Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6(2) 2026, Page: 35461-35475

BEHAVIORAL ECONOMICS: ANALISIS PENGARUH ORIENTASI BUDAYA JANGKA PANJANG TERHADAP NIAT MENABUNG (STUDI KASUS PADA NASABAH BANK NTT KCK KOTA KUPANG)

Kristi Alinda Jehalu[1], Rikhard T. C. Bolang[2], Fransina W. Ballo[3]

[1,2,3] **Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusa Cendana**

Email: fransinaballo@staf.undana.ac.id, rikhard.bolang@staf.undana.ac.id alinjehalu24@gmail.com
Corresponding Author: Kristi Alinda Jehalu, fransinaballo@staf.undana.ac.id

Published: Juni, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap sikap menabung, pengaruh sikap menabung terhadap niat menabung, serta pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap niat menabung melalui sikap menabung sebagai variabel mediasi pada nasabah aktif Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 396 responden yang dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi budaya jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menabung, sikap menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung, serta orientasi budaya jangka panjang berpengaruh tidak langsung terhadap niat menabung melalui sikap menabung sebagai variabel mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin kuat orientasi individu terhadap nilai jangka panjang, maka semakin positif sikap yang terbentuk dan semakin tinggi niat untuk menabung. Oleh karena itu, lembaga perbankan diharapkan dapat meningkatkan edukasi keuangan dan mengembangkan strategi yang mampu mendorong pembentukan sikap positif terhadap menabung guna memperkuat perilaku keuangan nasabah.

Kata Kunci: *Orientasi Budaya Jangka Panjang, Sikap Menabung, Niat Menabung, SEM-PLS*

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of long-term cultural orientation on saving intention through saving attitude as a mediating variable among active customers of Bank NTT Special Branch Office in Kupang City. The study employed a quantitative approach with a sample of 396 respondents selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) method with the assistance of SmartPLS software. The results indicate that long-term cultural orientation has a positive and significant effect on saving attitude, saving attitude has a positive and significant effect on saving intention, and long-term cultural orientation indirectly influences saving intention through saving attitude as a mediating variable. These findings suggest that individuals with a stronger long-term orientation tend to develop more positive attitudes toward saving, which subsequently increases their intention to save. Therefore, banking institutions are expected to enhance financial literacy and develop strategies that encourage the formation of positive saving attitudes in order to strengthen customers' financial behavior.

Keywords: *Behavioral Economics, Long-Term Cultural Orientation, Saving Attitude, Saving Intention, SEM-PLS*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam perspektif *behavioral economics*, keputusan ekonomi individu tidak hanya ditentukan oleh pertimbangan rasional, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan budaya (Liestyowati,

2024). Menurut Shah (2024), perilaku ekonomi sering dipengaruhi oleh *cognitive constraints*, emosi, nilai, serta orientasi terhadap masa depan. Selain itu, Taylor dkk. (2024) menjelaskan bahwa keputusan finansial individu kerap menyimpang dari model rasional karena adanya *present bias*, *loss aversion*, dan keterbatasan dalam mengolah informasi.

Salah satu perilaku ekonomi yang penting adalah perilaku menabung (*saving behavior*). Menabung berfungsi sebagai perlindungan finansial individu sekaligus menjadi sumber dana bagi perbankan untuk mendukung investasi dan pertumbuhan ekonomi (Prihadyatama, 2024). Bank Indonesia (2025) menegaskan bahwa tingkat tabungan yang memadai dapat memperkuat stabilitas sistem keuangan dan mendorong pembangunan jangka panjang.

Namun, niat menabung masyarakat Indonesia masih menghadapi berbagai kendala. Survei GoodStats (2024) menunjukkan bahwa 69,9% masyarakat tidak menabung, 62,5% tidak menyusun anggaran bulanan, dan 55,5% hanya menabung kurang dari 10% pendapatan. Kondisi ini mengindikasikan masih dominannya perilaku konsumtif dan lemahnya orientasi jangka panjang dalam pengambilan keputusan keuangan.

Permasalahan tersebut juga terlihat di Nusa Tenggara Timur (NTT). Berdasarkan SNLIK 2022, tingkat literasi keuangan masyarakat NTT hanya mencapai 51,95%, yang menunjukkan masih terbatasnya pemahaman terhadap produk dan layanan keuangan formal. Rendahnya literasi keuangan berpotensi menghambat pemanfaatan tabungan sebagai instrumen perencanaan keuangan jangka panjang dan melemahkan kesiapan masyarakat menghadapi risiko ekonomi.

Sebagai bank pembangunan daerah, Bank NTT memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat. Data Bank NTT (2024) menunjukkan total aset sebesar Rp17,44 triliun dengan Dana Pihak Ketiga (DPK) mencapai Rp13,770 triliun. Meskipun tingkat kepercayaan masyarakat terhadap bank cukup tinggi, besarnya DPK belum mampu menjelaskan faktor psikologis dan budaya yang memengaruhi niat menabung masyarakat.

Penelitian ini menggunakan konsep orientasi budaya jangka panjang yang dikemukakan oleh Hofstede dkk. (2010). Individu dengan orientasi budaya jangka panjang cenderung menghargai penghematan, ketekunan, dan perencanaan masa depan, sedangkan individu yang berorientasi jangka pendek lebih menekankan kepuasan langsung. Dalam *Theory of Planned Behavior*, Ajzen (2020) menjelaskan bahwa sikap terhadap suatu perilaku merupakan faktor utama yang membentuk niat. Oleh karena itu, orientasi budaya jangka panjang diperkirakan memengaruhi niat menabung secara langsung maupun melalui sikap menabung sebagai variabel mediasi.

Penelitian Do dkk. (2023) juga menunjukkan bahwa orientasi masa depan berpengaruh positif terhadap niat menabung, baik secara langsung maupun melalui sikap. Namun, penelitian serupa masih terbatas pada konteks bank pembangunan daerah di Indonesia, khususnya pada masyarakat dengan tingkat literasi keuangan yang relatif rendah. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap niat menabung dengan sikap menabung sebagai variabel mediasi pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang, sekaligus memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur *behavioral economics* dan praktik perbankan daerah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk menganalisis pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap sikap menabung pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang. (2) Untuk menganalisis pengaruh sikap menabung terhadap niat menabung pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang. (3) Untuk menganalisis peran sikap menabung dalam memediasi pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap niat menabung pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang.

Hipotesis Penelitian

Sejalan dengan uraian teoretis dan empiris tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1:Orientasi budaya jangka panjang berpengaruh positif terhadap sikap menabung pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang.

H2:Sikap menabung berpengaruh positif terhadap niat menabung pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang.

H3: Sikap menabung memediasi pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap niat menabung

pada nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif untuk menguji hubungan dan pengaruh antara orientasi budaya jangka panjang, sikap menabung, dan niat menabung. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengujian hipotesis secara objektif melalui analisis statistik terhadap data numerik yang diperoleh dari responden. Menurut Creswell (2018), penelitian kuantitatif bertujuan menguji hubungan antarvariabel secara sistematis dan terukur.

Orientasi budaya jangka panjang diposisikan sebagai variabel independen yang menggambarkan kecenderungan individu untuk berorientasi pada masa depan, menunjukkan ketekunan, pengendalian diri, serta kemampuan menunda kepuasan demi tujuan jangka panjang. Konsep ini mengacu pada pandangan Hofstede dkk. (2010). Sikap menabung berperan sebagai variabel mediasi yang mencerminkan evaluasi positif individu terhadap aktivitas menabung, sedangkan niat menabung sebagai variabel dependen menggambarkan keinginan dan komitmen seseorang untuk menabung di masa mendatang, sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2020), yang menyatakan bahwa niat merupakan prediktor utama perilaku aktual. Seluruh variabel diukur menggunakan skala Likert lima poin.

Populasi penelitian adalah 35.517 nasabah aktif Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang. Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga diperoleh 396 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Data yang digunakan berupa data kuantitatif yang diperoleh melalui kuesioner. Sumber data terdiri atas data primer dari responden dan data sekunder yang berasal dari buku, jurnal ilmiah, dokumen resmi Bank NTT, hasil survei terkait literasi keuangan dan tabungan masyarakat, serta penelitian terdahulu yang relevan. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner terstruktur yang disebarkan secara langsung maupun melalui *Google Form*. Sebelum penyebaran, dilakukan *pilot test* untuk memastikan kejelasan dan kesesuaian instrumen penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (*SEM-PLS*) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Menurut Hair dkk. (2021), metode ini sesuai untuk menguji hubungan kausal antar konstruk secara simultan dan menilai kemampuan prediksi model. Analisis dilakukan melalui evaluasi *outer model* untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator, evaluasi *inner model* untuk menilai hubungan antarvariabel melalui nilai R^2, Q^2, VIF, f^2, dan *path coefficient*, serta pengujian hipotesis menggunakan teknik *bootstrapping*. Hipotesis diterima apabila nilai *t-statistic* lebih besar dari 1,96 dan *p-value* kurang dari 0,05.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Sebanyak 396 responden berpartisipasi dalam penelitian ini. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan mendominasi dengan jumlah 212 orang (53,5%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 184 orang (46,5%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa partisipasi responden perempuan sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki, meskipun perbedaannya relatif kecil sehingga distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dikatakan cukup seimbang.

Berdasarkan usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 20–30 tahun, yaitu sebanyak 216 orang (54,5%). Selanjutnya, responden berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 85 orang (21,5%), usia 31–40 tahun sebanyak 52 orang (13,1%), dan usia di atas 40 tahun sebanyak 43 orang (10,9%). Temuan ini menunjukkan bahwa penelitian didominasi oleh kelompok usia muda yang berada pada fase produktif dan aktif dalam melakukan pengelolaan keuangan.

Ditinjau dari pekerjaan, sebagian besar responden berstatus mahasiswa dengan jumlah 171 orang (43,2%). Responden yang bekerja di sektor swasta berjumlah 71 orang (17,9%), sedangkan Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan kategori pekerjaan lainnya masing-masing sebanyak 55 orang (13,9%). Adapun

responden yang berprofesi sebagai wiraswasta berjumlah 44 orang (11,1%). Dominasi mahasiswa menunjukkan bahwa sampel penelitian banyak berasal dari kelompok yang sedang berada pada tahap awal pembentukan perilaku dan kebiasaan keuangan.

Berdasarkan lama menjadi nasabah, mayoritas responden merupakan nasabah baru yang telah menjadi nasabah kurang dari satu tahun, yaitu sebanyak 241 orang (60,9%). Responden yang telah menjadi nasabah lebih dari tiga tahun berjumlah 93 orang (23,5%), sedangkan yang telah menjadi nasabah selama 1–3 tahun sebanyak 62 orang (15,7%). Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih memiliki pengalaman yang relatif singkat sebagai nasabah Bank NTT.

Secara keseluruhan, karakteristik responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan, kelompok usia 20–30 tahun, berstatus mahasiswa, serta merupakan nasabah dengan masa keanggotaan kurang dari satu tahun. Karakteristik tersebut memberikan gambaran bahwa responden penelitian sebagian besar berasal dari kalangan usia muda yang sedang membangun perilaku keuangan dan memiliki pengalaman perbankan yang relatif baru.

Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif variabel penelitian dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai tanggapan responden terhadap variabel Orientasi Budaya Jangka Panjang, Sikap Menabung, dan Niat Menabung. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan indeks persentase yang diperoleh dari perbandingan antara total skor yang diperoleh dengan skor ideal (Sugiyono, 2019). Rumus indeks persentase yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\text{Indeks (\%)} = \frac{\text{Total Skor}}{\text{Y}} \times 100$$

Keterangan:

Indeks (%) = nilai indeks persentase
Total Skor = jumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden
Y = skor tertinggi× jumlah item pertanyaan× jumlah responden.

Hasil indeks persentase yang diperoleh kemudian diinterpretasikan berdasarkan interval kategori. Interval kategori dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{100\%}{K}$$

Keterangan:

I = Interval kelas
100% = Nilai persentase maksimum
5 = Jumlah kategori jawaban pada skala Likert

Sehingga:

$$\text{I} = \frac{100\%}{5} = 20\%$$

Nilai interval sebesar 20% digunakan untuk menentukan kategori interpretasi skor. Kriteria interpretasi skor berdasarkan interval antara lain:

1. Angka 0% – 19,99% = Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
2. Angka 20% – 39,99% = Tidak setuju / Kurang baik)
3. Angka 40% – 59,99% = Cukup / Netral
4. Angka 60% – 79,99% = (Setuju/Baik/suka)
5. Angka 80% – 100% = Sangat (setuju/Baik/Suka)

a. Orientasi Budaya Jangka Panjang (X)

Tabel 1. Interpretasi Skor Skala Likert Orientasi Budaya Jangka Panjang (X)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata Skor (%)	Interpretasi Skor
1	Saya mengelola uang dengan hati-hati (hemat)	6	7	72	184	158	82,53	Sangat Setuju
2	Saya merencanakan keuangan untuk jangka	9	5	47	177	189	84,92	Sangat Setuju

	panjang							
3	Saya bersedia mengorbankan kesenangan saat ini demi masa depan	9	20	76	184	138	79,77	Setuju
4	Saya tetap tekun dalam mencapai tujuan keuangan meskipun menghadapi kesulitan	6	11	76	211	123	80,33	Sangat Setuju
5	Saya bekerja keras untuk mencapai kondisi keuangan yang lebih baik di masa depan	6	5	31	192	193	86,28	Sangat Setuju
	TOTAL RATA-RATA						82,76	Sangat Setuju

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel di atas, variabel orientasi budaya jangka panjang memperoleh total rata-rata skor sebesar 82,76% yang berada pada kategori sangat setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki orientasi yang kuat terhadap perencanaan dan pencapaian tujuan jangka panjang. Responden cenderung mempertimbangkan manfaat di masa depan dalam pengambilan keputusan keuangan, termasuk dalam aktivitas menabung. Tingginya tingkat persetujuan terhadap indikator-indikator yang digunakan menunjukkan bahwa responden memiliki pandangan yang berorientasi pada masa depan, sehingga lebih terdorong untuk melakukan pengelolaan keuangan secara bijaksana guna mencapai keamanan dan kesejahteraan finansial di kemudian hari.

b. Sikap Menabung (Z)

Tabel 2. Interpretasi Skor Skala Likert Sikap Menabung (Z)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata Skor (%)	Interpretasi Skor
1	Saya menabung untuk menghadapi keadaan darurat di masa depan	6	6	43	195	177	84,87	Sangat Setuju
2	Saya mampu menggunakan pengetahuan saya untuk membuat keputusan keuangan yang baik	5	7	32	223	160	84,64	Sangat Setuju
3	Saya dapat membuat keputusan keuangan yang tepat berdasarkan informasi yang tersedia	3	8	69	211	136	81,97	Sangat Setuju
4	Saya merasa penting untuk menyisihkan sebagian pendapatan untuk menabung	7	2	32	194	192	86,32	Sangat Setuju
5	Saya memahami berbagai instrumen keuangan (tabungan, deposito, dll.)	6	9	108	188	116	78,69	Setuju
	TOTAL RATA-RATA						83,30	Sangat Setuju

Sumber: Diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel di atas, variabel sikap menabung memperoleh rata-rata skor sebesar 83,30% yang termasuk dalam kategori sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang positif terhadap kegiatan menabung. Responden menilai bahwa menabung merupakan aktivitas yang memberikan manfaat dan memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan keuangan. Tingginya tingkat persetujuan pada variabel ini mengindikasikan bahwa responden cenderung memiliki pandangan yang baik terhadap perilaku menabung, sehingga sikap tersebut dapat menjadi dasar yang kuat dalam membentuk keputusan dan perilaku keuangan yang lebih bertanggung jawab.

c. Niat Menabung

Tabel 3. Interpretasi Skor Skala Likert Niat Menabung (Y)

No	Pernyataan	1	2	3	4	5	Rata-rata Skor	Interpretasi Skor

							(%)	
1	Saya berniat menabung secara rutin	4	6	67	189	161	83,28	Sangat Setuju
2	Saya ingin menabung untuk menghadapi pengeluaran yang tidak terduga	4	4	51	212	156	83,98	Sangat Setuju
3	Saya menganggap penting memiliki sisa uang di akhir bulan	5	4	37	204	177	85,48	Sangat Setuju
4	Saya berencana memilih produk tabungan yang menguntungkan	6	4	40	212	165	84,64	Sangat Setuju
5	Saya ingin menjadikan menabung sebagai kebiasaan	5	5	30	175	212	87,35	Sangat Setuju
	TOTAL RATA-RATA						84,95	Sangat Setuju

Sumber: Diolah peneliti (2026)

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada Tabel di atas, variabel niat menabung memperoleh total rata-rata skor 84,95% yang berada pada kategori sangat setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan dan komitmen yang kuat untuk melakukan kegiatan menabung. Tingginya tingkat persetujuan responden menggambarkan adanya kesiapan untuk menyisihkan sebagian pendapatan guna mencapai tujuan keuangan di masa yang akan datang. Selain itu, responden menunjukkan kecenderungan untuk mempertahankan dan meningkatkan perilaku menabung sebagai bagian dari perencanaan keuangan pribadi. Temuan ini mengindikasikan bahwa nasabah Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang memiliki intensi yang tinggi untuk menabung, yang tercermin dari adanya dorongan, kemauan, dan rencana untuk terus melakukan aktivitas menabung secara berkelanjutan.

Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

1) *Outer Loading*

Tabel 4. Hasil Pengujian *Outer Loading*

	NM	OBJ	SM
NM1	0.837		
NM2	0.857		
NM3	0.866		
NM4	0.861		
NM5	0.833		
OBJ1		0.706	
OBJ2		0.768	
OBJ3		0.704	
OBJ4		0.781	
OBJ5		0.798	
SM1			0.817
SM2			0.883
SM3			0.841
SM4			0.801
SM5			0.801

(1) Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel nilai *outer loading* di atas, dapat diketahui bahwa seluruh indikator pada variabel niat menabung (NM), orientasi budaya jangka panjang (OBJ), dan sikap menabung (SM) memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70, sesuai dengan kriteria yang disarankan oleh Hair et al. (2019). Nilai *outer loading* tertinggi terdapat pada indikator NM3 sebesar 0,866, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator OBJ3 sebesar 0,704, namun nilai tersebut masih berada di atas batas minimum yang dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh indikator dalam penelitian ini mampu merefleksikan konstruk yang diukur dengan baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semua indikator telah memenuhi kriteria validitas konvergen berdasarkan nilai *outer loading*, sehingga tidak terdapat indikator yang perlu dieliminasi dan seluruh indikator layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

2) *Average Variance Extracted* (AVE)

Tabel 5. Hasil Pengujian AVE

	Average variance extracted (AVE)
NM	0.724
OBJ	0.566
SM	0.687

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai *Average Variance Extracted* (AVE) pada variabel niat menabung (NM) sebesar 0,724, orientasi budaya jangka panjang (OBJ) sebesar 0,566, dan sikap menabung (SM) sebesar 0,687. Seluruh nilai AVE tersebut berada di atas 0,50, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

b. Validitas Diskriminan

1) *Fornell-Larcker*

Tabel 6. Hasil Pengujian Fornell

	NM	**OBJ**	**SM**
NM	0.851		
OBJ	0.686	0.753	
SM	0.835	0.812	0.829

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan kriteria *Fornell-Larcker*, diketahui bahwa tidak semua konstruk memenuhi kriteria validitas diskriminan. Variabel NM telah memenuhi kriteria karena nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,851, lebih besar dibandingkan korelasinya dengan variabel OBJ sebesar 0,686 dan SM sebesar 0,835. Namun, variabel OBJ belum memenuhi kriteria karena nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,753 lebih kecil dibandingkan korelasinya dengan variabel SM sebesar 0,812.

Selain itu, variabel SM juga belum memenuhi kriteria karena nilai akar kuadrat AVE sebesar 0,829 lebih kecil dibandingkan korelasinya dengan variabel NM sebesar 0,835. Hal ini menunjukkan adanya kedekatan hubungan antar konstruk dalam model penelitian. Oleh karena itu, diperlukan pengujian lanjutan menggunakan pendekatan lain, seperti HTMT, untuk memastikan validitas diskriminan secara lebih akurat.

2) *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

Tabel 7. Hasil Pengujian HTMT

	NM	OBJ	SM
NM			
OBJ	0.780		
SM	0.931	0.946	

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian HTMT pada tahap algoritma, masih terdapat beberapa pasangan konstruk yang memiliki nilai di atas batas yang direkomendasikan, yaitu hubungan antara NM dan SM sebesar 0,931 serta OBJ dan SM sebesar 0,946, sehingga pada pengujian awal belum sepenuhnya memenuhi validitas diskriminan.

Tabel 8. Hasil Pengujian Signifikan HTMT

	Original sample (O)	**Sample mean (M)**	**Bias**	**2.5%**	**97.5%**
OBJ -> SM	0.812	0.815	0.003	0.760	0.850
SM -> NM	0.835	0.835	-0.000	0.782	0.876

Sumber: Data Diolah (2026)

Namun, hasil pengujian lanjutan menggunakan *bootstrapping* HTMT pada tingkat kepercayaan 2,5% hingga 97,5% menunjukkan seluruh pasangan konstruk memenuhi kriteria karena interval kepercayaan tidak mencakup nilai 1,00. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian tetap memenuhi validitas diskriminan berdasarkan pendekatan HTMT *inference*.

3) Cross Loading

Tabel 9. Hasil Pengujian *Cross Loading*

	NM	OBJ	SM
NM1	0.837	0.607	0.731
NM2	0.857	0.583	0.721
NM3	0.866	0.590	0.713
NM4	0.861	0.612	0.734
NM5	0.833	0.522	0.648
OBJ1	0.360	0.706	0.492
OBJ2	0.515	0.768	0.617
OBJ3	0.405	0.704	0.527
OBJ4	0.540	0.781	0.667
OBJ5	0.699	0.798	0.714
SM1	0.694	0.653	0.817
SM2	0.732	0.708	0.883
SM3	0.682	0.716	0.841
SM4	0.717	0.652	0.801
SM5	0.634	0.635	0.801

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diskriminan menggunakan *cross loading,* diketahui bahwa seluruh indikator memiliki nilai *loading* tertinggi pada konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Pada variabel NM, nilai *loading* berkisar antara 0,833 sampai 0,866, lebih tinggi dibandingkan *loading* pada konstruk OBJ dan SM. Pada variabel OBJ, nilai loading berkisar antara 0,704 sampai 0,798, dan seluruh indikator memiliki loading tertinggi pada konstruk OBJ.

Selanjutnya, pada variabel SM, nilai *loading* berkisar antara 0,801 sampai 0,883, serta seluruh indikator memiliki nilai tertinggi pada konstruk SM. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator telah memenuhi kriteria *cross loading*, sehingga model penelitian memiliki validitas diskriminan yang baik.

c. Reliabilitas Konstruk

Tabel 10. Hasil Pengujian Reliabilitas

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)
NM	0.905	0.906	0.929
OBJ	0.809	0.820	0.867
SM	0.886	0.888	0.916

Sumber: Data Diolah (2026)

Hasil pengujian reliabilitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa seluruh konstruk penelitian dinyatakan reliabel. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*, baik rhoa maupun rhoc, untuk variabel NM, OBJ, dan SM yang seluruhnya berada di atas 0,70, dengan rentang nilai antara 0,809 hingga 0,929. Dengan demikian, indikator-indikator pada setiap konstruk memiliki konsistensi internal yang baik dan andal dalam mengukur variabelnya, sehingga instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis tahap selanjutnya.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

a. Uji *Variance Inflation Factor* (VIF)

Tabel 11. Hasil Pengujian VIF

	VIF
NM1	2.304
NM2	2.583

NM3	2.655
NM4	2.607
NM5	2.336
OBJ1	1.609
OBJ2	1.761
OBJ3	1.484
OBJ4	1.690
OBJ5	1.671
SM1	2.123
SM2	2.924
SM3	2.456
SM4	1.906
SM5	1.990

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF), diketahui bahwa seluruh indikator dalam model penelitian memiliki nilai VIF di bawah batas 5,00. Pada variabel NM, nilai VIF berkisar antara 2,304 sampai 2,655; pada variabel OBJ berkisar antara 1,484 sampai 1,761; dan pada variabel SM berkisar antara 1,906 sampai 2,924. Nilai VIF tertinggi terdapat pada indikator SM2 sebesar 2,924, sedangkan nilai terendah terdapat pada indikator OBJ3 sebesar 1,484. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas, sehingga layak untuk dianalisis lebih lanjut.

b. Uji *R-Square* (R^2)

Tabel 12. Hasil Pengujian *R-Square* (R^2)

	R-square	**R-square adjusted**
NM	0.698	0.697
SM	0.660	0.659

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *R-Square* (R^2), variabel NM memiliki nilai 0,698, yang berarti 69,8% variasi NM dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model, sedangkan 30,2% dijelaskan faktor lain di luar penelitian. Variabel SM memiliki nilai 0,660, yang berarti 66,0% variasi SM dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan 34,0% dijelaskan faktor lain di luar model. Dengan demikian, kemampuan model dalam menjelaskan variabel endogen tergolong cukup kuat.

c. Uji *Q-Square* (Q^2)

Tabel 13. Hasil Pengujian *Q-Square* (Q^2)

	Q^2predict	**RMSE**	**MAE**
SM	0.653	0.595	0.411
NM	0.466	0.739	0.543

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *Q-Square* (Q^2), variabel SM memiliki nilai Q^2 *predict* sebesar 0,653, dengan RMSE sebesar 0,595 dan MAE sebesar 0,411. Selanjutnya, variabel NM memiliki nilai Q^2 *predict* sebesar 0,466, dengan RMSE sebesar 0,739 dan MAE sebesar 0,543. Nilai Q^2 predict yang lebih besar dari nol menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik. Sementara itu, nilai RMSE dan MAE digunakan untuk mengukur tingkat kesalahan prediksi, di mana semakin kecil nilainya menunjukkan tingkat akurasi prediksi yang semakin baik. Dengan demikian, model penelitian memiliki relevansi prediktif yang memadai.

d. *Effect Size* (f^2)

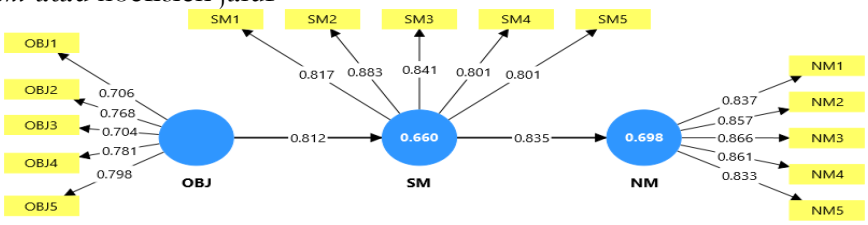
Tabel 14. Hasil Pengujian *Effect Size* (f^2)

	NM	**OBJ**	**SM**
NM			
OBJ			1.942
SM	2.307		

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *Effect Size* (f^2), variabel OBJ terhadap SM memiliki nilai sebesar 1,942, sedangkan variabel SM terhadap NM memiliki nilai sebesar 2,307. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua hubungan antar variabel memiliki efek besar, karena berada di atas kriteria 0,35. Hal ini berarti variabel OBJ memberikan kontribusi yang kuat dalam menjelaskan variabel SM, dan variabel SM juga memberikan kontribusi yang sangat kuat terhadap variabel NM.

e. *Path Coefficient* atau koefisien jalur



Gambar 1. Model Struktural SmartPLS

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*inner model*), pengujian selanjutnya dilakukan menggunakan *Path Coefficient* atau koefisien jalur untuk mengetahui arah hubungan dan besarnya pengaruh antar variabel dalam model penelitian. Nilai koefisien jalur menunjukkan hubungan positif atau negatif antar konstruk, di mana semakin mendekati angka 1 maka pengaruh yang diberikan semakin kuat, sedangkan semakin mendekati angka 0 maka pengaruhnya semakin lemah.

Tabel 15. Hasil Pengujian *Path Coefficient*

	NM	OBJ	SM
NM			
OBJ			0.812
SM	0.835		

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian *Path Coefficient*, hubungan variabel OBJ terhadap SM memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,812, sedangkan hubungan variabel SM terhadap NM memiliki nilai sebesar 0,835. Nilai koefisien jalur tersebut menunjukkan bahwa kedua hubungan antar variabel memiliki arah positif, sehingga peningkatan pada variabel independen akan diikuti oleh peningkatan pada variabel dependen. Selain itu, nilai koefisien yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa hubungan antar variabel dalam model penelitian tergolong kuat. Dengan demikian, variabel OBJ memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap SM, dan variabel SM juga memiliki pengaruh positif yang kuat terhadap NM.

Uji Hipotesis (Bootstrapping)

a. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Tabel 16. Hasil Pengujian *Direct Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
OBJ -> SM	0.812	0.815	0.022	36.553	0.000
SM -> NM	0.835	0.835	0.024	34.702	0.000

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil uji *bootstrapping*, diketahui bahwa variabel OBJ terhadap SM memiliki nilai original sample sebesar 0,812, nilai *t-statistics* sebesar 36,553, dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Nilai koefisien tersebut menunjukkan arah hubungan yang positif, yang berarti semakin tinggi nilai OBJ, maka akan semakin meningkatkan SM. Selain itu, nilai *t-statistics* yang lebih besar dari 1,96 serta *p-values* yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa OBJ berpengaruh positif terhadap SM diterima.

Selanjutnya, variabel SM terhadap NM memiliki nilai *original sample* sebesar 0,835, nilai *t-statistics*

sebesar 34,702, dan nilai *p-values* sebesar 0,000. Nilai koefisien tersebut juga menunjukkan arah hubungan yang positif, yang berarti semakin tinggi SM, maka akan semakin meningkatkan NM. Nilai *t-statistics* yang lebih besar dari 1,96 serta *p-values* yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa pengaruh tersebut signifikan. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa SM berpengaruh positif terhadap NM diterima.

b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)

Tabel 17. Hasil Pengujian *Indirect Effect*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
OBJ -> SM -> NM	0.679	0.681	0.031	21.691	0.000

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*), diketahui bahwa hubungan antara OBJ terhadap NM melalui SM menunjukkan nilai *original sample (O)* sebesar 0,679 dengan *sample mean (M)* sebesar 0,681 dan *standard deviation (STDEV)* sebesar 0,031. Nilai *t-statistic* sebesar 21,691 yang jauh di atas batas 1,96 serta *p-value* sebesar 0,000 (< 0,05) menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut bersifat signifikan.

Hal ini mengindikasikan bahwa SM berperan sebagai variabel mediasi yang signifikan dalam menjembatani hubungan antara OBJ dan NM. Dengan kata lain, OBJ tidak hanya berpengaruh secara langsung, tetapi juga memberikan pengaruh yang kuat terhadap NM melalui peningkatan atau perubahan pada SM. Temuan ini menegaskan bahwa model mediasi yang diuji bersifat *partial mediation* yang signifikan (sesuai arah penelitian), sehingga peran variabel SM sangat penting dalam menjelaskan hubungan antar konstruk dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Orientasi Budaya Jangka Panjang Terhadap Sikap Menabung

Hasil uji pengaruh langsung (*direct effect*) menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa orientasi budaya jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menabung. Nilai *original sample* sebesar 0,812, *t-statistic* sebesar 36,553, dan *p-value* sebesar 0,000 (<0,05) mengindikasikan bahwa semakin tinggi orientasi budaya jangka panjang yang dimiliki individu, maka semakin positif pula sikapnya terhadap kegiatan menabung. Dengan demikian, hipotesis pertama dinyatakan diterima.

Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah memiliki kecenderungan untuk mempertimbangkan tujuan dan kebutuhan keuangan masa depan dalam pengambilan keputusan keuangan. Hal ini tercermin dari kebiasaan mengendalikan pengeluaran, menyusun prioritas kebutuhan, dan menyisihkan sebagian pendapatan untuk tabungan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa orientasi terhadap masa depan mampu membentuk pandangan yang lebih positif mengenai pentingnya menabung sebagai sarana mencapai keamanan dan kesejahteraan finansial.

Temuan ini didukung oleh OECD (2023) yang menyatakan bahwa sikap keuangan yang baik berkontribusi terhadap perilaku keuangan yang lebih disiplin, termasuk dalam kebiasaan menabung. Sejalan dengan itu, Otoritas Jasa Keuangan (2024) menjelaskan bahwa perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor penting dalam pembentukan perilaku keuangan masyarakat.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan teori dimensi budaya Hofstede (2001) yang menjelaskan bahwa orientasi budaya jangka panjang ditandai oleh nilai ketekunan, penghematan, kemampuan menunda kepuasan, dan fokus pada manfaat jangka panjang. Individu yang memiliki karakteristik tersebut cenderung lebih mempertimbangkan konsekuensi masa depan sehingga memiliki penilaian yang lebih positif terhadap aktivitas menabung sebagai bagian dari pengelolaan keuangan yang bijaksana.

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Arif Rokhman (2021) yang menemukan bahwa *future orientation* berpengaruh positif terhadap *saving attitude*. Hajam (2020) juga menunjukkan bahwa orientasi masa depan berkontribusi dalam pembentukan *saving attitude* yang mendukung perencanaan keuangan

jangka panjang. Selain itu, Syathiri dan Fikri (2025) menjelaskan bahwa individu dengan orientasi masa depan yang tinggi cenderung memiliki sikap keuangan yang lebih baik dan lebih terencana. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa orientasi budaya jangka panjang merupakan faktor penting dalam membentuk sikap menabung individu.

Pengaruh Sikap Menabung Terhadap Niat Menabung

Hasil pengujian pengaruh langsung (*direct effect*) menggunakan metode *bootstrapping* menunjukkan bahwa sikap menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0,835, *t-statistic* sebesar 34,702, dan *p-value* sebesar 0,000 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin positif sikap individu terhadap kegiatan menabung, semakin tinggi pula niatnya untuk menyisihkan pendapatan secara teratur. Dengan demikian, hipotesis kedua dinyatakan diterima.

Berdasarkan tanggapan responden, sebagian besar nasabah memandang menabung sebagai langkah penting untuk mempersiapkan kebutuhan masa depan. Hal ini terlihat dari kebiasaan menyusun rencana keuangan, mengalokasikan sebagian pendapatan untuk tabungan, dan menetapkan tujuan finansial yang ingin dicapai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penilaian positif terhadap pengelolaan keuangan mampu mendorong munculnya keinginan yang lebih kuat untuk menabung secara konsisten.

Secara empiris, individu yang memiliki sikap positif terhadap pengelolaan keuangan cenderung lebih sadar akan pentingnya persiapan finansial jangka panjang. Kesadaran tersebut mendorong terbentuknya komitmen untuk mengendalikan pengeluaran dan memprioritaskan kebutuhan yang lebih penting. OECD (2023) menjelaskan bahwa sikap keuangan yang baik berkontribusi terhadap pengambilan keputusan finansial yang lebih bertanggung jawab, termasuk dalam pengelolaan tabungan dan perencanaan keuangan jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2020), yang menyatakan bahwa sikap merupakan salah satu determinan utama pembentukan niat perilaku. Individu yang memiliki penilaian positif terhadap suatu tindakan cenderung menunjukkan keinginan yang lebih besar untuk melaksanakan tindakan tersebut. Dalam konteks penelitian ini, pandangan positif terhadap aktivitas menabung mendorong terbentuknya niat untuk menyisihkan pendapatan secara teratur sebagai bagian dari pengelolaan keuangan yang lebih terencana.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian Purwanto dkk. (2022) yang menemukan bahwa sikap terhadap pengelolaan keuangan berpengaruh positif terhadap niat menabung. Kholifaha dkk. (2025) menunjukkan bahwa individu dengan sikap keuangan yang baik cenderung memiliki niat menabung yang lebih tinggi dan mampu membentuk perilaku keuangan yang lebih terencana. Selain itu, Salim dan Pamungkas (2022) menjelaskan bahwa pandangan positif terhadap pengelolaan keuangan berkontribusi pada terbentuknya perilaku menabung yang lebih konsisten. Hasil tersebut memperkuat temuan penelitian ini bahwa sikap menabung merupakan faktor penting dalam meningkatkan niat menabung individu.

Pengaruh Orientasi Budaya Jangka Panjang Terhadap Niat Menabung Melalui Sikap Menabung

Hasil pengujian pengaruh tidak langsung (*indirect effect*) menunjukkan bahwa orientasi budaya jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung melalui sikap menabung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *original sample* sebesar 0,679, *sample mean* sebesar 0,681, *standard deviation* sebesar 0,031, *t-statistic* sebesar 21,691, dan *p-value* sebesar 0,000 (<0,05). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat orientasi individu terhadap masa depan, semakin positif sikap menabung yang terbentuk sehingga mendorong peningkatan niat menabung. Dengan demikian, hipotesis ketiga dinyatakan diterima.

Berdasarkan tanggapan responden, sebagian besar nasabah memiliki kecenderungan untuk mempersiapkan kebutuhan finansial sejak dini melalui pengaturan pengeluaran, penentuan prioritas kebutuhan, dan penyisihan pendapatan untuk masa depan. Orientasi terhadap masa depan tersebut membentuk pandangan yang lebih bijaksana dalam pengelolaan keuangan sehingga mendorong keinginan untuk memiliki tabungan secara berkelanjutan.

Temuan ini menunjukkan bahwa nilai budaya tidak secara langsung memengaruhi keputusan finansial, tetapi terlebih dahulu membentuk cara individu memandang pentingnya pengelolaan keuangan. Individu yang berorientasi pada masa depan cenderung lebih mempertimbangkan manfaat jangka panjang dibandingkan kepuasan sesaat. Pandangan tersebut kemudian membentuk sikap yang lebih positif terhadap aktivitas menabung, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk mengelola keuangan secara lebih terencana.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori dimensi budaya Hofstede (2001) yang menjelaskan bahwa orientasi jangka panjang ditandai oleh nilai ketekunan, penghematan, dan fokus pada masa depan. Hofstede dkk. (2010) juga menegaskan bahwa nilai budaya dapat memengaruhi perilaku ekonomi melalui pembentukan sikap individu. Selain itu, *Theory of Planned Behavior* yang dikemukakan oleh Ajzen (2020) menyatakan bahwa sikap merupakan faktor penting yang membentuk niat perilaku. Dalam penelitian ini, orientasi masa depan membentuk persepsi positif terhadap pengelolaan keuangan yang kemudian mendorong munculnya niat menabung.

Temuan tersebut didukung oleh Rohman (2021) yang menemukan bahwa *future orientation* memengaruhi perilaku keuangan melalui *saving attitude* sebagai variabel mediasi. Hajam (2020) juga menunjukkan bahwa orientasi masa depan dapat meningkatkan perencanaan finansial melalui terbentuknya sikap menabung yang positif. Selain itu, Duong (2022) menjelaskan bahwa nilai budaya berpengaruh terhadap perilaku keuangan melalui pembentukan sikap keuangan individu. Hasil penelitian terdahulu tersebut memperkuat temuan bahwa sikap menabung berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara orientasi budaya jangka panjang dan niat menabung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh orientasi budaya jangka panjang terhadap niat menabung melalui sikap menabung sebagai variabel mediasi pada nasabah tabungan aktif Bank NTT Kantor Cabang Khusus Kota Kupang, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

a. Pertama, orientasi budaya jangka panjang berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap menabung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin kuat orientasi individu terhadap nilai budaya jangka panjang, maka semakin positif pula sikap mereka terhadap kegiatan menabung. Individu dengan orientasi jangka panjang cenderung memiliki kecenderungan untuk merencanakan masa depan, mengendalikan pengeluaran, dan mengutamakan stabilitas finansial, sehingga membentuk sikap yang lebih mendukung aktivitas menabung.
b. Kedua, sikap menabung berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menabung. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif sikap individu terhadap menabung, maka semakin tinggi pula niat mereka untuk melakukan kegiatan menabung. Sikap yang positif terhadap menabung mencerminkan adanya penilaian yang baik terhadap manfaat menabung, seperti keamanan finansial dan kesiapan menghadapi kebutuhan di masa depan.
c. Ketiga, orientasi budaya jangka panjang berpengaruh terhadap niat menabung melalui sikap menabung sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh nilai budaya tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga melalui pembentukan sikap individu terhadap menabung. Sikap menabung terbukti berperan sebagai variabel perantara yang memperkuat hubungan antara orientasi budaya jangka panjang dan niat menabung, sehingga pengaruh tidak langsung menjadi lebih kuat dalam membentuk perilaku menabung individu.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa orientasi budaya jangka panjang merupakan faktor penting yang memengaruhi perilaku keuangan individu, khususnya dalam membentuk sikap dan niat menabung. Sikap menabung juga memiliki peran strategis dalam menjembatani pengaruh budaya terhadap niat menabung, sehingga dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini memiliki hubungan kausal yang konsisten dan sesuai dengan teori yang digunakan (Rahardjo, 2021).

REFERENCES

Ajzen, I. (2020) "The theory of planned behavior: Frequently asked questions," *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), pp. 314–324. Available at: https://doi.org/10.1002/hbe2.195.

Arif Rokhman, M. (2021) "The Effect of Financial Literature and Future Orientation with Mediating Role of Saving attitude Towards Retirement Planning Behaviour," *International Journal of Economics, Business and Management Research*, 5(09), pp. 207–226. Available at: www.ijebmr.com.

Arief, M. *et al.* (2026) "Perilaku Keuangan dalam Memediasi Spiritualitas , Kontrol Diri , Literasi Keuangan Terhadap Kepuasan Keuangan," 14(1), pp. 113–131.

Creswell, J.W.C.. J.D. (2023) *Takona, J. P. Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches. Quality & Quantity, 58(1), 1011-1013.*

GoodStats (2024) *Pola Perilaku Mengelola Keuangan Masyarakat Indonesia 2024*, *GoodStats*. Available at: https://goodstats.id/publication/pola- perilaku-mengelola-keuangan-masyarakat-indonesia-2024-pqidY.

Hajam, M.A. (2020) "The Effect of Future Orientation and Financial Literacy on Family Retirement Planning Mediated by Saving Attitude," *Jurnal Sosial Humaniora*, 13(2), p. 176. Available at: https://doi.org/10.12962/j24433527.v13i2.7810.

Hartono, U. and Isbanah, Y. (2022) "Students' Saving Behaviour: What Are the Motives That Influence Them To Save?," *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(3), p. 363. Available at: https://doi.org/10.26418/jebik.v11i3.56561.

Hofstede, G. (2011) "Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context," *Online Readings in Psychology and Culture*. Available at: https://doi.org/10.9707/2307-0919.1014.

Indonesia, B. (2025) *Mendorong Intermediasi,Memperkuat Ketahanan Di Tengah PeningkatanKetidakpastian Global*. Available at: https://doi.org/https://doi.org/10.48550/arXiv.2508.17978 Focus to learn more.

John. Creswell., J.D.C. (2018) *Qualitative and Mixed-Method Approaches*. Available at: https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8116-3.ch010.

Keuangan, O.J. (2024) "OJK Tingkatkan Literasi Keuangan Masyarakat," *Otoritas Jasa Keuangan*, p. 48.

Keynes (1936) *The General Theory of Employment, Interest and Money, by John Maynard Keynes*, *Political Scienæ Quarterly*. Available at: https://doi.org/10.2307/2143949.

Liestyowati, L. (2024) "Behavioral Economics and Decision Making: Understanding Irrationality and Biases in Economic Choices," *Economics Studies and Banking Journal (DEMAND)*, 1(3), pp. 151–165. Available at: https://doi.org/10.62207/ma4g8z02.

Purwanto, P. *et al.* (2022) "Attitude and Behaviour Intention of Muslim Z Generation to Save in Islamic Banks: The Role of Knowledge and Religiosity," *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), pp. 259–282. Available at: https://doi.org/10.21580/economica.2022.13.2.11519.

Prihadyatama, A. (2024) "Hubungan antara Tabungan dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia," *Jurnal Maneksi*, 13(1), pp. 16–21. Available at: https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.1918.

PT Bank NTT (2024) *Bertumbuh Dalam Kebersamaan; Growing in Togtherness*. Available at: https://www.bpdntt.co.id/id/lapkeuc?id=1&title=Laporan Tahunan.

Salim, A.S. and Pamungkas, A.S. (2022) "The Influence of Financial Literacy, Parental Socialization, and Peer Influences on Saving Behavior," *Proceedings of the 3rd Tarumanagara International Conferenæ on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2021)*, 655(Icebm 2021), pp. 560–566. Available at: https://doi.org/10.2991/assehr.k.220404.217.

Shah, S.S. (2024) "Behavioral Economics: Insights into Consumer Decision- Making Processes," *Premier Journal of Business and Management* [Preprint]. Available at: https://doi.org/10.70389/pjbm.100001.

Siti Kholifaha , Maulida Nurul Innayahb , Naelati Tubastuvic, N.N. (2025) "Religiosity, Attitudes, and Financial Literacy as Predictors of Saving Behavior: The Mediating Role of Saving Intention among Muslim Young Generation Siti," 21(2), pp. 130–140.

Sugiyono (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2022) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, Bandung:Alfabeta.

Taylor, O. *et al.* (2024) "Contents lists available at Jurnals Platform International Journal of Management , Business , and Economics Behavioral Economics in Consumer Decision-Making : Analyzing the Impact of Cognitive Biases," pp. 15–17. Available at: https://jurnals.net/access/IJMBE/article/view/4.

Tri Kunawangsih P et al. (2025) "Perilaku Keuangan_ Teori dan Praktik - Tri Kunawangsih P, Antyo Pracoyo, Robbi Saepul Rahman, Loso Judijanto, Erasma Fitilai Zalogo, Sri Yani Kusumastuti, Dra Sri Suyati, Dalizanolo Hulu - Google Buku."

Warneryd (1999) *Th e Psychology of Saving A Study on Economic Psychology How To Order Connect With Us Read our Blog Th oughtful Independent Publishing*.