakan layanan lembaga keuangan
4. Mengakses informasi keuangan melalui platform YouTube.

Dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus Slovin ialah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Definisi lain dari rumus slovin adalah sebuah metode yang di gunajan secara praktis untuk menentukan

³⁶ N. Suriani dan M. S. Jailani, "Konsep populasi dan sampling serta pemilihan partisipan ditinjau dari penelitian ilmiah pendidikan," *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24-36.

ukuran atau jumlah sampel, khususnya ketika jumlah populasi cukup besar.³⁷

Adapun rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

$$n = \frac{180.518}{1 + (180.518 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{180.518}{1 + 180,518 \times 0,01}$$

$$n = \frac{180.518}{1+ 180.518}$$

$$n = \frac{180.518}{1806,18}$$

$$n = 100$$

Jadi, ukuran sampel yang dibutuhkan adalah 100

Keterangan :

n = Ukuran sampel yang dicari

N = Ukuran populasi (jumlah keseluruhan)

e = Margin of error (tingkat kesalahan yang dapat diterima, biasanya dalam desimal, misalnya 0,10 untuk 10 %)

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan populasi sebesar 180.518 dan tingkat kesalahan sebesar 10%, maka diperoleh jumlah sampel

³⁷ D. M. Hasimi, "Analisis Program Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam perspektif ekonomi Islam," *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 1, no. 1 (2020): 81-94.

sebanyak 100 responden. Namun, untuk meningkatkan akurasi dan kekuatan generalisasi hasil penelitian, peneliti mengambil jumlah sampel sebanyak 130 responden

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data membantu peneliti dalam mendapatkan informasi yang tepat dan akurat yang sesuai dengan tujuan penelitian. Dengan memilih teknik yang sesuai peneliti dapat memperoleh data yang berkualitas, dalam penelitian ini teknik yang di gunakan untuk mengumpulkan data adalah kusioner. Kusioner adalah sebuah instrument yang di gunakan untuk mengumpulkan data terkait peristiwa atau kejadian melalui serangkaian pertanyaan, dengan tujuan untuk mendapatkan informasi relevan dengan topik yang di teliti.³⁸

F. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari kuesioner yang disebarkan secara online menggunakan Google Form kepada responden. Untuk mengukur sejauh mana responden setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang ada, digunakan skala Likert.³⁹

³⁸ R. N. Amalia dan R. S. Dianingati, "Pengaruh jumlah responden terhadap hasil uji validitas dan reliabilitas kusioner pengetahuan dan perilaku swamedikasi," *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2, no. 1 (2022): 9-15.

³⁹ V. H. Pranatawijaya, W. Widiatry, R. Priskila, dan P. B. A. A. Putra, "Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online," *Jurnal Sains Dan Informatika* 5, no. 2 (2019): 128-137.

Tabel 3.2 Proporsi Skala Nilai

Intreptasi Skala	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang di gunakan untuk menilai apakah suatu alat ukur seperti pertanyaan-pertanyaan dalam kusioner dapat di katakana valid atau tidak. Dalam konteks ini,sebuah kusioner di anggap valid jika setiap pertanyaan yang diajukan dapat mengungkapkan aspek atau informasi yang hendak di ukur oleh kusioner tersebut.⁴⁰ Proses uji vaiditas bertujuan untuk memastikan bahwa instrument yang di gunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur,yaitu sesuai dengan tujuan penelitian. Instrument dapat di katakana valid ketika memiliki nilai KMO yang lebih besar dari 0,5 serta nilai signifikan yang harus lebih kecil dari 0,05.⁴¹

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas merujuk pada sejauh mana hasil pengukuran yang dapat di percaya dan konsisten serta bebas dari kesalahan pengukuran. Uji reliabilitas

⁴⁰ N. M. Janna dan H. Herianto, *Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS* (2021).

⁴¹ E. Alfiatunnisa, H. Z. Khairunnisa, S. Hayati, dan V. L. Maulida, "Uji Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Kemandirian Siswa Sekolah Dasar Kelas 1," *Jurnal Hurriah: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian* 3, no. 2 (2022): 29-36.

bertujuan untuk mengetahui apakah data yang di hasilkan dapat di andalkan stabil. Uji ini di lakukan dengan mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan- pertanyaan dalam instrument penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan membandingkan nilai croanbach's alpha dengan tingkat signifikansi yang telah di tentukan yaitu croanbach's alpha ini 0,7. Jika nilai cronbach's alpha lebih besar dari tingkat signifikansi yang di gunakan maka instrunen di anggap reliable. Sebaliknya jika nilai cronbach's alpha lebih kecil dari tingkat signifikansi, maka instrument di anggap tidak reliable.⁴²

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses yang digunakajn dalam mengolah data sehingga menghasilkan informasi yang baru. Tujuan dari proses ini adalah untuk memudahkan pemahaman karakteristik data, sehingga dapat di gunakan untuk memberikan solusi terhadap permasalahan terutama yang terkait dengan penelitian. Teknik analisis data kuantitatif adalah metode pengolahan data yang berbasis pada numerik. Pendekata ini lebih fokus pada aspek kuantitas dan tidak memerlukan penjelasan rinci mengenai setiap jawaban singkat responden.⁴³

1. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dapat di lakukan dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorovsmirnov. Dalam uji ini jika nilai signifikansi lebih besar

⁴² B. Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R2)* (Guepedia, 2021).

⁴³ A. K. Ulfah, dkk., *Ragam Analisis Data Penelitian (Sastra, Riset dan Pengembangan)* (IAIN Madura Press, 2022).

dari 5% atau 0,05 maka data dapat di anggap berdistribusi normal yang berarti data tersebut tidak mengalami penyimpangan dari distribusi normal yang di harapkan.

b) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah kondisi dimana terdapat hubungan linear yang sempurna atau hamper sempurna antara dua atau lebih variabel independen dalam model regresi. Kondisi ini dapat mengganggu analisis regresi karena dapat menyebabkan kesulitan dalam menentukan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Sebuah model regresi di katakan mengalami multikolinearitas jika terdapat hubungan linear yang kuat antara beberapa atau semua variabel independen. Gejala multikolinearitas dapat di deteksi dengan mengamati nilai VIF dan tolerance, jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam model tersebut.⁴⁴

c) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode dalam analisis regresi linear berganda yang di gunakan untuk mengidentifikasi apakah terdapat ketidaksamaan varians residual atau kesalahan dalam model regresi. Pengujian ini bertujuan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model yang di gunakan. Salah satu cara untuk melakukan uji heteroskedastisitas adalah dengan menganalisis grafik

⁴⁴ G. Mardiatmoko, "Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.])," *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14, no. 3 (2020): 333-342.

scatterplot, yang menunjukkan hubungan antara nilai prediksi variabel dependen dan residual error. Jika pola dalam scatterplot tidak teratur dan titik-titik data tersebar secara acak di atas serta di bawah angka nol pada sumbu y maka dapat di simpulkan bahwa model tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.⁴⁵

d) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik statistik yang digunakan untuk memahami hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen (Y). Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menentukan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, apakah bersifat positif atau negatif, serta untuk memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan perubahan yang terjadi pada variabel independen, baik dalam bentuk peningkatan maupun penurunan. Model regresi linear berganda digunakan ketika terdapat satu variabel dependen berbentuk kontinu serta dua atau lebih variabel independen yang mempengaruhinya. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan model regresi linear berganda.⁴⁶

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Memilih Lembaga Keuangan (variabel dependen)

⁴⁵ I. N. Azizah, P. R. Arum, dan R. Wasono, "Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020," dalam *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, Vol. 4, 2021.

⁴⁶ I. Muthahharah dan I. Fatwa, "Analisis regresi linear berganda untuk media pembelajaran daring terhadap prestasi belajar mahasiswa di STKIP Pembangunan," *Jurnal MSA (Matematika dan Statistika serta Aplikasinya)* 10, no. 1 (2022): 53-60.

α = Konstanta

X1 = Literasi Keuangan (variabel independen pertama)

X2 = Youtube (variabel independen kedua)

$\beta_1 - \beta_2$ = Koefisien regresi berganda

e = Galat atau kesalahan (error)

2. Uji Hipotesis

a) Uji T

Uji T digunakan untuk mengevaluasi dampak masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel pada tingkat signifikan α sama dengan 0,05. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis di terima yang berarti koefisien regresi di anggap signifikan. Ini menunjukkan bahwa variabel independen secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka hipotesis di tolak yang mengindikasikan bahwa koefisien regresi tidak signifikan sehingga variabel independen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

b) Uji F

Uji F diterapkan pada penelitian dengan 2 variabel independen atau lebih. Pengujian di lakukan dengan membandingkan nilai f hitung yang di peroleh dari model regresi dengan nilai f tabel tingkat signifikansi tertentu umumnya α sama dengan 0,05 maka model regresi di anggap signifikan secara

keseluruhan yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Sebaliknya jika nilai f hitung kurang dari atau sama dengan f tabel atau nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak signifikan yang menunjukkan bahwa variabel independen bersama-sama tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.⁴⁷

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati 1 ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memprediksi variabel dependen. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 artinya variabel independen hampir tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.⁴⁸

⁴⁷ B. Darma, Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Sederhana, Regresi Linear Berganda, Uji t, Uji F, R^2) (Guepedia, 2021)

⁴⁸ A. R. R. Aditia, M. Wadud, dan M. K. DP, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX pada PT Yamaha A. Rivai Palembang," *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1, no. 1 (2020): 23-37.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah singkat kota Palopo

Kota Palopo merupakan salah satu kota di Provinsi Sulawesi Selatan yang memiliki nilai historis dan budaya yang tinggi. Dalam naskah epik Bugis yang terkenal, yaitu La Galigo, wilayah ini dahulu dikenal dengan nama Ware. Nama “Palopo” sendiri diperkirakan mulai digunakan sekitar tahun 1604, bertepatan dengan pembangunan Masjid Jami’ Tua Palopo, yang hingga kini masih berdiri sebagai salah satu masjid tertua di Sulawesi Selatan. Nama “Palopo” berasal dari bahasa Bugis-Luwu, yang memiliki beberapa makna. Pertama, merujuk pada makanan tradisional yang terbuat dari ketan, gula merah, dan santan. Kedua, berasal dari kata “Palopo’i” yang berarti “tancapkan” atau “masukkan”, yakni seruan yang diucapkan saat pemancangan tiang pertama Masjid Jami’ Tua. Ketiga, memiliki makna “mengatasi”. Ada pula makna lain yang menghubungkannya dengan pohon kemuning (*Murraya paniculata*) yang diyakini banyak tumbuh di wilayah ini pada masa lalu.

Peran strategis Palopo semakin menguat ketika wilayah ini dijadikan sebagai ibu kota Kesultanan Luwu, menggantikan pusat pemerintahan sebelumnya di Amassangan, Malangke. Pemandahan ini terjadi setelah Islam diterima sebagai agama resmi Kesultanan Luwu pada abad ke-17.

Berdasarkan sejarah lokal, perpindahan tersebut juga dipicu oleh Perang Utara-Selatan, yakni konflik antara dua putra mahkota yang bersaing memperebutkan tahta. Setelah perdamaian dicapai, ibu kota kesultanan dipindahkan ke wilayah tengah yang dianggap netral yakni Palopo. Sebagai pusat pemerintahan dan peradaban, Palopo dirancang dengan sistem tata ruang yang terstruktur. Kawasan Lalebbata ditetapkan sebagai pusat kota pertama, dengan luas kurang lebih 10 hektar, mencakup kampung Amassangan dan Malimongan. Di kawasan ini dibangun alun-alun di depan istana, serta pasar rakyat sebagai pusat kegiatan ekonomi masyarakat. Perluasan wilayah Palopo berlanjut dengan munculnya kluster kedua, yaitu Kampung Surutanga, dengan luas sekitar 18 hektar. Wilayah ini menjadi kawasan permukiman rakyat dari berbagai golongan sosial. Letaknya yang dekat dengan pesisir dan area persawahan menjadikan penduduknya banyak yang berprofesi sebagai petani dan nelayan. Berdasarkan berbagai studi sejarah, Surutanga diyakini menjadi kawasan dengan aktivitas sosial-ekonomi yang cukup dinamis pada masa itu.

Tahapan perkembangan selanjutnya terjadi dengan munculnya Kampung Benturu sebagai kluster ketiga. Di sini dibangun Benteng Tompotikka, benteng pertahanan yang terbuat dari tanah dan menyerupai parit. Benteng ini memiliki tinggi sekitar 2 meter, lebar 7 meter, dan panjang mencapai 5 kilometer menghadap ke arah pantai. Nama *Tompotikka* sendiri berarti “tempat matahari terbit”. Dalam benteng tersebut terdapat jalan setapak sepanjang 1.500 meter yang membujur dari timur ke barat. Benteng

ini diperkirakan dibangun pada abad ke-19 sebagai persiapan menghadapi ekspansi kolonial Belanda. Lokasinya kini dipercaya berada di sekitar Kompleks Perumahan Beringin Jaya. Berdasarkan data sejarah, batas awal perkembangan Kota Palopo diyakini membentuk pola melingkar yang mencakup tiga situs penting, yaitu makam Jera' Surutanga di selatan, makam Malimongan di barat, dan makam Raja Lokkoe di utara Sungai Boting. Kawasan ini menjadi cikal bakal urbanisasi awal di Palopo, yang seiring waktu berkembang menjadi kota yang modern, namun tetap menjaga nilai-nilai budaya dan sejarahnya. Hingga kini, Kota Palopo terus berkembang menjadi pusat pemerintahan, ekonomi, dan pendidikan di wilayah Luwu Raya. Di samping itu, nilai-nilai Islam yang melekat dalam sejarah berdirinya kota ini turut memengaruhi orientasi masyarakatnya, termasuk dalam pemilihan lembaga keuangan, di mana kecenderungan terhadap lembaga keuangan syariah semakin meningkat. Oleh karena itu, Kota Palopo menjadi lokasi yang relevan untuk mengkaji bagaimana literasi keuangan dan penggunaan YouTube, memengaruhi keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan.

b. Profil Kota Palopo

1). Visi

Palopo Maju, Inovatif, dan Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal.

2). Misi

- a) Meningkatkan kualitas pelayanan publik dan tata kelola pemerintahan yang baik (good governance).

- b) Mewujudkan pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.
- c) Meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, dan sumber daya manusia.
- d) Menjaga kelestarian lingkungan hidup serta ketahanan terhadap bencana.
- e) Mengembangkan potensi budaya dan kearifan lokal sebagai dasar pembangunan daerah.

c. Karakteristik Responden

1). Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor penting dalam penelitian ini karena dapat memengaruhi perspektif dan keputusan individu dalam memilih lembaga keuangan. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner online kepada 100 masyarakat kota Palopo, distribusi responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Laki-Laki	38	38%
Perempuan	92	92%
Total	100	100%

Sumber : Data primer diolah dengan Spss

Berdasarkan hasil olahan data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, diketahui bahwa dari 130 responden yang terlibat dalam penelitian ini, yang berasal dari masyarakat kota Palopo, sebanyak 38 orang (38,0%) adalah laki-laki dan 92 orang (92,0%) adalah perempuan.

2). Karakteristik responden berdasarkan Usia

Adapun karakteristik Responden berdasarkan usia dapat di lihat pada Tabel berikut ini:

Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan Usia
USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	100	76.9	76.9	76.2
	26-35	20	15.4	15.4	92.3
	36-45	10	7.7	7.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah dengan Spss

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 17–25 tahun, yaitu sebanyak 100 orang atau 76,9% dari total 130 responden. Selanjutnya, usia 26–35 tahun sebanyak 20 orang (15,4%), dan usia 36–45 tahun sebanyak 10 orang (7,7%). Penelitian ini secara umum ditujukan kepada masyarakat Kota Palopo, namun hasil distribusi menunjukkan bahwa kalangan mahasiswa mendominasi jumlah responden. Hal ini dapat terjadi karena kuesioner disebarakan secara daring, sehingga lebih mudah diakses oleh kelompok usia muda, terutama mereka yang aktif di lingkungan akademik dan media sosial. Kelompok usia 17–25 tahun umumnya sedang berada dalam fase transisi menuju kemandirian finansial. Mereka mulai membentuk pola pikir tentang pengelolaan keuangan, serta lebih terbuka terhadap pengaruh media digital seperti YouTube dalam memperoleh informasi, termasuk dalam memilih lembaga keuangan. Oleh karena itu, dominasi usia muda dalam penelitian ini memberikan gambaran yang relevan terhadap fokus penelitian, yakni pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap keputusan memilih lembaga keuangan.

3). Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat di lihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan
PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	100	76.9	76.9	76.9
	Pekerja formal/informal	30	23.1	23.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah dengan Spss

Berdasarkan data pekerjaan, mayoritas responden dalam penelitian ini berstatus sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 100 orang (76,9%), sedangkan 30 responden (23,1%) merupakan pekerja, baik di sektor formal maupun informal. Dominasi mahasiswa dalam penelitian ini selaras dengan temuan distribusi usia sebelumnya, di mana kelompok usia 17–25 tahun mendominasi jumlah responden. Meskipun penelitian ini ditujukan untuk masyarakat Kota Palopo, aksesibilitas terhadap survei online membuat mahasiswa menjadi kelompok yang paling banyak merespons. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok muda dan terdidik lebih cepat dan aktif dalam mengikuti survei digital yang berkaitan dengan literasi keuangan dan media sosial. Kondisi ini juga menggambarkan bahwa mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat memiliki peran penting dalam mencerminkan dinamika perubahan perilaku keuangan, terutama dalam era digital. Mereka lebih mudah terpapar konten edukatif di platform seperti YouTube dan lebih aktif mencari informasi mengenai lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, meskipun proporsi pekerja relatif lebih kecil, kontribusi kelompok

mahasiswa tetap relevan dan signifikan dalam menggambarkan pengaruh literasi keuangan dan media sosial terhadap pengambilan keputusan keuangan di kalangan masyarakat Kota Palopo.

d. Pengujian Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas adalah prosedur yang di gunakan untuk menilai apakah suatu alat ukur seperti pertanyaan-pertanyaan dalam kusioner dapat di katakan valid atau tidak. Adapun kriteria pengujian di mana dasar uji validitas dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

Melihat nilai signifikan (Sig)

- a). Jika Nilai Signifikan $< 0,05$ maka valid
- b). Jika Nilai Signifikan $> 0,05$ maka tidak valid

1) Literasi Keuangan X1

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan X1

No	Pernyataan	Korelasi terhadap Total Skor (r-hitung)	r-tabel	N	Keterangan
1	LK01	0.570	0.361	30	Valid
2	LK02	0.723	0.361	30	Valid
3	LK03	0.796	0.361	30	Valid
4	LK04	0.798	0.361	30	Valid
5	LK05	0.694	0.361	30	Valid
6	LK06	0.780	0.361	30	Valid
7	LK07	0.602	0.361	30	Valid
8	LK08	0.656	0.361	30	Valid
9	LK09	0.745	0.361	30	Valid
10	LK10	0.584	0.361	30	Valid
11	LK11	0.570	0.361	30	Valid
12	LK12	0.723	0.361	30	Valid
13	LK13	0.796	0.361	30	Valid

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 13 butir pernyataan pada variabel literasi keuangan, seluruh item memiliki nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel, sehingga dinyatakan valid. Dengan demikian, semua butir layak digunakan dalam penelitian ini.

Secara konseptual, validitas ini menunjukkan bahwa setiap pernyataan mampu merepresentasikan aspek literasi keuangan mahasiswa, mulai dari pengelolaan keuangan pribadi hingga pemahaman terhadap produk dan lembaga keuangan syariah. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki tingkat pemahaman awal yang cukup terhadap prinsip-prinsip keuangan, yang penting dalam pengambilan keputusan finansial.

2) Youtube X2

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Youtube X2

No	Pernyataan	Korelasi terhadap Total Skor (r -hitung)	r -tabel	N	Keterangan
1	MS1	0.735	0.361	30	Valid
2	MS2	0.825	0.361	30	Valid
3	MS3	0.833	0.361	30	Valid
4	MS4	0.679	0.361	30	Valid
5	MS5	0.713	0.361	30	Valid
6	MS6	0.483	0.361	30	Valid
7	MS7	0.459	0.361	30	Valid
8	MS8	0.706	0.361	30	Valid
9	MS9	0.629	0.361	30	Valid
10	MS10	0.512	0.361	30	Valid

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penggunaan youtube terdiri dari 10 pernyataan, dan seluruhnya dinyatakan valid karena memiliki nilai r -hitung di atas r -tabel. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item secara konsisten mengukur persepsi masyarakat terhadap penggunaan youtube , khususnya dalam konteks informasi keuangan. Validitas ini mencerminkan bahwa mahsyrakat mampu memahami dan merespons pengaru platform

seperti YouTube dalam membentuk pemahaman mereka mengenai lembaga keuangan. Dengan demikian, instrumen ini tidak hanya sah secara teknis, tetapi juga menggambarkan relevansi media sosial sebagai sarana edukasi keuangan yang efektif di kalangan masyarakat

3) Keputusan memilih Y

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Memilih Y

No	Pernyataan	Korelasi terhadap Total Skor (r-hitung)	r-tabel	N	Keterangan
1	KM1	0.516	0.361	30	Valid
2	KM2	0.628	0.361	30	Valid
3	KM3	0.492	0.361	30	Valid
4	KM4	0.641	0.361	30	Valid
5	KM5	0.702	0.361	30	Valid
6	KM6	0.528	0.361	30	Valid
7	KM7	0.702	0.361	30	Valid
8	KM8	0.636	0.361	30	Valid

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Variabel keputusan memilih lembaga keuangan diukur menggunakan 8 butir pernyataan yang seluruhnya dinyatakan valid, karena memiliki nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Validitas ini menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang diajukan mampu merepresentasikan pertimbangan masyarakat dalam menentukan pilihan terhadap lembaga keuangan. Secara konseptual, hal ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kesadaran dalam mengambil keputusan berbasis informasi, preferensi nilai (khususnya nilai-nilai syariah), serta pengaruh dari faktor eksternal seperti informasi digital. Dengan demikian, instrumen ini telah berhasil menangkap dimensi keputusan memilih secara relevan dan dapat digunakan dalam analisis lebih lanjut.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan stabilitas responden dalam menjawab pertanyaan mengenai item pernyataan, yang merupakan dimensi variabel. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai Cronbach's alpha $> 0,7$ maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten
- b) Jika nilai Cronbach's alpha $< 0,7$ maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel berikut menggambarkan ringkasan hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan (X1)	13	0.921	Reliabel
Youtube (X2)	10	0.856	Reliabel
Keputusan Memilih (Y)	8	0.747	Reliabel

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh instrumen dalam penelitian ini memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai. Secara maknawi, hal ini menandakan bahwa setiap item dalam kuesioner telah mampu mengukur variabel yang dimaksud secara stabil dan seragam. Ketika masyarakat memberikan respons terhadap pernyataan-pernyataan mengenai literasi keuangan, penggunaan media sosial, dan keputusan memilih lembaga keuangan, mereka menunjukkan pola jawaban yang konsisten satu sama lain, yang mencerminkan kesadaran konseptual yang

terbangun dengan jelas di dalam diri mereka. Konsistensi ini juga menegaskan bahwa ketiga variabel yang diteliti bukan sekadar konsep teoritis, tetapi telah menjadi bagian dari pengalaman nyata masyarakat. Literasi keuangan tidak hanya dipahami secara tekstual, tetapi juga dijalani sebagai sikap dalam mengelola keuangan. Youtube bukan hanya alat hiburan, melainkan telah menjadi kanal informasi yang memengaruhi cara pandang terhadap lembaga keuangan. Begitu pula dengan keputusan memilih, yang tidak muncul secara acak, tetapi terbentuk melalui pemahaman, pengalaman, dan preferensi nilai tertentu. Dengan demikian, reliabilitas instrumen tidak hanya menunjukkan keandalan data, tetapi juga memperkuat bahwa ketiga konstruk dalam penelitian ini telah mengakar dalam cara masyarakat memersepsikan, memproses, dan merespons informasi finansial dalam kehidupan mereka.

e. Analisis Data

- 1) Asumsi Klasik
 - a) Uji Normalitas

Uji normalitas dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov (KS) sering digunakan untuk memeriksa apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika nilai signifikansi (p-value) yang diperoleh dari uji ini lebih besar dari 0,05 (5%), maka kita tidak dapat menolak hipotesis nol yang menyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Cara yang biasa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik normal P-Plot dengan cara

melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya terdistribusi normal

Tabel 4.8 Uji Normalitas Menggunakan Analisis Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		130	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.19181280	
Most Extreme Differences	Absolute	.070	
	Positive	.040	
	Negative	-.070	
Test Statistic		.070	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.123	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.115
		Upper Bound	.131

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

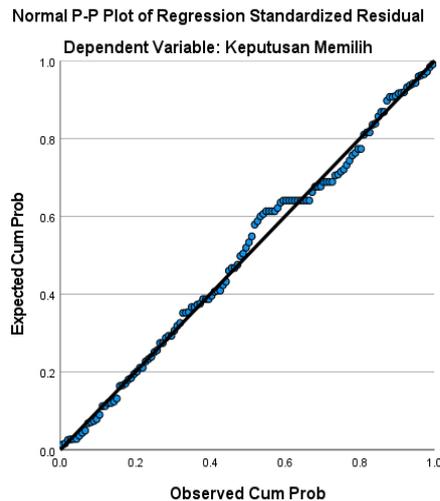
c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 112562564.

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, serta nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,123 dengan interval kepercayaan 99% berada pada rentang 0,115 hingga 0,131. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, yang mengindikasikan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antara distribusi residual dengan distribusi normal. Dengan kata lain, hipotesis yang menyatakan bahwa residual berdistribusi normal tidak dapat ditolak. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi ini memenuhi asumsi normalitas. Pemenuhan asumsi ini memperkuat validitas model regresi yang digunakan dalam penelitian, sehingga proses estimasi, uji signifikansi, dan interpretasi koefisien regresi dapat dilakukan secara lebih akurat dan terpercaya.



Gambar 4.1 Uji Data Menggunakan Normal Plot

Berdasarkan gambar Normal P-Plot di atas, sebaran titik-titik tampak relatif mendekati garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Meskipun demikian, uji normalitas menggunakan Normal P-Plot memiliki kelemahan, yaitu bersifat subjektif dalam penilaiannya. Penentuan apakah titik-titik tersebut cukup dekat dengan garis sangat bergantung pada persepsi pengamat. Akibatnya, terdapat kemungkinan kesalahan dalam menarik kesimpulan, misalnya ketika titik-titik tampak dekat dengan garis, namun sebenarnya tidak memenuhi kriteria distribusi normal secara statistik.

b) Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk mendeteksi apakah terdapat hubungan linear yang kuat antar variabel independen dalam model regresi, sehingga dapat memastikan bahwa model yang dibangun menghasilkan estimasi yang valid dan dapat diandalkan.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

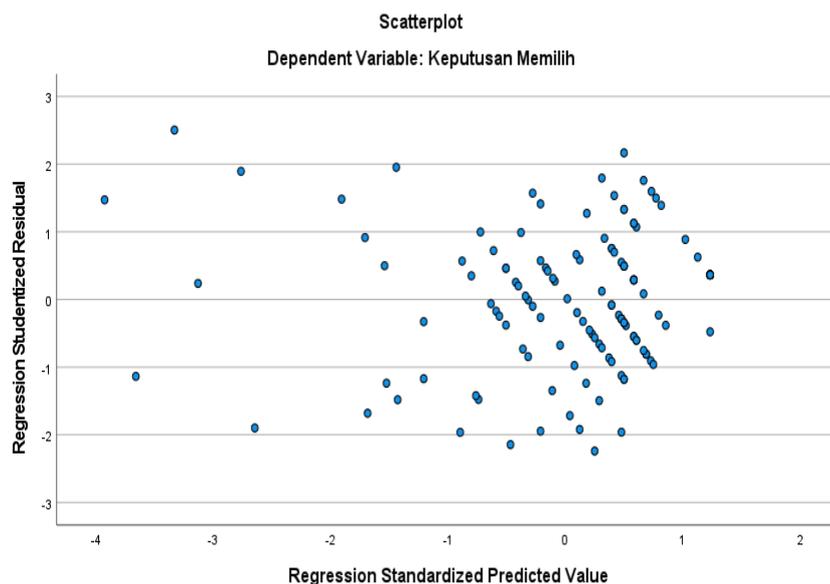
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9.802	1.475		6.646	.000		
Literasi Keuangan	.245	.024	.397	10.221	.000	.737	1.356
Youtube	.311	.018	.659	16.973	.000	.737	1.356

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa baik literasi keuangan maupun penggunaan YouTube berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan. Koefisien literasi keuangan sebesar 0,245 ($p = 0,000$) mengindikasikan bahwa semakin tinggi pemahaman mahasiswa terhadap konsep keuangan, maka semakin rasional pula keputusan yang diambil. Sementara itu, koefisien penggunaan YouTube sebesar 0,311 ($p = 0,000$) menunjukkan bahwa informasi dan konten yang dikonsumsi melalui platform digital ini memainkan peran penting dalam membentuk persepsi dan preferensi mahasiswa. Nilai beta standar memperlihatkan bahwa penggunaan YouTube ($\beta = 0,659$) lebih dominan dibanding literasi keuangan ($\beta = 0,397$), yang berarti media sosial menjadi saluran pengaruh yang kuat dalam proses pengambilan keputusan keuangan. Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antar variabel independen yang mengganggu model, sehingga model regresi layak digunakan untuk menarik kesimpulan.

c) Uji Heterokedastisitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi bersifat konstan atau tidak. Dengan kata lain, uji ini bertujuan untuk mendeteksi adanya ketidaksamaan varians (heteroskedastisitas) yang dapat memengaruhi keakuratan estimasi dalam model regresi.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber : Data Primer yang Diolah SPSS

Berdasarkan Gambar di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol serta tidak membentuk pola tertentu seperti garis, pengelompokan, atau kerucut. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga asumsi klasik mengenai kesamaan varians residual (homoskedastisitas) telah terpenuhi.

d) Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen yang berskala kontinu. Uji ini berguna untuk menganalisis arah hubungan (positif atau negatif) dan kekuatan pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, uji ini juga bermanfaat dalam membuat prediksi nilai variabel dependen berdasarkan nilai-nilai dari variabel independen yang diamati.

Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.802	1.475		6.646	.000
Literasi Keuangan	.245	.024	.397	10.221	.000
Youtube	.311	.018	.659	16.973	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda yang ditampilkan dalam tabel *Coefficients*, diketahui bahwa kedua variabel independen, yaitu literasi keuangan dan YouTube, berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, yaitu keputusan memilih lembaga keuangan. Hal ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi masing-masing variabel yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05, yaitu sebesar 0,000. Namun, jika dibandingkan antara keduanya, variabel YouTube memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap keputusan memilih lembaga keuangan. Hal ini

terlihat dari nilai Standardized Coefficients Beta yang dimiliki YouTube sebesar 0,659, lebih tinggi dibandingkan dengan literasi keuangan yang hanya sebesar 0,397. Selain itu, nilai t hitung variabel YouTube juga lebih tinggi (16,973) dibandingkan dengan literasi keuangan (10,221), yang mengindikasikan bahwa kontribusi pengaruh variabel YouTube lebih kuat secara statistik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa dalam konteks penelitian ini, penggunaan YouTube memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan dibandingkan dengan tingkat literasi keuangan yang dimiliki.

2) Uji Hipotesis

a) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen dalam model regresi berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini dilakukan untuk menguji hipotesis secara parsial, yaitu mengevaluasi pengaruh setiap variabel independen secara individu, bukan secara bersama-sama.

**Tabel 4.11 Hasil Uji t
Coefficients^a**

Variabel	t-hitung	Sig.(p-value)	keterangan
Literasi Keuangan	10,221	0.000	H1 diterima
Youtube	16.973	0.000	H2 diterima

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t), diperoleh bahwa kedua variabel independen dalam model regresi, yaitu literasi keuangan dan penggunaan YouTube, memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan. Variabel literasi keuangan menunjukkan nilai t-hitung sebesar 10,221 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), yang berarti hipotesis pertama (H_1) diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan yang dimiliki masyarakat, semakin baik pula kemampuan mereka dalam mengambil keputusan keuangan secara rasional. Selanjutnya, variabel penggunaan YouTube memperoleh nilai t-hitung sebesar 16,973 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis kedua (H_2) juga diterima. Artinya, penggunaan YouTube secara signifikan memengaruhi keputusan masyarakat, menunjukkan bahwa informasi yang diterima melalui platform digital memiliki daya pengaruh yang tinggi dalam membentuk preferensi dan perilaku keuangan masyarakat. Dengan demikian, secara parsial, kedua variabel independen terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap pengambilan keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan..

b) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji apakah semua variabel independen dalam model regresi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Jika hasilnya signifikan ($p\text{-value} < 0,05$), maka model regresi dianggap valid secara keseluruhan.

Tabel 4.12 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	Keterangan
1 Regression	1116.274	2	558.137	386.846	.000 ^b	
Residual	183.234	127	1.443			H3 diterima
Total	1299.508	129				

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Youtube, Literasi Keuangan

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Berdasarkan hasil uji ANOVA atau uji F, diketahui bahwa nilai F-hitung sebesar 386,846 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa model regresi secara simultan signifikan dalam menjelaskan variabel dependen, yaitu keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan. Dengan kata lain, variabel literasi keuangan dan penggunaan YouTube secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan tersebut. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H_3) yang menyatakan bahwa kedua variabel independen secara simultan memengaruhi keputusan memilih, dinyatakan diterima. Temuan ini memperkuat bahwa baik pengetahuan keuangan maupun media digital memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan preferensi keuangan mahasiswa secara kolektif.

c) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana model dapat menjelaskan variasi pada variabel dependen. Jika nilai R^2 mendekati 1 ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kontribusi yang sangat besar dalam memprediksi variabel dependen.

Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0 artinya variabel independen hamper tidak memberikan pengaruh terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.927 ^a	.859	.857	1.20116

a. Predictors: (Constant), Youtube, Literasi Keuangan

a Predictors: (Constant), Media Sosial X2, Literasi Keuangan X1

Sumber : *Data Primer yang Diolah SPSS*

Berdasarkan output Model Summary, diperoleh nilai R Square sebesar 0,859, yang menunjukkan bahwa 85,9% variasi dalam keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan dapat dijelaskan oleh variabel literasi keuangan dan penggunaan YouTube. Adapun sisanya sebesar 14,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti pengaruh teman sebaya, keluarga, iklan, atau pengalaman pribadi. Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,857 mengindikasikan bahwa model tetap stabil dan kuat meskipun disesuaikan dengan jumlah variabel bebas yang digunakan. Nilai standard error of the estimate sebesar 1,20116 menunjukkan tingkat penyimpangan data terhadap garis regresi, yang masih dalam batas yang dapat diterima. Dengan demikian, model regresi ini memiliki daya jelaskan yang sangat tinggi, sehingga dapat diandalkan untuk menggambarkan pengaruh literasi keuangan dan penggunaan YouTube terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih lembaga keuangan.

B. Pembahasan

1. Pengaruh literasi keuangan terhadap keputusan mahasiswa IAIN Palopo dalam memilih lembaga keuangan

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan (X1) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan masyarakat kota palopo dalam memilih lembaga keuangan, ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat literasi keuangan masyarakat, maka semakin baik pula kemampuan mereka dalam memahami informasi keuangan, mengenali produk dan layanan lembaga keuangan, serta menyesuaikan pilihan mereka dengan kebutuhan dan prinsip yang diyakini. Temuan ini selaras dengan penelitian terdahulu oleh Hasyim dkk. (2021), yang menyatakan bahwa literasi keuangan memang memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih lembaga keuangan, meskipun tidak sekuat pengaruh media sosial. Dalam penelitian mereka, literasi keuangan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan, sementara media sosial lebih berperan dalam mempengaruhi keputusan tersebut.

Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Harpa Sugiharti dan Kholida Atiyatul Maula (2020), yang menyatakan bahwa pengetahuan dasar keuangan yang baik dapat mempengaruhi pengelolaan keuangan mahasiswa, yang pada gilirannya

akan mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih lembaga keuangan.⁴⁹

2. Pengaruh Penggunaan youtube terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan

Hasil uji regresi juga menunjukkan bahwa penggunaan Youtube (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan masyarakat palopo dalam memilih lembaga keuangan, Semakin sering masyarakat mengakses informasi melalui YouTube, semakin besar pula pengaruh yang ditimbulkan terhadap cara mereka menentukan pilihan lembaga keuangan. youtube menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi mengenai produk, layanan, dan citra lembaga keuangan, sehingga dapat membentuk persepsi dan preferensi masyarakat dalam mengambil keputusan.

Hasil ini sangat sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lina Ayu Safitri dan Chriswardana Bayu Dewa, yang menemukan bahwa media sosial berpengaruh positif terhadap perilaku keuangan, termasuk pengelolaan keuangan.⁵⁰ Selain itu, penelitian oleh Betari Maharani dan Nur Hidayah juga menunjukkan bahwa media sosial, meskipun lebih banyak berfokus pada keputusan investasi, memiliki peran yang signifikan

⁴⁹ H. Sugiharti dan K. A. Maula, "Pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku pengelolaan keuangan mahasiswa," *Accountthink: Journal of Accounting and Finance* 4, no. 2 (2020).

⁵⁰ L. A. Safitri dan C. B. Dewa, "Analisa Pengaruh Literasi Keuangan Melalui Media Sosial Instagram Terhadap Pengelolaan Keuangan Generasi-Z," *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 5, no. 2 (2022).

dalam pengambilan keputusan keuangan.⁵¹ Oleh karena itu, bagi masyarakat kota Palopo, YouTube bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi penting dalam memilih lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan prinsip mereka.

3. Pengaruh literasi keuangan dan youtube terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan

Hasil uji F menunjukkan bahwa literasi keuangan dan penggunaan youtube secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan, Temuan ini mengindikasikan bahwa kombinasi antara pemahaman keuangan yang memadai dan akses informasi melalui youtube memberikan kontribusi yang kuat dalam membentuk keputusan. Ketika masyarakat memiliki pengetahuan yang cukup mengenai keuangan dan secara aktif memanfaatkan youtube sebagai sumber informasi, mereka cenderung lebih percaya diri dan selektif dalam menentukan lembaga keuangan yang sesuai dengan kebutuhan serta nilai-nilai syariah yang dianut. Selain itu, kemampuan model dalam menjelaskan keputusan masyarakat tergolong sangat baik, yang menandakan bahwa kedua variabel ini memiliki peran yang penting dalam memengaruhi perilaku pemilihan lembaga keuangan di kalangan masyarakat.

⁵¹ B. Maharani dan N. Hidayah, "Peran media sosial dalam pengambilan keputusan investasi," *Jurnal Akuntansi Trisakti* 8, no. 2 (2021): 275-286.

Temuan ini sejalan dengan penelitian oleh Merci Souisa dkk. yang menyatakan bahwa kombinasi antara literasi keuangan dan teknologi media sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan minat berinvestasi, yang dalam hal ini sejalan dengan keputusan memilih lembaga keuangan.⁵²



⁵² M. Souisa, L. Loppies, dan R. Christany, "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura," *Jurnal Minfo Polgan* 12, no. 1 (2023): 1005-1012.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Literasi keuangan berpengaruh terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Masyarakat yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu memahami produk-produk keuangan, membandingkan layanan antar lembaga, serta mengambil keputusan secara lebih rasional dan terencana. Literasi keuangan membantu masyarakat mengenali risiko dan manfaat dari keputusan keuangan yang mereka ambil, sehingga mendorong perilaku finansial yang bijak.
2. Penggunaan YouTube berpengaruh signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan dan menjadi variabel yang paling dominan dalam penelitian ini. YouTube sebagai media sosial berbasis visual dan audio terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian dan memengaruhi cara berpikir masyarakat, terutama dalam konteks pencarian informasi keuangan. Konten yang disajikan di YouTube lebih mudah diakses, menarik, dan bersifat persuasif, sehingga memiliki pengaruh yang lebih kuat dibandingkan literasi keuangan dalam memengaruhi keputusan masyarakat.

3. Secara simultan, literasi keuangan dan penggunaan YouTube secara bersama-sama berkontribusi dalam memengaruhi keputusan masyarakat Kota Palopo dalam memilih lembaga keuangan. Kombinasi antara pengetahuan keuangan dan informasi yang diperoleh melalui media sosial menjadikan masyarakat lebih kritis dan selektif dalam menentukan pilihan keuangan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa keduanya memiliki peran penting dalam membentuk preferensi dan perilaku finansial masyarakat di era digital.

B. Saran

1. Kepada lembaga keuangan di Kota Palopo, disarankan untuk memaksimalkan pemanfaatan platform YouTube sebagai media edukasi dan promosi layanan keuangan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan YouTube memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan masyarakat dalam memilih lembaga keuangan. Oleh karena itu, penyajian konten yang informatif, menarik, dan komunikatif di platform tersebut dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman serta daya tarik masyarakat terhadap produk atau layanan keuangan.

2. Bagi Instansi terkait (Pemerintah Daerah, Lembaga Keuangan, dan Institusi Pendidikan) disarankan untuk terus mengupayakan peningkatan literasi keuangan masyarakat melalui program edukasi yang terstruktur, seperti seminar, pelatihan, maupun penyebaran materi edukatif secara daring maupun luring. Peningkatan literasi keuangan diyakini dapat mendukung pengambilan keputusan keuangan yang lebih rasional dan bertanggung jawab.
3. Kepada peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mengeksplorasi lebih dalam jenis konten YouTube yang paling berpengaruh terhadap pengambilan keputusan, seperti konten edukasi finansial, ulasan produk keuangan, maupun testimoni pengguna. Penelitian lanjutan juga dapat mempertimbangkan variabel lain yang relevan, seperti pengaruh lingkungan sosial, pengalaman pribadi, atau faktor ekonomi. Peneliti berikutnya juga diharapkan dapat memperluas cakupan populasi dan wilayah penelitian, agar temuan yang dihasilkan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi dan mencerminkan keragaman karakteristik masyarakat secara lebih menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd. Kadir Arno and A Ziaul Assad, "Peran Otoritas Jasa Keuangan Dalam Mengawasi Resiko Pembiayaan Dalam Investasi "Bodong" *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* Maret 2020, Vol.5, No. 1 <https://Ejournal.Iainpalopo.Ac.Id/Index.Php/Alamwal/Index>," *Al-Amwal : Journal of Islamic Economic Law* 5, no. 1 (2020): 59–71.
- Aditia, Abdul Rahman Raka, Muhammad Wadud, and M. Kurniawan DP. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor NMAX Pada PT Yamaha A. Rivai Palembang." *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM* 1 (01): 23–37. <https://doi.org/10.47747/jnmpsdm.v1i01.4>.
- Alfiatunnisa, Elsa, Hildah Zulfah Khairunnisa, Sani Hayati, and Vianty Listya Maulida. 2022. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Kemandirian Siswa Sekolah Dasar Kelas 1." *JURNAL HURRIAH: Jurnal Evaluasi Pendidikan Dan Penelitian* 3 (2): 29–36. <https://doi.org/10.56806/jh.v3i2.81>.
- Amalia, Rezha Nur, Ragil Setia Dianingati, and Eva Annisaa'. 2022. "Pengaruh Jumlah Responden Terhadap Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Dan Perilaku Swamedikasi." *Generics: Journal of Research in Pharmacy* 2 (1): 9–15. <https://doi.org/10.14710/genres.v2i1.12271>.
- Annida Azhari Ritonga, M. Falih Daffa, Yunita Azhari. 2023. "Analisis Pengujian Hipotesis Terhadap Kesejahteraan Masyarakat." *Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan* 87 (1,2): 149–200.
- Azizah. 2021. "Model Terbaik Uji Multikolinearitas Untuk Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Produksi Padi Di Kabupaten Blora Tahun 2020." *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS* 4:61–69. https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5.
- Azizah, Nurul Safura. 2020. "Lifestyles." *Competition for California Water: Alternative Resolutions* 01:92–101. <https://doi.org/10.1558/ecotheology.v9i1.124>.
- Bonang, Dahlia. 2019. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perencanaan Keuangan Keluarga Di Kota Mataram." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 4 (2): 155–65. <https://doi.org/10.32505/v4i2.1256>.
- Fauzi, Intan Syafira Nur, and Ari Sulistyowati. 2022. "Literasi Keuangan Dan Perilaku Keuangan Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif Pada

Player Call Of Duty: Mobile.” *Jurnal Kajian Ilmiah* 22 (2): 129–42. <https://doi.org/10.31599/jki.v22i2.730>.

Fitriani, Yuni. 2021. “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital.” *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research* 5 (4): 1006–13. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609>.

Hasimi, Diah Mukminatul. 2020. “Implementasi Program Bantuan Pangan Non Tunai (Bpnt) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Perspektif Ekonomi Islam.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Islam* 2 (3): 81–94. <https://doi.org/10.55606/jurima.v3i3.2514>.

Hijir, Puput Siti. 2022. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan Dengan Financial Technology (Fintech) Sebagai Variabel Intervening Pada Ukm Di Kota Jambi.” *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 11 (01): 147–56. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i01.17273>.

Laturette, Kazia, Luky Patricia Widianingsih, and Lucky Subandi. 2021. “Literasi Keuangan Pada Generasi Z.” *Jurnal Pendidikan Akuntansi (JPAK)* 9 (1): 131–39. <https://doi.org/10.26740/jpak.v9n1.p131-139>.

Lubis, N R, and T Balqis. 2023. “Analisis Keputusan Dan Kepuasan Mahasiswa S2 Uinsu Dalam Menggunakan Layanan Fintech (Studi Kasus Dompot Online Dana).” *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal ...* 8 (30): 1038–47. <https://journal.umsurabaya.ac.id/Mas/article/view/21224%0Ahttps://journal.um-surabaya.ac.id/Mas/article/download/21224/7187>.

Maharani, Betari, and Nur Hidayah. 2021. “Peran Media Sosial Dalam Pengambilan Keputusan Investasi.” *Jurnal Akuntansi Trisakti* 8 (2): 275–86. <https://doi.org/10.25105/jat.v8i2.9926>.

Mardiotmoko-Gun. 2020. “Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda.” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan* 14 (3): 333–42. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>.

Mujahidin, Adzan Nor Bakri, Ishak, Muh. Rasbi, Dito, Qisty Amalina, "Pengabdian Masyarakat Tentang Literasi Keuangan Pada Pegawai Kemenag Kab. Luwu."

Muhammad Nur Alam Muhajir, Nur Apriani Buluatie, Muh. Zulqarnain, dan Alma, "Apakah Literasi Keuangan Mempengaruhi Gaya Hidup? Bukti Empiris Ibu Rumah Tangga Tidak Bekerja." *Jurnal Muamalah* 14, no 2 (2024)

Mustapa, Atika, Rizan Machmud, and Djoko L Radji. 2022. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Umkm

- Jiksau Food.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 5 (1): 2022. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>.
- Muthahharah, Isma, and Inayanti Fatwa. 2022. “Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Media Pembelajaran Daring Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Di STKIP Pembangunan.” *Jurnal MSA (Matematika Dan Statistika Serta Aplikasinya)* 10 (1): 53–60. <https://doi.org/10.24252/msa.v10i1.25145>.
- Pranatawijaya, Viktor Handrianus, Widiatry Widiatry, Ressa Priskila, and Putu Bagus Adidyana Anugrah Putra. 2019. “Penerapan Skala Likert Dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online.” *Jurnal Sains Dan Informatika* 5 (2): 128–37. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>.
- Pratidina, Nabila Diva, and Jane Mitha. 2023. “Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature.” *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi* 23 (1): 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>.
- Pujiono, Andrias. 2021. “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z.” *Didache: Journal of Christian Education* 2 (1): 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>.
- Rahayu. R. 2022. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Literasi Keuangan Digital- Studi Pada Generasi Z Di Indonesia .” *Reviu Akuntansi Dan Bisnis Indonesia* 6 (1): 73–87. <https://doi.org/10.18196/rabin.v6i1.142682>.
- Schlumpf, Jenn. 2021. “Loyola Consumer Law Review Why Financial Transparency Without Financial Literacy Is Not Enough : The Global Impact of Education on Financial Literacy Rates” 33 (1).
- Siregar, Dina Khairuna, and Desfi Rahma Anggraeni. 2022. “39-Article Text-103-1-10-20220130” 2 (1): 96–112.
- Sofwatillah, Risnita, M. Syahrani Jailani, and Deassy Arestya Saksitha. 2024. “Teknik Analisis Data Kuantitatif Dan Kualitatif Dalam Penelitian Ilmiah.” *Journal Genta Mulia* 15 (2): 79–91.
- Souisa, Merci, Lilian Loppies, and Restia Christany. 2023. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Dan Teknologi Media Sosial Terhadap Minat Berinvestasi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Pattimura.” *Jurnal Minfo Polgan* 12 (1): 1005–12. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12554>.
- Sugiharti, Harpa, and Kholida Atiyatul Maula. 2019. “Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa.”

Accounthink: Journal of Accounting and Finance 4 (2): 804–18.
<https://doi.org/10.35706/acc.v4i2.2208>.

Thursina Fazrian. 2023. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental Siswa Pada Salah Satu SMAN Di Kota Bandung.” *Jurnal Psikologi Dan Konseling West Science* 1 (01): 19–30. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jpkws/article/view/180>.

Vingky, Hasyim, Dwi Pratama, Mentari Rezeki, Ramadhani Tasya, and Amelia Natali. 2024. “Hubungan Antara Literasi Keuangan Dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Lembaga Keuangan” 1 (2): 572–82.

Wulandari, Catur, and David Efendi. 2021. “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan CSR Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Neraca Peradaban* 1 (2): 128–35.





L

A

M

P

I

R

A

N

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Silakan isi identitas Anda pada kolom yang tersedia.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

3. Usia :

4. Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Bacalah dan pahami setiap pernyataan dengan baik agar tidak ada yang terlewatkan.

2. Berikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman atau pendapat Anda secara jujur.

3. Setiap pernyataan dalam kuesioner menggunakan Skala Likert 6 Poin sebagai berikut:

Intepertasi Skala	Skala
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Cukup Setuju	4
Setuju	5
Sangat Setuju	6

No	Indikator	Pernyataan	S T S	TS	KS	CS	S	SS
Literasi Keuangan (X1)								
1	Pengetahuan umum tentang keuangan	Saya memahami cara mengelola keuangan pribadi, termasuk perencanaan keuangan dan						

		pengendalian pengeluaran							
2		Saya mengetahui prinsip dasar ekonomi syariah dalam pengelolaan keuangan.							
3		Saya memahami pentingnya literasi keuangan dalam membuat keputusan tentang tabungan, investasi, dan pinjaman							
4	Simpanan dan pinjaman	Saya memahami manfaat menabung di lembaga keuangan syariah.							
5		Saya memahami perbedaan utama antara tabungan syariah dan tabungan konvensional dalam hal akad, keuntungan, dan pengelolaan dana							
6		Saya memahami konsep akad yang digunakan dalam transaksi simpanan dan pembiayaan di lembaga keuangan syariah.							
7	Asuransi	Saya mengetahui perbedaan utama antara asuransi syariah dan asuransi konvensional.							
8		Saya memahami bahwa asuransi syariah bekerja berdasarkan prinsip tolong-menolong (ta'awun) dan dana tabarru							
9		Saya mengetahui manfaat asuransi syariah dalam melindungi keuangan dari risiko yang tidak terduga							
10	Investasi	memahami konsep investasi Saya syariah							
11		Saya mengetahui berbagai instrumen investasi syariah yang tersedia di pasar keuangan							
12		Saya memahami konsep bagi hasil dalam investasi syariah							
13		Saya memahami perbedaan antara saham syariah dan saham konvensional							
Youtube (X2)									
14	Frekuensi akses YouTube	Saya mengakses YouTube minimal sekali dalam seminggu							
15		Saya lebih suka menonton video YouTube dibandingkan membaca artikel tentang keuangan							
16	Tingkat keterlibatan dengan konten keuangan	Saya sering memberikan komentar atau menyukai video tentang lembaga keuangan di YouTube							
17		Saya sering berdiskusi dengan teman mengenai konten edukasi dari YouTube							

18	Sumber informasi dari YouTube	Saya lebih percaya informasi keuangan dari YouTube dibandingkan sumber lain						
19		Saya merasa informasi lembaga keuangan yang disampaikan melalui YouTube lebih mudah dipahami.						
20		Saya merasa video edukasi lembaga keuangan di YouTube membantu saya memahami konsep perbankan dengan lebih baik						
21	Jenis konten yang ditonton	Saya lebih tertarik dengan video edukasi lembaga keuangan syariah dibandingkan konten hiburan						
22		Saya sering menonton video review produk lembaga keuangan sebelum mengambil keputusan						
23		Saya sering menonton video tutorial cara menggunakan aplikasi lembaga keuangan						
Keputusan Memilih Lembaga Keuangan (Y)								
24	Kualitas produk	Saya memilih lembaga keuangan yang kualitas produk dan layanan sesuai prinsip syariah						
25		Saya mempertimbangkan layanan syariah dalam memilih lembaga keuangan						
26		Saya lebih percaya lembaga keuangan yang fitur transaksi digitalnya memiliki sistem keamanan yang kuat dan tetap sesuai dengan prinsip syariah						
27	Reputasi merek	Saya mempertimbangkan reputasi lembaga keuangan sebelum memilihnya						
28		Saya lebih tertarik menggunakan lembaga keuangan yang direkomendasikan oleh influencer keuangan atau tokoh ekonomi Islam						
29		Saya lebih tertarik menggunakan lembaga keuangan yang memiliki banyak testimoni positif						
30	Keragaman produk	Saya lebih tertarik pada lembaga keuangan Syariah karena memiliki berbagai macam produk keuangan syariah.						
31		Saya lebih memilih Bank lembaga keuangan yang menyediakan produk sesuai prinsip syariah						

6	6	6	6	6	6	6	6	48
6	6	6	5	6	6	5	5	45
5	5	5	6	5	6	5	6	43
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	6	5	5	6	6	6	5	44
5	6	6	5	6	6	5	5	44
5	5	6	6	5	5	5	6	43
5	6	6	5	6	6	6	5	45
5	6	6	5	6	5	6	5	44
5	6	6	5	5	5	5	5	42
6	6	6	6	6	6	6	5	47
6	5	6	5	6	6	5	6	45
6	5	6	6	5	6	6	6	46
5	6	6	5	6	6	5	6	45
6	5	5	6	6	5	6	6	45
6	5	5	6	5	6	5	5	43
6	5	5	5	6	5	5	5	42
5	6	6	6	5	6	6	6	46
5	6	6	5	6	6	6	5	45
5	6	5	6	6	5	6	5	44
5	6	5	5	6	5	6	6	44
5	5	6	5	6	6	5	5	43
6	5	6	6	5	5	5	5	43
6	6	5	6	6	6	5	6	45
5	5	6	6	6	5	6	6	45
5	5	6	6	5	5	6	6	44
6	5	6	6	5	5	5	5	43
6	6	5	6	6	6	6	6	47
6	5	6	6	6	5	6	5	45
6	5	6	6	5	6	6	6	46
5	6	6	5	6	6	5	6	45
5	6	6	6	5	6	6	5	44
5	5	6	6	6	6	5	6	45
6	6	6	6	6	6	6	6	48
5	6	5	6	6	6	5	6	45
5	6	6	5	6	6	5	6	45
5	6	6	6	5	6	5	6	45
5	6	5	6	6	5	6	5	44
6	6	6	6	6	6	6	6	48
6	5	6	6	6	6	5	6	46
6	6	6	5	5	6	6	6	46
6	6	5	6	6	6	5	6	46
6	6	5	6	6	6	6	6	47
6	6	5	6	6	6	6	6	47
6	6	5	6	6	5	6	6	46
6	5	6	6	6	6	5	6	46
6	5	6	6	6	5	6	6	46
5	6	6	6	6	6	6	6	47
6	5	6	6	6	6	5	6	46
5	6	6	5	6	5	6	6	45
5	6	6	6	5	6	6	5	45
5	6	6	6	6	5	6	6	46
5	6	5	6	6	6	6	6	46
5	6	6	6	5	6	6	6	46
5	6	6	5	6	6	5	6	45
5	6	6	5	6	6	5	6	45

Lampiran 3: Data Responden

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
Siti nurfadilah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Zalikhah Salsabila	Perempuan	17-25	Mahasiswa
FIRDAYANI	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Bella Fadila	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nawira	Perempuan	36-45	Pekerja formal/informal
Nanda Mutiara Fadilla	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Teman mu Kamran	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Alfina Damayanti	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Arifin	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
Kurnia	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Hanizah Humairah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Tenriani putri	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
marwah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Arga	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
Nur Afni	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Safira Adara Mardan	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Dandi Ishak	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Nuraeni N, S.E	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Caddi	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Aghil	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Jahriya	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Inna	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nur Fitria	Perempuan	17-25	Mahasiswa
alfikri	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
yuyunangraeni	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Syarifa	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
josua	Laki-Laki	17-25	Pekerja formal/informal
Reski	Perempuan	17-25	Mahasiswa
pentti	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
wiska	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Jumriani	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Kiswa Nuraila Hamzan	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Husniar	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Murfaisyah	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Nia Ramadhani	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Vera Siska	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Zakaria	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
junianti	Perempuan	36-45	Pekerja formal/informal
Abd Rian Gafur	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Jalil	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
Khaerul F	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
sudirman	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
Kaizar Ramadhan	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
supardi	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
Tiara Lestari	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Hasrianti	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Aisyah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Najwa Latif	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Desy Ratnasari	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Indriyani Putri	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Amelia Putri	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Suci Ramadhani	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Isnaeni Idrus	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Mursalam	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Ristia Sanghas	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Ryan Prayoga	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Hamzan	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
Sahrianti Fani	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nurmitayanti	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Muh Al-Ghifari	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Dea Ananda	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Eva Fitriani	Perempuan	17-25	Mahasiswa

Dhia Azizah Faizal	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Hesvitasari Dahlan	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Diah Keyla	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Yanti	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Malasari	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Fadilah Rustam	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Cahaya	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Riska Laransi	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Syahid	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
Azhar H	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Ripal sialla	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Syamsul	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Abi Fauzan	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Putri Jumasdin	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Lisnawati	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Wahyuni	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Rosmini	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Anggi regina	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nursyamsi	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Alzaytun Hikmah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nurul Atikah	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Esa Sania	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Faudiah Anwar	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Irma Yanti	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Samsiana	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Rabaisa	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
junaedi	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
Ega Prasiska	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Nurmanda	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Hasnidar	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
KARINA	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Arlioni	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Jumrida	Perempuan	36-45	Pekerja formal/informal
ANGGRENI	Perempuan	17-25	Mahasiswa
windi	Perempuan	26-35	Pekerja formal/informal
Elisa	Perempuan	17-25	Pekerja formal/informal
gina	Perempuan	26-35	Mahasiswa
Alyanda Citra	Perempuan	17-25	Mahasiswa
mersyyy	Perempuan	17-25	Mahasiswa
muh. Qooyum	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Magfira	Perempuan	26-35	Mahasiswa
Syawal	Laki-Laki	36-45	Pekerja formal/informal
Alfat	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
muh fatur	Laki-Laki	26-35	Pekerja formal/informal
ismayanti	Perempuan	26-35	Mahasiswa
ayrin	Perempuan	17-25	Mahasiswa
salsa syahid	Perempuan	17-25	Mahasiswa
zafran	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
puspitasari	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Alpian Saputra	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Wahyu	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
rifki	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Irham	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
muh Fadli	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
winda	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Serly	Perempuan	17-25	Mahasiswa
sartika	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Lilis qarlina	Perempuan	17-25	Mahasiswa
rima	Perempuan	17-25	Mahasiswa
anriano	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
andini	Perempuan	17-25	Mahasiswa
jesika	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Dina Awalia	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Saldi Adrian	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa
Amanda Ayu Putri	Perempuan	17-25	Mahasiswa
Abdul	Laki-Laki	17-25	Mahasiswa

asyhalina Khanza	Perempuan	17-25	Mahasiswa
salwa Khaerunnissa	Perempuan	17-25	Mahasiswa

JK					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	38	29.2	29.2	29.2
	Perempuan	92	70.8	70.8	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	100	76.9	76.9	76.2
	26-35	20	15.4	15.4	92.3
	36-45	10	7.7	7.7	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

PEKERJAAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	100	76.9	76.9	76.9
	Pekerja formal/informal	30	23.1	23.1	100.0
	Total	130	100.0	100.0	

Lampiran 4: Uji Intrumen Penelitian

Uji Validitas Variabel Literasi Keuangan

		LK1	LK2	LK3	LK4	LK5	LK6	LK7	LK8	LK9	LK10
LK1	Pearson Correlation	1	.569**	.733**	.624**	.486**	.510**	.410*	.250	.653**	.220
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.007	.004	.024	.183	.000	.242
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK2	Pearson Correlation	.569**	1	.817**	.741**	.556**	.601**	.461*	.419*	.593**	.285
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.001	.000	.010	.021	.001	.127
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK3	Pearson Correlation	.733**	.817**	1	.775**	.499**	.498**	.502**	.381*	.645**	.209
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.005	.005	.005	.038	.000	.268
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK4	Pearson Correlation	.624**	.741**	.775**	1	.285	.410*	.389*	.542**	.540**	.285
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.127	.024	.034	.002	.002	.127
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK5	Pearson Correlation	.486**	.556**	.499**	.285	1	.558**	.669**	.288	.697**	.397*
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.005	.127		.001	.000	.123	.000	.030
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK6	Pearson Correlation	.510**	.601**	.498**	.410*	.558**	1	.375*	.493**	.553**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.005	.024	.001		.041	.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK7	Pearson Correlation	.410*	.461*	.502**	.389*	.669**	.375*	1	.216	.434*	.214
	Sig. (2-tailed)	.024	.010	.005	.034	.000	.041		.251	.017	.257
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK8	Pearson Correlation	.250	.419*	.381*	.542**	.288	.493**	.216	1	.376*	.809**
	Sig. (2-tailed)	.183	.021	.038	.002	.123	.006	.251		.041	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK9	Pearson Correlation	.653**	.593**	.645**	.540**	.697**	.553**	.434*	.376*	1	.189
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.002	.000	.002	.017	.041		.317
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK10	Pearson Correlation	.220	.285	.209	.285	.397*	.655**	.214	.809**	.189	1
	Sig. (2-tailed)	.242	.127	.268	.127	.030	.000	.257	.000	.317	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK11	Pearson Correlation	.285	.268	.130	.268	.497**	.572**	.336	.506**	.212	.731**
	Sig. (2-tailed)	.127	.152	.495	.152	.005	.001	.069	.004	.261	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK12	Pearson Correlation	.383*	.516**	.489**	.626**	.337	.589**	.303	.635**	.533**	.475**
	Sig. (2-tailed)	.036	.004	.006	.000	.069	.001	.104	.000	.002	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
LK13	Pearson Correlation	.681**	.681**	.853**	.758**	.463*	.505**	.530**	.298	.599**	.150
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.010	.004	.003	.109	.000	.429
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_LK	Pearson Correlation	.736**	.819**	.826**	.798**	.694**	.780**	.602**	.656**	.745**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

		LK11	LK12	LK13	TOTAL_LK
LK1	Pearson Correlation	.285	.383*	.681**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.127	.036	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK2	Pearson Correlation	.268	.516**	.681**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.152	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK3	Pearson Correlation	.130	.489**	.853**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.495	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK4	Pearson Correlation	.268	.626**	.758**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.152	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK5	Pearson Correlation	.497**	.337	.463*	.694**
	Sig. (2-tailed)	.005	.069	.010	.000
	N	30	30	30	30
LK6	Pearson Correlation	.572**	.589**	.505**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.004	.000
	N	30	30	30	30
LK7	Pearson Correlation	.336	.303	.530**	.602**
	Sig. (2-tailed)				
	N	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	.069	.104	.003	.000
	N	30	30	30	30
LK8	Pearson Correlation	.506	.635	.298	.656
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.109	.000
	N	30	30	30	30
LK9	Pearson Correlation	.212	.533	.599	.745
	Sig. (2-tailed)	.261	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30
LK10	Pearson Correlation	.731	.475	.150	.584
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.429	.001
	N	30	30	30	30
LK11	Pearson Correlation	1	.439	.249	.570
	Sig. (2-tailed)		.015	.184	.001
	N	30	30	30	30
LK12	Pearson Correlation	.439	1	.453	.723
	Sig. (2-tailed)	.015		.012	.000
	N	30	30	30	30
LK13	Pearson Correlation	.249	.453	1	.796
	Sig. (2-tailed)	.184	.012		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL_LK	Pearson Correlation	.570	.723	.796	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30

Uji Validitas Variabel Youtube

		Correlations						
		YT1	YT2	YT3	YT4	YT5	YT6	YT7
YT1	Pearson Correlation	1	.580**	.632**	.708**	.407*	.250	.098
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.026	.183	.608
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT2	Pearson Correlation	.580**	1	.722**	.418*	.595**	.380*	.297
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.022	.001	.038	.111
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT3	Pearson Correlation	.632**	.722**	1	.728**	.441*	.236	.132
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.015	.210	.485
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT4	Pearson Correlation	.708**	.418*	.728**	1	.249	.089	.071
	Sig. (2-tailed)	.000	.022	.000		.185	.642	.709
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT5	Pearson Correlation	.407*	.595**	.441*	.249	1	.389*	.400*
	Sig. (2-tailed)	.026	.001	.015	.185		.033	.029
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT6	Pearson Correlation	.250	.380*	.236	.089	.389*	1	.245
	Sig. (2-tailed)	.183	.038	.210	.642	.033		.192
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT7	Pearson Correlation	.098	.297	.132	.071	.400*	.245	1
	Sig. (2-tailed)	.608	.111	.485	.709	.029	.192	
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT8	Pearson Correlation	.497**	.614**	.559**	.282	.482**	.386*	.248
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.001	.131	.007	.035	.187
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT9	Pearson Correlation	.168	.443*	.456*	.228	.574**	.357	.596**
	Sig. (2-tailed)	.375	.014	.011	.225	.001	.053	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
YT10	Pearson Correlation	.263	.301	.367*	.364*	.225	.105	.202
	Sig. (2-tailed)	.160	.106	.046	.048	.232	.581	.284
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y T	Pearson Correlation	.735**	.825**	.833**	.679**	.713**	.483**	.459**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.011
	N	30	30	30	30	30	30	30

		YT8	YT9	YT10	TOTAL_YT
YT1	Pearson Correlation	.497**	.168	.263	.735**
	Sig. (2-tailed)	.005	.375	.160	.000
	N	30	30	30	30
YT2	Pearson Correlation	.614**	.443*	.301	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.106	.000
	N	30	30	30	30
YT3	Pearson Correlation	.559**	.456*	.367*	.833**
	Sig. (2-tailed)	.001	.011	.046	.000
	N	30	30	30	30
YT4	Pearson Correlation	.282	.228	.364*	.679**
	Sig. (2-tailed)	.131	.225	.048	.000
	N	30	30	30	30
YT5	Pearson Correlation	.482**	.574**	.225	.713**
	Sig. (2-tailed)	.007	.001	.232	.000
	N	30	30	30	30
YT6	Pearson Correlation	.386*	.357	.105	.483**
	Sig. (2-tailed)	.035	.053	.581	.007

	N	30	30	30	30
YT7	Pearson Correlation	.248	.596**	.202	.459
	Sig. (2-tailed)	.187	.001	.284	.011
	N	30	30	30	30
YT8	Pearson Correlation	1	.284	.520**	.706**
	Sig. (2-tailed)		.128	.003	.000
	N	30	30	30	30
YT9	Pearson Correlation	.284	1	.232	.629**
	Sig. (2-tailed)	.128		.217	.000
	N	30	30	30	30
YT10	Pearson Correlation	.520**	.232	1	.512**
	Sig. (2-tailed)	.003	.217		.004
	N	30	30	30	30
TOTAL_YT	Pearson Correlation	.706**	.629**	.512**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	
	N	30	30	30	30

Uji Validitas Variabel Keputusan Memilih

		Correlations					
		KM1	KM2	KM3	KM4	KM5	KM6
KM1	Pearson Correlation	1	.135	.117	.327	.394	.066
	Sig. (2-tailed)		.479	.539	.077	.031	.728
	N	30	30	30	30	30	30
KM2	Pearson Correlation	.135	1	.151	.197	.522**	.367
	Sig. (2-tailed)	.479		.426	.298	.003	.046
	N	30	30	30	30	30	30
KM3	Pearson Correlation	.117	.151	1	.397	.014	.000
	Sig. (2-tailed)	.539	.426		.030	.941	1.000
	N	30	30	30	30	30	30
KM4	Pearson Correlation	.327	.197	.397	1	.223	.376
	Sig. (2-tailed)	.077	.298	.030		.236	.041
	N	30	30	30	30	30	30
KM5	Pearson Correlation	.394	.522**	.014	.223	1	.253
	Sig. (2-tailed)	.031	.003	.941	.236		.178
	N	30	30	30	30	30	30
KM6	Pearson Correlation	.066	.367	.000	.376	.253	1
	Sig. (2-tailed)	.728	.046	1.000	.041	.178	
	N	30	30	30	30	30	30
KM7	Pearson Correlation	.265	.467	.314	.489	.421	.250
	Sig. (2-tailed)	.156	.009	.091	.006	.020	.183
	N	30	30	30	30	30	30
KM8	Pearson Correlation	.249	.220	.279	.197	.549**	.308
	Sig. (2-tailed)	.185	.242	.136	.298	.002	.098
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL_KM	Pearson Correlation	.516**	.628**	.492**	.641**	.702**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.006	.000	.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30

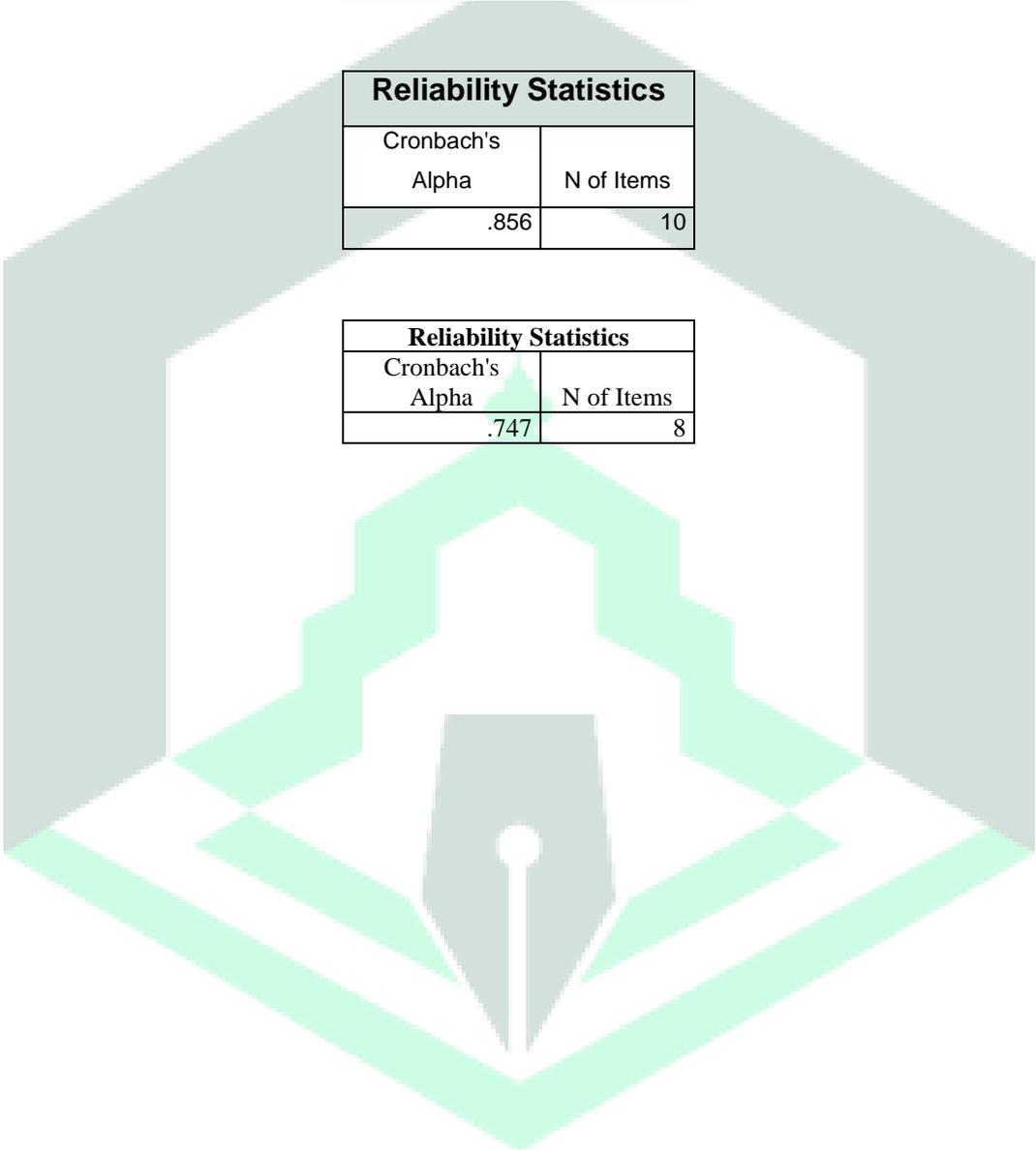
		Correlations		
		KM7	KM8	TOTAL_KM
KM1	Pearson Correlation	.265	.249	.516**
	Sig. (2-tailed)	.156	.185	.004
	N	30	30	30
KM2	Pearson Correlation	.467	.220	.628**
	Sig. (2-tailed)	.009	.242	.000
	N	30	30	30
KM3	Pearson Correlation	.314	.279	.492**
	Sig. (2-tailed)	.091	.136	.006
	N	30	30	30
KM4	Pearson Correlation	.489	.197	.641**
	Sig. (2-tailed)	.006	.298	.000
	N	30	30	30
KM5	Pearson Correlation	.421	.549**	.702**
	Sig. (2-tailed)	.020	.002	.000
	N	30	30	30
KM6	Pearson Correlation	.250	.308	.528**
	Sig. (2-tailed)	.183	.098	.003
	N	30	30	30
KM7	Pearson Correlation	1	.216	.702**
	Sig. (2-tailed)		.252	.000
	N	30	30	30
KM8	Pearson Correlation	.216	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.252		.000
	N	30	30	30
TOTAL_KM	Pearson Correlation	.702**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.921	13

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.856	10

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.747	8



Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.19181280
Most Extreme Differences	Absolute		.070
	Positive		.040
	Negative		-.070
Test Statistic			.070
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.		.123
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.115
		Upper Bound	.131
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. This is a lower bound of the true significance.			
e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 112562564.			

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.802	1.475		6.646	.000		
	Literasi	.245	.024	.397	10.221	.000	.737	1.356
	Keuangan							
	Youtube	.311	.018	.659	16.973	.000	.737	1.356

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

Lampiran 6: Uji Regresi Linier Berganda

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.802	1.475		6.646	.000
	Literasi Keuangan	.245	.024	.397	10.221	.000
	Youtube	.311	.018	.659	16.973	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

UJI T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.802	1.475		6.646	.000		
	Literasi Keuangan	.245	.024	.397	10.221	.000	.737	1.356
	Youtube	.311	.018	.659	16.973	.000	.737	1.356

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1116.274	2	558.137	386.846	.000 ^b
	Residual	183.234	127	1.443		
	Total	1299.508	129			

a. Dependent Variable: Keputusan Memilih

b. Predictors: (Constant), Youtube, Literasi Keuangan

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.927 ^a	.859	.857	1.20116

a. Predictors: (Constant), Youtube, Literasi Keuangan



RIWAYAT HIDUP



ALIAH RAHMADANI, lahir pada tanggal 04 Juni 2004 di Binturu, Merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Arifin dan Ibu Rabaisa. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Binturu, Kecamatan Larompong, Kabupaten Luwu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2015 di SDN 354 LANDOAJE, Sekolah Menengah Pertama (SMP) diselesaikan pada tahun 2018 di SMPN 4 LAROMPONG, dan Sekolah Menengah Atas (SMA) diselesaikan pada tahun 2021 di SMAN 1 LUWU. Setelah lulus di SMA pada tahun tersebut penulis melanjutkan pendidikan pada bidang yang ditekuni yaitu program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

Contac person penulis : *aliahrahmadani8@gmail.com*