

PENGARUH E-WOM, LITERASI KEUANGAN, DAN KONTROL DIRI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN LAYANAN *SUBSCRIPTION* BERBAYAR GEN Z

PUAN TSABITHA



**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh E-WOM, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan *Subscription* Berbayar Gen Z” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Puan Tsabitha
I2401221005

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

PUAN TSABITHA. Pengaruh E-WOM, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan *Subscription* Berbayar Gen Z. Dibimbing oleh IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Pergeseran konsumsi Gen Z ke layanan *subscription* digital berisiko memicu pengeluaran berulang tidak terkendali. Penelitian ini menganalisis pengaruh *electronic word of mouth* (E-WOM), literasi keuangan, dan kontrol diri keuangan mempengaruhi perilaku pembelian layanan *subscription* berbayar Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode *cross-sectional study* dengan mengumpulkan data dari 221 responden Gen Z di Indonesia secara daring melalui kuesioner. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan SPSS 25 dan SEM-PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM dan literasi keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku pembelian layanan *subscription*, sedangkan kontrol diri keuangan tidak berpengaruh. Selain itu, literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kontrol diri keuangan, tetapi E-WOM tidak berpengaruh terhadap kontrol diri keuangan. Oleh karena itu Gen Z perlu meningkatkan kemampuannya dalam menyaring informasi E-WOM dengan rasional, meningkatkan literasi keuangan agar bisa mengevaluasi layanan digital secara berkala untuk mengurangi risiko finansial di masa depan.

Kata kunci: E-WOM, Gen Z, kontrol diri keuangan, layanan *subscription*, literasi keuangan

ABSTRACT

PUAN TSABITHA. The Influence of E-WOM, Financial Literacy, and Financial Self-Control on Gen Z's Paid Subscription Service Purchase Behavior. Supervised by IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Gen Z's shift in consumption to digital subscription services risks triggering uncontrollable recurring spending. This study analyzes the influence of electronic word of mouth (E-WOM), financial literacy, and financial self-control on the purchase behavior of paid subscription services of Gen Z. This study uses a cross-sectional study method by collecting data from 221 Gen Z respondents in Indonesia online through a questionnaire. The data was then analyzed using SPSS 25 and SEM-PLS 3. The results of the study showed that E-WOM and financial literacy had a significant positive effect on subscription service purchase behavior, while financial self-control had no effect. In addition, financial literacy has a positive effect on financial self-control, but E-WOM has no effect on financial self-control. Therefore, Gen Z needs to improve their ability to filter E-WOM information rationally, improve financial literacy so that they can evaluate digital services regularly to reduce financial risks in the future.

Keywords: E-WOM, financial literacy, financial self-control, Gen Z, subscription services



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026¹
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**PENGARUH E-WOM, LITERASI KEUANGAN, DAN
KONTROL DIRI KEUANGAN TERHADAP PERILAKU
PEMBELIAN LAYANAN *SUBSCRIPTION* BERBAYAR GEN Z**

PUAN TSABITHA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**PROGRAM STUDI ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2026**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
- 2 Agung Minto Wahyu, S.M., S.Psi., M.Si.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri
Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan *Subscription*
Berbayar Gen Z

Nama : Puan Tsabitha

NIM : I2401221005

Disetujui oleh:

Pembimbing 1:

Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M

NIP. 197802282006042002



Diketahui oleh:

Ketua Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen:

Dr. Alfiasari, S.P., M.Si

NIP. 198112182006042015



Wakil Dekan Bidang Akademik, Kemahasiswaan, dan
Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia:

Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si

NIP. 197211032005012002



Tanggal Ujian:
30 Juni 2026

Tanggal Lulus:
17 Juli 2026



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Februari 2025 sampai bulan Juni 2026 ini ialah "Pengaruh E-WOM, Literasi Keuangan, dan Kontrol Diri Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan *Subscription* Berbayar Gen Z". Penyusunan tugas akhir merupakan salah satu persyaratan yang harus dipenuhi dalam menyelesaikan program sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen, Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberi bimbingan, masukan, nasihat, saran, dan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini.
2. Dr. Alfiasari, S.P., M.Si. selaku dosen penggerak yang telah mendampingi serta menyemangati penulis dalam setiap perjalanan akademik.
3. Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si. selaku dosen moderator kolokium, Agung Minto Wahyu, S.M., S.Psi., M.Si. selaku dosen moderator seminar hasil juga sebagai dosen penguji 2 sidang akhir, serta Prof. Dr. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. sebagai dosen penguji 1 sidang akhir yang telah memberikan segala kritik dan saran yang membuka wawasan serta menambah kualitas dalam pengerjaan tugas akhir ini.
4. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen yang telah memberikan ilmu dan pemahamannya kepada penulis.
5. Ayah, bunda, tante, dan nenek yang senantiasa mendukung setiap langkah dalam bentuk materi, cinta kasih, dan doa untuk penulis.
6. Ketua angkatan IKK59 yang selalu memberikan wadah bagi penulis dalam berkontribusi di setiap pengalaman akademik juga non akademik selama perkuliahan, serta teman-teman Nadhikara (IKK Angkatan 59) yang telah hadir memberi warna baru juga pelajaran hidup dalam dunia perkuliahan penulis.
7. Teman-teman seperbimbingan (Annas, Keysha, Tya, Ani, dan Ardien) yang senantiasa memberi motivasi dan menemani penulis dalam pengerjaan tugas akhir.
8. Aul, Matta, Ceman (Bunga, Rahmi, dan Sammie), Hrawrrd, Ineks, dan Disgank ACC yang setia memberi dukungan juga menemani perjalanan kuliah penulis hingga akhir.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu dalam membantu penyusunan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Puan Tsabitha

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i>	5
2.2 <i>Electronic Word of Mouth</i>	6
2.3 Literasi Keuangan	7
2.4 Kontrol Diri Keuangan	8
2.5 Perilaku Pembelian	9
2.6 Layanan <i>Subscription</i> atau Berlangganan	9
2.7 Gen Z	10
2.8 Pengaruh E-WOM terhadap Kontrol Diri Keuangan	10
2.9 Pengaruh E-WOM terhadap Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i>	10
2.10 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kontrol Diri Keuangan	11
2.11 Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i>	11
2.12 Pengaruh Kontrol Diri Keuangan terhadap Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i>	12
2.13 Kerangka Pemikiran	12
III METODE	14
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu	14
3.2 Populasi, Contoh, dan Teknik Penarikan Contoh	14
3.3 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	14
3.4 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	15
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	19
3.6 Definisi Operasional	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Karakteristik Responden	24
4.2 Karakteristik Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i>	25
4.3 <i>Electronic Word of Mouth</i>	29
4.4 Literasi Keuangan	31
4.5 Kontrol Diri Keuangan	35
4.6 Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i>	37
4.7 Hubungan Karakteristik Responden dengan <i>Electronic Word Of Mouth</i> , Literasi Keuangan, Kontrol Diri Keuangan, dan Perilaku Pembelian Layanan <i>Subscription</i> Gen Z	39
4.8 Hasil Analisis SEM-PLS	40
4.9 Uji Pengaruh	43
4.10 Pembahasan	44
4.11 Limitasi	48
V SIMPULAN DAN SARAN	50



5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	50
DAFTAR PUSTAKA		52
RIWAYAT HIDUP		58

DAFTAR TABEL

1	Karakteristik responden serta pembelian layanan <i>subscription</i>	14
2	Variabel penelitian dan indikator	17
3	Definisi operasional	21
4	Tujuan dan analisis data	23
5	Sebaran responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan provinsi responden	24
6	Sebaran responden berdasarkan pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan responden	25
7	Sebaran responden berdasarkan karakteristik perilaku pembelian layanan <i>subscription</i>	26
8	Sebaran jawaban responden pada variabel E-WOM	30
9	Sebaran kategori responden pada tiga dimensi E-WOM beserta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	31
10	Sebaran kategori responden pada variabel E-WOM beserta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	31
11	Sebaran kategori responden pada variabel literasi keuangan beserta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	32
12	Sebaran jawaban responden yang benar dan salah pada dimensi pengetahuan keuangan	32
13	Sebaran kategori responden dimensi pengetahuan keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	33
14	Sebaran jawaban responden pada dimensi sikap keuangan	34
15	Sebaran kategori responden dimensi sikap keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	34
16	Sebaran jawaban responden pada dimensi perilaku keuangan	35
17	Sebaran kategori responden dimensi perilaku keuangan serta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	35
18	Sebaran jawaban responden pada variabel kontrol diri keuangan	36
19	Sebaran kategori responden pada variabel kontrol diri keuangan beserta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	37
20	Sebaran jawaban responden pada variabel perilaku pembelian layanan <i>subscription</i>	38
21	Sebaran kategori responden pada variabel perilaku pembelian layanan <i>subscription</i> beserta nilai minimum, maksimum, dan rata-rata indeks	39
22	Koefisien uji korelasi karakteristik responden	40
23	Nilai <i>loading factor</i> indikator penelitian	41
24	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	42
25	Nilai <i>r square</i> dan <i>r square adjusted</i>	43
26	Hasil uji hipotesis variabel laten	43

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

27	Diagram Venn Teori S-O-R	5
28	Susunan Kerangka Pemikiran	12
29	Model Hybrid SEM	19
30	Model akhir SEM	39

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.